



Optimice su perfil de LinkedIn

Jan Vermeiren y Bert Verdonck

LinkedIn es un elemento esencial de la nueva economía. No es únicamente un sitio web fácil de utilizar o una herramienta diseñada para desarrollar su actividad, comunicar con otros internautas o buscar contactos. En este contexto, las nuevas empresas ayudan a las personas actuando como asesores virtuales en diversos campos. LinkedIn es el especialista del ámbito profesional.

La evolución de la nueva economía se ha visto reflejada inicialmente en los contactos, el empleo, los eventos y, más tarde, en la educación, la orientación o la mediación profesional. Cuando piense en todo ello, se dará cuenta de que LinkedIn no ha hecho más que comenzar. LinkedIn evolucionará para convertirse en un compañero de confianza en el nicho de las redes profesionales mundiales. Nos encontramos tan solo ante los inicios de LinkedIn.

”

Erwin Van Lun, futurólogo y especialista en tendencias

➤ Acerca de LinkedIn

Desde su creación en 2003, LinkedIn lleva años conectando a profesionales del mundo entero y ofreciéndoles los medios necesarios para ser más productivos y aprovechar nuevas oportunidades.

Con más de 160 millones de usuarios registrados en todo el mundo, de entre los que destacan los directivos de todas las empresas del Fortune 500, LinkedIn es la mayor red profesional mundial de Internet. La sede de LinkedIn se encuentra en Silicon Valley. La empresa está presente en 22 países del mundo.

➤ Acerca de los autores

Jan Vermeiren es autor de los exitosos libros sobre redes sociales, "Let's Connect!" (¡Conectémonos!) y "How to REALLY Use LinkedIn" (LinkedIn - Construye una red de contactos para tu éxito), cuya primera edición fue un éxito de ventas en Amazon, alcanzando el primer puesto en la clasificación de libros en la categoría "Ventas".

Bert Verdonck es un conferencista que desborda energía, entusiasmo y humor. Trabaja como instructor principal para Networking Coach y es un excelente lifehacker. Bert es experto en redes sociales y ha escrito más de 3 libros sobre este tema.

¿Qué es LinkedIn?

LinkedIn es ante todo una plataforma de redes sociales, un lugar para establecer y mantener relaciones. El desarrollo de estas relaciones puede tener una finalidad comercial, servir para buscar empleo, empleados, proveedores, o socios.



LinkedIn forma parte de las numerosas herramientas que tenemos hoy a nuestra disposición en toda la gama de las redes sociales. Entre los miembros de esta "familia" están, entre otros, los blogs, los Wikis (Wikipedia), los microblogs (Twitter), las páginas de intercambio de fotos (Flickr), de intercambio de vídeos (YouTube) y de páginas web recomendadas (Delicious).

Lo interesante es darse cuenta que todos ellos están interrelacionados. LinkedIn inició su integración en noviembre de 2008, cuando lanzó el módulo Aplicaciones que permite, por ejemplo, mostrar artículos o presentaciones en su perfil.

Desde nuestro punto de vista, el punto fuerte de LinkedIn es su capacidad para encontrar las personas adecuadas y las relaciones que comparte con ellas. LinkedIn muestra las redes de segundo y tercer nivel, así como el recorrido para alcanzarlas. Es una herramienta extremadamente potente, sobre todo si tiene una finalidad u objetivo concreto. Son muchos los que cometen el error de recurrir solamente a los contactos de su propia red, lo cual les priva de beneficios considerables.

¿Cómo sacarle partido a LinkedIn?

Cinco pasos útiles para sacarle partido a LinkedIn:

Paso n°1: defina un objetivo claro y específico

Coja una hoja de papel (o Word, Notepad, su iPad o cualquier soporte que use para escribir) para anotar su objetivo. Puede estar relacionado con la búsqueda de nuevos clientes, un nuevo empleo, nuevos empleados, socios, proveedores, expertos... Sea lo más concreto posible.

