





Lista de verificación para tener éxito con las páginas de LinkedIn para empresas

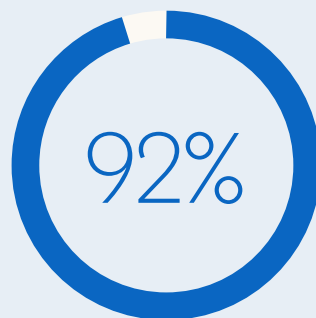
Descubre cómo las empresas más grandes del mundo se organizan internamente, elaboran estrategias de contenido e involucran a sus empleados para aprovechar al máximo sus páginas de LinkedIn. Estos son algunos puntos destacados.



Por qué las empresas están en LinkedIn

Gracias a una nueva serie de funcionalidades y herramientas, ahora es mucho más fácil aprovechar las páginas de LinkedIn para interactuar con los usuarios y generar impacto comercial. Si trabajas en Recursos Humanos y diriges un equipo que busca potenciar tu marca de talento o trabajas en redes sociales y estás a cargo de un equipo que promueve tu marca corporativa, **en esta guía encontrarás información y orientación para lo siguiente:**

-  Administrar tus páginas en diversas regiones y funciones
-  Desarrollar una estrategia sofisticada de marketing de contenido
-  Crear estrategias para las páginas de productos a fin de destacar tu cartera
-  Convertir a tus empleados en promotores de la marca



de los profesionales de marketing B2B usan LinkedIn para compartir contenido y alcanzar sus objetivos de crecimiento

Fuente: Informe comparativo de 2018 del Content Marketing Institute



Lista de verificación para el éxito

Si eres administrador de una página, estos son algunos elementos clave que deberías tener en cuenta para que tu página sea exitosa.



Establece la organización interna

- Decide quiénes tendrán acceso a tu página principal.** Considera incluir a 1-2 representantes de tu marca corporativa, marca de talento, equipo de análisis, agencia externa y regiones clave.
- Capacita a los administradores de la página.** Crea una guía para administrar la página de LinkedIn, con ejemplos de buenas publicaciones.
- Establece un canal de comunicación centralizado.** Slack, Teams y Sharepoint son buenas herramientas.
- Haz sincronizaciones periódicas.** Alinea mensualmente la localización y las campañas con los equipos regionales. Alinea semanalmente la estrategia en las distintas plataformas con los responsables de redes sociales.

Elabora estrategias de contenido

- Publica en la página todos los días.** Esto te ayudará a convertirte en una voz de confianza.
- Planifica con una semana de anticipación, pero programa 24-48 horas antes del lanzamiento.** Utiliza plataformas de publicación centralizadas, como Hootsuite o Sprinklr.
- Aprovecha las sugerencias de contenido.** Esta herramienta revela las tendencias entre el público objetivo.
- Comparte las mejores @menciones de tu marca.** Las encontrarás en la pestaña Actividad.
- Aprovecha los hashtags del panel de comunidades.** Actualízalos semanalmente e interactúa con los feeds.
- Responde a los comentarios de los usuarios.** Hazlo de manera oportuna utilizando el administrador en dispositivos móviles.

Gestiona las páginas de productos

- Crea páginas para las principales categorías de productos.** No hagas una página para cada producto, servicio o región.
- Otorga acceso a las páginas de productos.** A menudo se les concede a los equipos de redes sociales de la empresa o a los responsables de marketing de productos.
- Crea un formulario inicial para redes sociales.** Utilízalo para optimizar las solicitudes de contenido para todas las páginas.

Convierte a tus empleados en promotores

- Anima a tus empleados a compartir tus publicaciones con sus redes.** A partir del tercer trimestre de 2019, podrás pedirles a los empleados que recomienden, comenten o compartan en tu nombre.
- Promociona los mejores artículos de tus empleados en LinkedIn.** Utiliza las sugerencias de contenido para encontrar y compartir los mejores artículos creados por tus empleados.
- Pídeles a los ejecutivos que @mencionen tu página.** Esto le dará una gran visibilidad a tu página.
- Prueba LinkedIn Elevate.** Todas las empresas necesitan un programa formal de promoción a través de los empleados.

Para obtener más información sobre la manera de optimizar la página de LinkedIn de tu empresa:

Lee la guía completa en
lnkd.in/Pages-ENT