

# 5 pasos para *seguir avanzando*

LinkedIn





# Introducción

En una nueva realidad donde todos pensamos en cómo seguir adelante, creamos esta guía para que puedas aprovechar al máximo el contenido de LinkedIn. En estas páginas, encontrarás información detallada para entender la situación actual de tu negocio, cómo prepararte, la mejor forma de colaborar con los directivos y qué estrategias de marketing seguir de ahora en adelante. En LinkedIn queremos ayudar a los profesionales de marketing a comprender el mercado con los datos que tenemos. Esperamos que aquí encuentres una forma útil de aprovechar nuestro contenido mientras avanzamos juntos hacia el futuro.



## Paso 1

# Define y comunica tu objetivo

Las organizaciones y los profesionales de marketing B2B están viviendo un momento sin precedentes. En un entorno que cambia día a día, el primer paso para seguir avanzando es explicar y comunicar el **objetivo de tu marca**. El marketing es una pieza clave para que las empresas presten atención al lugar que ocupan frente a empleados, clientes y accionistas.

Si reafirmas el objetivo de tu marca, crearás los **principios** que guiarán todas las decisiones y comunicaciones:

- Lee el informe [«Trust in a Time of Uncertainty»](#) («Confianza en tiempos de incertidumbre») de Edelman y LinkedIn, que incluye consideraciones, datos y ejemplos para que los profesionales de marketing y el equipo directivo definan su estrategia y objetivo de marca en estos momentos complicados.
- Lee cómo Mel Selcher, directora de marketing de LinkedIn, comunicó los [principios de LinkedIn](#).



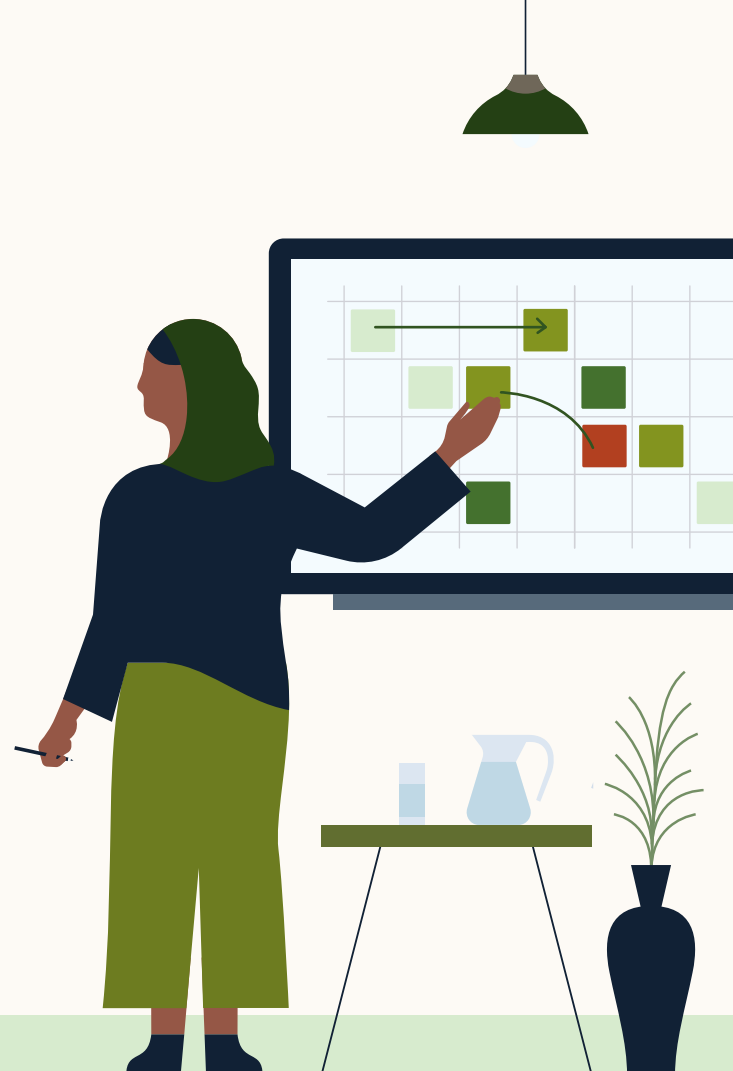
## Paso 2

# Prioriza y planifica

Una vez que la empresa tiene en claro cómo va a actuar, puede **priorizar y planificar** de cara a los retos futuros. El marketing es un engranaje clave para obtener información en tiempo real, por ejemplo, sobre cambios en patrones de demanda, opiniones de los clientes, respuestas de la competencia y la situación económica en general.