Se trata de la primera etapa, a la que llamamos el ejercicio G.A.I.N. (Goals Achieving via the Immense power of your Network: Logro de objetivos gracias al enorme potencial de su red).

Paso n°2: piense en los contactos que pueden ayudarle a alcanzar su objetivo

Reflexione sobre su objetivo y pregúntese: "¿cuáles son las personas más indicadas para ayudarme a conseguir mi objetivo?". ¡No limite su búsqueda a los contactos que ya conoce! En menos de 6 pasos podrá contactar

con cualquier interlocutor del mundo, así que mantenga una perspectiva amplia y haga una lista con las personas más capacitadas que pueden ayudarle, aunque no las conozca y ni siquiera sepa cómo se llaman.



Paso n°3: acceda a "Búsqueda avanzada" en LinkedIn

Conéctese a LinkedIn y haga clic en "Búsqueda avanzada". Valiéndose de los parámetros definidos en los pasos 1 y 2, rellene los campos disponibles en esta página. A partir de estos campos, puede agregar o modificar los parámetros definidos en los pasos 1 y 2.

En esta fase, hay dos posibilidades: o bien encuentra a la persona que busca, o no la encuentra. Si la ha encontrado, pase al siguiente paso. Si no la ha encontrado, es posible que no esté registrada en LinkedIn. En cualquier caso, también puede deberse a otros motivos.

1. La persona se ha registrado con un cargo diferente del que usted ha consultado. En consecuencia, use múltiples descripciones para indicar el cargo si su búsqueda no tiene éxito.

2. Ha utilizado otros parámetros de búsqueda distintos de los que se indicaron cuando la persona se registró en el perfil. Afine su búsqueda modificando las opciones a la izquierda de la página (o modifique las opciones de clasificación en la parte superior de los resultados de búsqueda).

Consejo: comience introduciendo criterios generales y luego afine la búsqueda. Cuando aplique los distintos parámetros, empiece por los más importantes como el país, el cargo o la empresa. Si obtiene resultados, ya sea en poca o gran cantidad, agregue otros parámetros (por ejemplo, el código postal, el sector de actividad, el idioma o la relación). Así podrá evaluar los efectos de los distintos parámetros de búsqueda.

¿Cómo sacarle partido a LinkedIn?

Paso nº4: buscar los contactos que le pueden ayudar

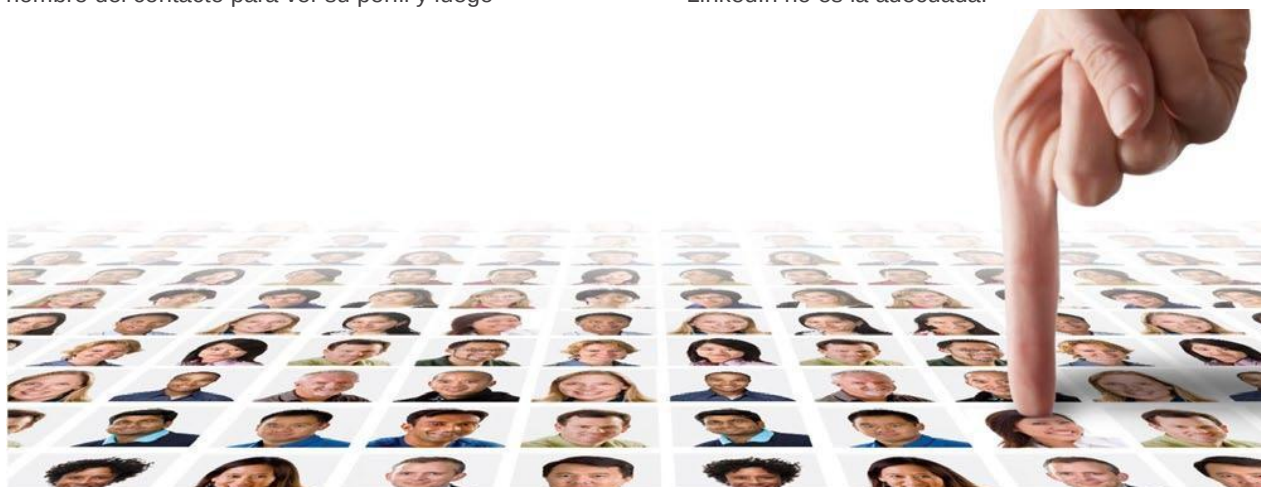
Consulte el número de personas que obtiene como resultado de la búsqueda. Si obtiene una cantidad demasiado grande (o demasiado pequeña), modifique los parámetros de búsqueda en la parte izquierda de la página.

Elija a continuación el perfil que le parezca más interesante y busque los contactos que tienen en común. Para ello, haga clic en ‘ x contactos compartidos’ en la lista de resultados (únicamente para contactos de segundo nivel) o haga clic en el nombre del contacto para ver su perfil y luego

consulte los contactos en común en la parte derecha de la página. Para ello, desplácese hacia abajo ligeramente por la página.

Si el perfil no es el que busca o si desea encontrar más contactos, repita la operación.

Nota: si no encuentra muchos contactos de segundo nivel, (¡ cuando esa es precisamente la información que busca!), significa que probablemente todavía no tiene una red lo bastante grande en LinkedIn o que su red LinkedIn no es la adecuada.



Paso nº5: preséntese a los contactos que le pueden ayudar

Una vez localizadas las personas que le pueden ayudar a conseguir su objetivo y los contactos que tienen en común, es momento de salir de LinkedIn y solicitar su presentación.

Incluso pudiendo utilizar la opción “ Ser presentados” por un contacto, no lo recomiendo, ¿Por qué? Pues bien, ¡porque no sabe si esos contactos se conocen realmente!

Quizás sólo coincidieron alguna vez en una conferencia, o quizás se conectaron sin conocerse en absoluto. Si solicita una presentación a través de la opción “ Ser presentados” es probable que tenga que esperar mucho tiempo antes de recibir una respuesta, ¡si es que la recibe!

Consejo: si aun así desea utilizar la opción “ Ser

presentados” , debe saber que tanto la persona que lo presenta como aquella a la que ha sido presentado podrán leer sus mensajes. La mayoría de los usuarios no son conscientes de ello y algunas veces escriben mensajes demasiado personales a la persona que les va a presentar.

¿Cuál es la alternativa?

Descuelgue el teléfono, explique su objetivo a sus contactos compartidos y pregúnteles si conocen realmente a la persona con la que desea contactar.

Consejo: puede descargar más consejos y plantillas de mensajes en la Videoteca y biblioteca de herramientas, en la dirección www.how-to-really-use-linkedin.com.

¿Por qué optimizar su perfil?

Una de las claves para una utilización óptima de LinkedIn reside en la capacidad que usted tenga para desarrollar una actitud proactiva y elaborar un perfil especialmente atractivo y pertinente.

1/ Para facilitar el primer contacto

¿Cómo cree usted que reaccionará una persona que le ha sido presentada gracias a la intermediación de un contacto compartido si nunca ha oído hablar de usted? Está claro: buscará su perfil en LinkedIn o en un motor de búsqueda como Google. Si confirma que usted es el experto que dice ser, manifestará un verdadero interés por entrevistarse con usted.



2/ Para mejorar su visibilidad

Al crear un perfil atractivo, usted está destacando su imagen corporativa y su reputación en Internet. Podrá entonces suscitar el interés de los contactos pertinentes más fácilmente. Un buen perfil permite mejorar su visibilidad en LinkedIn, pero también en Internet. Puesto que LinkedIn posee excelentes referencias, los perfiles gozarán de una muy buena posición en los resultados de búsqueda.



3/ Para presentarse tal y como es

Algunos usuarios tienen tendencia a mostrar un perfil alejado de la realidad. Evite actuar así, puesto que los destinatarios acabarán por descubrir la verdad en el momento menos oportuno.

LinkedIn es un sitio que permite desarrollar redes de negocios y hace hincapié en el aspecto profesional de los usuarios. Por eso, su perfil de LinkedIn es la primera impresión profesional que se tiene de usted. ¡Procure que sea una buena impresión!