Con más de 690 millones de usuarios, LinkedIn ofrece a los profesionales de marketing **información útil** para que puedan priorizar y desarrollar planes de negocio y marketing que respondan a las necesidades actuales y futuras de sus clientes. Además, les permite identificar nuevas oportunidades, modelos de negocio y alianzas que surgirán con esta crisis.

- Tu representante de LinkedIn puede explicarte cuáles son las [conversaciones que están en auge en la plataforma](#).
- Lee «[How Marketers can start to Prepare for the way Forward](#)» («Cómo los profesionales de marketing pueden prepararse para lo que viene») de Michel Betz, socio en McKinsey.



## Paso 3 Prepararte y coordina

Cuando cambias prioridades y planes, es importante garantizar que el equipo de marketing esté preparado para el desafío y que tenga las aptitudes y la mentalidad adecuadas. LinkedIn ayuda a los profesionales de marketing a adaptarse al nuevo panorama laboral con información y recursos.

- Descubre cómo mantener el contacto y la productividad a distancia con [los 16 cursos online de LinkedIn Learning](#).
- Aprovecha nuestro [Centro de recursos](#), donde encontrarás consejos y recomendaciones sobre cómo trabajar y comunicarte de nuevas formas.

En este momento, es crucial que las diferentes funciones de la organización se pongan de

acuerdo y tracen objetivos de recuperación a corto y largo plazo. Todos sabemos que la coordinación entre Ventas y Marketing es esencial, pero ahora es imprescindible que estés en sintonía con los directores de Ventas sobre cómo Marketing ayudará a la empresa en este momento.

Una de las conversaciones más importantes que cualquier responsable de marketing debe tener es con los directivos y sus colegas de Finanzas. Muchas empresas se verán tentadas a recortar los gastos de marketing y publicidad al mínimo. Sin embargo, esta es una estrategia a corto plazo, mientras que los análisis de recesiones pasadas indican que es importante seguir invirtiendo en creación de marca para recuperarse de las crisis.

- Lee el artículo [«La publicidad en tiempos de recesión: Estrategias para seguir adelante»](#) de Peter Field para explicarles a los directivos las ventajas de desarrollar la marca.
- Lee este artículo en el que [Fran Cassidy explica cómo presentar tu plan al equipo de Finanzas](#).



## Paso 4

# Define tu estrategia de comunicación

Ahora que ya tienes tu objetivo y a tu equipo en sintonía, es hora de definir tu estrategia de comunicación. Tu equipo deberá definir claramente qué se va a decir, cuándo y cómo.

Es importante usar un tono que se adecue a la situación actual sin dejar de lado los valores de la empresa. Estas guías te ayudan a entender cómo las marcas y los ejecutivos se comunican con su público de forma auténtica.

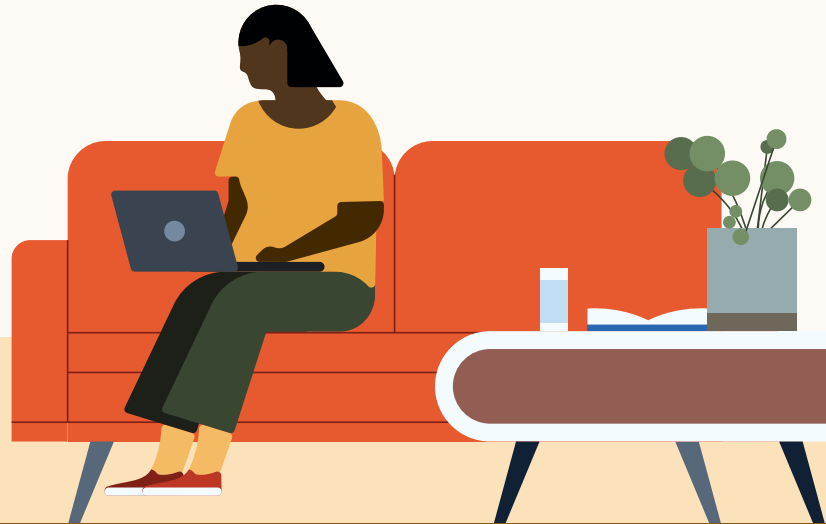
- Lee la [investigación de Orlando Wood sobre qué anuncios tienen mejores resultados en este momento](#).
- Repasa nuestra [guía para ejecutivos «Trust in a Time of Uncertainty»](#) («Confianza en tiempos de incertidumbre»).