¡Atención, sea cuidadoso al modificar su perfil! Si prevé realizar varias modificaciones en su perfil de LinkedIn en los próximos días, es preferible desactivar las notificaciones de su red. Esta acción le permitirá evitar que se informe a sus contactos cada vez que guarde una nueva notificación.

Para desactivar las notificaciones, realice lo siguiente:

- En la parte superior de la página, haga clic en la flecha junto a su nombre, y luego en la opción " Configuración"
- Introduzca su contraseña
- A la derecha de la página, bajo el apartado "Controles de privacidad" haga clic en "Actualización del perfil y del estado"
- Sustituya la opción "Publicar las actualizaciones del perfil" de sus recomendaciones y de las empresas que sigue por la opción "No informar a mis contactos y no incluirme en las actualizaciones de la empresa".



Actualice su información principal

Como primer elemento de su perfil, el encabezado es el gancho que reúne toda la información que se mostrará cuando su perfil aparezca como resultado de una búsqueda o cuando participe en algún debate. Esta sección debe captar la atención de los destinatarios y animarles a consultar el resto del perfil. Se compone de su fotografía, su nombre, su profesión, el lugar y sector de su actividad y la actualización de su estado.

1/ Utilice una fotografía profesional

Aunque la fotografía no es obligatoria, permite a sus interlocutores recordarle y reconocerle más fácilmente. Recuerde que LinkedIn es un sitio web profesional, así que elija una fotografía estándar, de tipo carné, en lugar de una fotografía más informal. Y sobre todo, seleccione una imagen reciente y de buena calidad.



2/ Publique su nombre

Si desea que le puedan encontrar contactos que no forman parte de su red, elija los apellidos que utiliza normalmente en el ámbito profesional. Evite los apodos.

Si no desea que los contactos que no forman parte de su red de primer nivel tengan acceso a su apellido, puede optar por introducir su nombre seguido de la inicial de sus apellidos.

3/ Otorgue claridad a su extracto profesional

Su extracto profesional se completa por defecto con el puesto que ocupa actualmente, por lo tanto es preferible modificarlo. Defina claramente su actividad y utilice términos que puedan captar el interés de profesionales en busca de aptitudes.

El título de este resumen profesional es esencial, puesto que es el primer elemento que aparece al realizar una búsqueda. Además, es la información que se muestra cuando responde a una pregunta de la sección "Respuestas" o participa en un debate.

Para destacar sobre los demás, también puede añadir un elemento personal que atraiga el interés de los destinatarios. Para ellos, serán más atractivos los perfiles con los que tengan algo en común.

Atención: si modifica el título de su resumen profesional, la información del campo "Cargo actual" no se modifica.

4/ Introduzca su lugar y sector de actividad

Cuando precise la información sobre el lugar donde desarrolla su actividad, sepa que el campo del código postal no está disponible para los usuarios de LinkedIn. Por cuestiones de privacidad, LinkedIn sólo tiene en cuenta zonas geográficas y no direcciones exactas.

En cuanto a su área de especialización, rellene este campo para poder localizar a otros colegas en otras empresas del sector de su actividad y aparecer en sus resultados de búsqueda.

5/ Actualice su estado

Informe a los usuarios sobre lo que hace. Si bien la actualización de estado no forma parte del encabezamiento que funciona como gancho, ésta le permite reforzar su visibilidad y credibilidad, contribuyendo así a dinamizar su imagen corporativa.

Optimice su perfil en LinkedIn/6

Cuide su resumen de presentación

Después de la sección de gancho en el encabezamiento, una presentación sintética le permitirá darse a conocer mejor a sus interlocutores. Se compone de la definición de sus cargos actuales y anteriores, su formación, sus recomendaciones, sus contactos, sus páginas web, Twitter y su perfil público.

1/ Puesto actual y puestos anteriores

Si desea que le localicen otros profesionales a partir de sus puestos anteriores y actuales, utilice los términos que ellos mismos elegirían para buscar candidatos con sus mismas aptitudes.

Si desea modificar esta parte (añadir un puesto o modificarlo), debe desplazarse hacia abajo por la página, hasta el campo "Experiencia".

2/ Educación

El campo "Educación" le permite añadir todos los centros, escuelas, universidades y programas de tercer ciclo a los que haya asistido.

Si desea modificar esta sección, debe desplazarse hacia abajo por la página, hasta la sección "Educación".

3/ Recomendaciones

Haciendo clic en el enlace "Modificar", puede mostrar/ocultar, solicitar recomendaciones a algún compañero de trabajo o redactar una recomendación para otra persona.

4/ Contactos

Muchos miembros de LinkedIn buscan acumular la mayor cantidad de contactos posible, pero esta no es necesariamente la mejor estrategia.

Piense en su potencial de notoriedad-apreciación-confianza, si tiene numerosos contactos, pero ninguno de ellos está dispuesto a recomendarle o a enviarle un Magic Mail porque no lo conocen lo suficiente, su perfil carecerá de relevancia.

5/ Sitios web y Twitter

Puede especificar hasta tres sitios web. Intente sacarles el máximo partido, evitando utilizar las opciones predeterminadas "Sitio web de la empresa" o "Sitio web personal", y eligiendo en su lugar "Otro" acompañado de un comentario llamativo. Esta técnica le permitirá aumentar el número de clics.



Si posee una cuenta en Twitter, indíquela para que sus interlocutores puedan seguirle la pista fácilmente. Asegúrese, en cualquier caso, que solo sus tweets profesionales sean enviados a su red LinkedIn, para evitar sobrecargar la página de inicio de los mismos con mensajes no profesionales.

6/ Perfil público

Puede personalizar su página de perfil de LinkedIn indicando su nombre en la dirección URL. Esto dinamizará su presencia en Internet, ya que cuando alguien busque su nombre en Google, Yahoo, Bing u otro motor de búsqueda, su página LinkedIn aparecerá entre las mejores posiciones.

Sea riguroso en su información básica

En la sección de Información básica, podrá aportar más datos sobre la empresa para la que trabaja y sobre usted mismo. Estos son algunos consejos que le permitirán rellenar con precisión los apartados "Extracto" y "Especialidades".



1/ Extracto

Nuestras vidas se componen de numerosas etapas y dimensiones diferentes. Esos son precisamente los elementos que conviene reflejar en el Extracto.

Procure, por tanto, dividir la descripción en tres bloques o párrafos: información sobre la empresa, información profesional e información personal.

Algunos consejos para mejorar la redacción de estos bloques:

- Utilice el pronombre "yo" y no "él" o "ella". Considere su perfil como un todo, un yo virtual que responde en su nombre a las siguientes preguntas: "¿Cuál es su puesto? ¿Cuáles son sus aptitudes y conocimientos? ¿Qué tiene que ofrecer (sin esperar nada a cambio a corto plazo)?"
- No venda su perfil, evite textos demasiado comerciales.
- No utilice demasiada jerga o abreviaturas.
- Cree espacios entre los bloques añadiendo "separadores" (líneas horizontales).

2/ Aptitudes y conocimientos

En el apartado "Especialidades", puede compartir las competencias y conocimientos que ha acumulado a lo largo de toda su experiencia profesional. Este es el lugar indicado para compartir sus habilidades.

Complete su perfil a través de la Información específica

Además de las secciones “ Extracto” y "Aptitudes y conocimientos", otros apartados también le permitirán describir su trayectoria.

1/ Experiencia

En el apartado "Experiencia", puede añadir detalles sobre cada uno de sus puestos, tanto actuales como anteriores. La idea es ser lo más específico posible y enumerar claramente los objetivos que desea alcanzar.

Procure igualmente añadir sinónimos de las funciones que desempeña en la descripción de la sección "Experiencia". Así, cuando los usuarios introduzcan esas palabras clave en su búsqueda, o en la zona de búsqueda general en la parte superior de la página, usted aparecerá entre los resultados.