## Paso 5 Activa y difunde

LinkedIn es un lugar valioso para promocionar tu contenido de forma orgánica y de pago. Podemos ayudarte a trazar objetivos de marketing y a usar nuestra plataforma para dar a conocer tu mensaje e interactuar con tu público. Hemos preparado diferentes recursos que describen cómo aprovechar las soluciones de marketing de LinkedIn para lograr tus metas.

- Pasa de página para ver cómo LinkedIn puede darte una mano con cada objetivo de marketing.



Categoría	Necesidad	Soluciones de LinkedIn	
Necesidades de productividad	Conectar con empleados	<a href="#">Grupos</a> <a href="#">Funcionalidad de reconocimientos</a>	<a href="#">Solicitudes de contacto</a> <a href="#">Notificaciones a empleados</a>
	Ofrecer oportunidades de formación	<a href="#">LinkedIn Learning</a>	
Sentimiento de comunidad	Mantener el contacto con clientes	<a href="#">LinkedIn Live</a> <a href="#">Publicaciones de video orgánicas</a> <a href="#">Publicaciones y actualizaciones</a> <a href="#">#hashtags</a>	<a href="#">@menciones</a> <a href="#">Invitar a contactos a seguir tu página</a> <a href="#">Matched Audiences</a>
Liderazgo de opinión	Demostrar liderazgo ejecutivo	<a href="#">Artículos</a>	<a href="#">Anuncios en video</a>
	Distribuir recursos útiles	<a href="#">Páginas de LinkedIn</a> <a href="#">Sponsored Content</a>	<a href="#">Anuncios en conversación</a>



Categoría	Necesidad	Soluciones de LinkedIn	
Eventos	Organizar eventos virtuales	<a href="#">LinkedIn Live</a>	Eventos de LinkedIn (próximamente)
	Promocionar eventos virtuales	<a href="#">Sponsored Content</a> <a href="#">Anuncios en conversación</a>	<a href="#">Formularios de generación de leads</a>
Planificación y continuidad	Llegar al público adecuado	<a href="#">Segmentación</a>	<a href="#">LinkedIn Audience Network</a>
	Publicar actualizaciones periódicas	<a href="#">Páginas de LinkedIn</a> <a href="#">LinkedIn Live</a> <a href="#">Sponsored Content</a>	<a href="#">Anuncios por mensaje</a> <a href="#">Anuncios en conversación</a>
	Impulsar tu negocio	<a href="#">Sponsored Content</a> <a href="#">Anuncios en video</a> <a href="#">Anuncios por mensaje</a>	<a href="#">Anuncios en conversación</a> <a href="#">Formularios de generación de leads</a>



# Conclusión

Sabemos que la situación cambia cada día y cada semana. Por eso, hemos incluido todos nuestros recursos en esta guía para ayudarte a superar todos los retos que se presenten. En LinkedIn queremos seguir trabajando con las empresas para favorecer la continuidad. Además, ofrecemos orientación de nuestros expertos y datos útiles para que los profesionales de marketing puedan tomar buenas decisiones de cara al futuro.

Y no lo olvides: para crear un plan de activación eficaz, debes definir tu objetivo, planificar y priorizar, y trazar una estrategia que esté en sintonía con la situación actual.

[#InItTogether](#)