Natacha Jaeck 1er
Communication Manager & Partnerships at Activis
Mulhouse Area, France | Internet

Poste actuel Responsable Communication et partenariats stratégiques chez Activis

Postes précédents Marketing chez Domial
Marketing et communication chez Groupe CIME

Formation ESGM
ESGM
Greta Haute-Alsace

Recommandations 4 personnes ont recommandé Natacha

Relations 196 relations

Twitter Suivre @natachactivis

Profil public <http://fr.linkedin.com/pub/natacha-jaeck/5/668/875>

Partager PDF Imprimer vCard Signaler

2/ Educación

En el apartado "Educación", añada las escuelas, universidades y programas de tercer ciclo a los que haya asistido. Puede añadir detalles adicionales, si son relevantes en su función actual o para sus proyectos.

3/ Secciones

En el apartado "Secciones", puede añadir información complementaria como aptitudes, conocimientos, idiomas, programas informáticos, proyectos (durante su época de estudiante, como voluntario o simultáneamente a su trabajo actual), organizaciones (indique aquí si es o ha sido miembro del consejo de administración de alguna delegación de alumnos, alguna organización profesional o comercial, o de otro tipo de asociaciones), certificaciones, publicaciones o patentes.

Expérience

Responsable Communication et partenariats stratégiques

Activis

Privately Held; 11-50 employees; Internet industry
September 2007 – Present (4 years 9 months)

Définition de la stratégie de communication. Analyse du marché et veille stratégique. Développement de la notoriété sur les zones Alsace et Ile-de-France. Création d'événements. Développement de partenariats stratégiques (Google, Facebook, Microsoft, Viadeo, LinkedIn). Management d'équipes et de projets transversaux.

Natacha a 3 recommandations (3 relations professionnelles) dont :

VOUS Hugues Werth, Marketing Manager, France, LinkedIn

2e Nicolas Babin, Directeur Général/Managing Director, Groupe Concoursmania

Marketing

Domial

August 2006 – August 2007 (1 year 1 month)

Recommander le travail de Natacha chez Domial

Marketing et communication

Groupe CIME

August 2004 – August 2006 (2 years 1 month)

Natacha a 1 recommandation (1 manager) dont :

2e Stéphane Pierré, Directeur Commercial & Marketing - Membre Codi, Groupe Cime/Groupe Alsace Médias

Recommander le travail de Natacha chez Groupe CIME

Langues

• Anglais

Compétences et expertise

Digital Marketing Marketing Strategy Marketing Communications
Strategic Communications Corporate Communications Communication Strategy
Strategic Partnerships Press Releases Event Management

Formation

ESGM

Master Management et Stratégie, Management, Marketing, Stratégie
2007 – 2008

Recommander le travail de Natacha (ESGM)

ESGM

Licence, DEES Marketing
2006 – 2007

Recommander le travail de Natacha (ESGM)

Complete su perfil detalladamente con información adicional y personal

En el apartado "Detalles" puede actualizar su "Información adicional", "Información personal" y "Preferencias de contacto".



1/ Información adicional

En el apartado "Información adicional", no dude en añadir datos sobre sus intereses, su afiliación a grupos, clubes y asociaciones (no confunda esta opción con la de "Grupos" de LinkedIn) o los reconocimientos y premios que haya podido recibir.

2/ Información personal

Puede añadir un número de teléfono, un nombre de usuario de mensajería instantánea, una dirección, su fecha de nacimiento y su estado civil. No olvide que LinkedIn es una página web de red de negocios, por lo tanto, sólo especifique la información que resulte útil para este tipo de red. Es conveniente indicar un número de teléfono, por si alguien encuentra su perfil y quiere ponerse en contacto con usted. En cambio, quizás sea completamente innecesario rellenar su estado civil.

3/ Preferencias de contacto

Puede acceder a esta página a partir del enlace disponible en la página "Configuración". Si, como le sucede a muchos usuarios, recibe demasiadas invitaciones a la semana, es conveniente añadir las formas de contacto directo que le interesan.

Otros consejos para optimizar su perfil

1/ Para facilitar las búsquedas de los internautas

Si quiere que le localicen a través de LinkedIn, incluya aquellos términos que los internautas seguramente vayan a utilizar cuando busquen aptitudes o intereses en común. Utilice sinónimos (por ejemplo, "responsable de mercadeo" como cargo, y "director de mercadeo" en la descripción) así como abreviaturas y nombres completos (por ejemplo, UCLA y Universidad de California - Los Ángeles).

Si no está seguro de lo que tiene que escribir exactamente, LinkedIn propone ejemplos para la mayoría de los perfiles. También es interesante consultar los perfiles de otros miembros. Utilice los que más le gusten como plantilla para diseñar su perfil.

También puede utilizar la herramienta de palabras clave de Google para encontrar más sinónimos o sugerir otros términos. Esta herramienta se utiliza fundamentalmente en el marco de los programas de publicidad de Google (Google ads), pero también puede utilizarla para encontrar términos adecuados para su perfil.



2/ Para mover secciones

Pocos usuarios saben que es posible arrastrar o desplazar las secciones de su perfil. Por ejemplo, las secciones "Aptitudes y conocimientos" e "Idiomas" están situadas por defecto bajo la sección "Aplicaciones", pero si lo desea, puede arrastrarlas y colocarlas bajo el "Extracto".



3/ Para mejorar su visibilidad y darse a conocer mejor

Usted puede aprovechar su perfil para mejorar su visibilidad y reforzar su potencial de notoriedad-apreciación-confianza. Puede utilizarlo como herramienta para generar oportunidades gracias a la potencia del módulo "Aplicaciones".

4/ Para crear un perfil en otro idioma

Si desarrolla su actividad o trabaja en diversos países o en regiones donde se hablan varios idiomas, puede crear un perfil en cada uno de ellos (inglés, francés, español, alemán, italiano, portugués, turco, ruso y rumano). La opción "Crea tu perfil en otro idioma" está disponible en la parte superior derecha de la página, cuando se está en modo "Editar".

5/ Para aportar originalidad a su perfil

Si desea un perfil con más "gracia", dentro de las posibilidades que ofrece LinkedIn, puede redactar su texto en MS Word, y luego copiarlo y pegarlo en LinkedIn. De esta forma, podrá utilizar caracteres especiales para sustituir, por ejemplo, el tipo de viñeta en una lista.

Acerca de los autores

Jan Vermeiren



Jan Vermeiren es fundador de Networking Coach y uno de los 10 mejores conferenciantes belgas según el HR Tribune.

Jan y todo su equipo no se conforman con ofrecer

conferencias (charlas temáticas), cursos y asesoramiento personalizado sobre la creación de redes y sus recomendaciones. También ofrecen consejos a empresas para fomentar la creación de redes profesionales en eventos e integrarlas en sus estrategias de venta y de selección de personal.

Jan suele conceder entrevistas para hablar sobre las redes y ofrecer recomendaciones en distintos medios de comunicación, como cadenas de televisión y emisoras de radio belgas (De Zevende Dag, Lichtpunt, Radio 1), periódicos y sitios de Internet (Forbes), portales de empleo (Vacature.com, Jobat) y revistas publicadas por varias cámaras de comercio.

Bert Verdonck



Bert Verdonck es un conferencista que desborda energía, entusiasmo y humor. Es el principal instructor de Networking Coach y un excelente lifehacker. Bert es la encarnación de las redes sociales y profesionales.

Bert enseña a la gente a sentirse cómoda al contactar con los demás y a obtener el mejor resultado posible en las redes profesionales, ya sean en línea (LinkedIn u otras redes profesionales) o tradicionales (en recepciones, veladas, conferencias, ferias y otros eventos).

Además de ofrecer cursos de formación práctica y asesoramiento personalizado sobre redes sociales, Bert se encarga, junto con Jan, de impartir seminarios por Internet de Networking Coach.

Bert es fundador de "Genius Shortcuts" (Atajos inteligentes), su visión personal del lifehacking, es decir, del aumento de la productividad diaria.

Jan Vermeiren es autor de libros de gran éxito sobre la creación de redes "Let's Connect!" (¡Conectémonos!) y "How to REALLY Use LinkedIn" (LinkedIn - Construye una red de contactos para tu éxito), del CD sobre la creación de redes "Let's Connect at an Event!" (¡Conectémonos en un evento!), "Everlasting Referrals Home Study Course" (Recomendaciones duraderas – Curso a distancia), y del paquete "Network Box (Home Study Course)" (Paquete sobre redes – Curso a distancia).

La versión norteamericana de "Let's Connect!" (¡Conectémonos!) entró en la lista de los libros más vendidos de Amazon el 9 de octubre de 2007, alcanzando el 2º puesto en la clasificación de libros en la categoría Marketing y el 9º puesto en la categoría Management, lo que convirtió a Jan en el primer belga en conseguir tal éxito.

Jan y su equipo han trabajado al servicio de grandes empresas internacionales como Alcatel, Deloitte, DuPont, IBM, ING, Mobistar, Nike, SAP y Sun Microsystems, así como para pequeñas empresas y profesionales independientes.

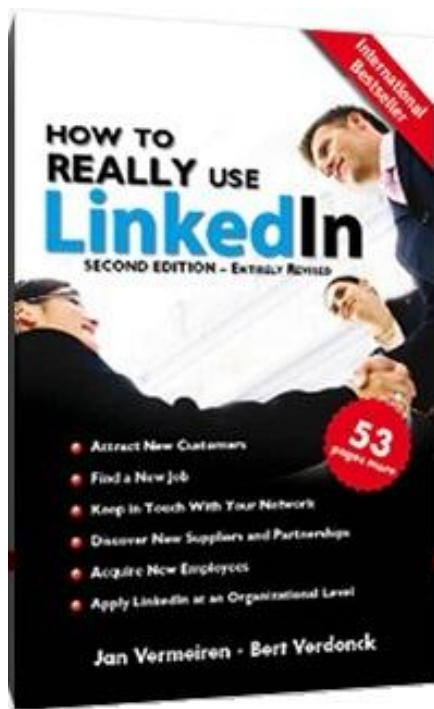
Jan también es conferencista invitado en el MBA Internacional de la Vlerick Leuven Gent Management School (Bélgica) y en la Universidad Erasmo de Rotterdam (Países Bajos).

¿Se ha planteado alguna vez qué podría hacer si tuviera dos horas más de tiempo al día? Bert ya ha ayudado a miles de personas a aumentar su productividad y a hacerles ganar varias horas al día.

Como buen lifehacker, Bert ya ha publicado 3 libros en un año. Es coautor de "Your Book in 100 Days" (Su libro en 100 días), "175 Lifehackingtips" (175 trucos de lifehacker) y "The Wealth Garden" (El jardín de las riquezas). También es autor del CD "Genius Shortcuts" (Atajos inteligentes) y de la obra "How to Shorten Your Workday by 2 Hours?" (¿Cómo reducir su jornada laboral en 2 horas?).

Actualmente, colabora con Jan como coautor de la segunda edición de "How to REALLY Use LinkedIn" (LinkedIn - Construye una red de contactos para tu éxito).

Bert es lifehacker y un prestigioso asesor de redes sociales en Bélgica. Su reputación internacional está creciendo de forma fulgurante. Ha ofrecido conferencias en los Países Bajos, Francia, Hong Kong, la India, Indonesia, Nueva Zelanda, Reino Unido y Suiza.



Encontrará la publicación

"LinkedIn. Construye una red de contactos para tu éxito" en:

www.how-to-really-use-linkedin.com

Contáctenos

LinkedIn España

Edificio Cuzco

Paseo de la Castellana 135

Madrid

E-mail sales@linkedin.com

Web: <http://es.talent.linkedin.com>

