



Publicaciones orgánicas y de pago

Amplía el potencial de tu marca en LinkedIn





AGENDA

1

Introducción a LinkedIn

2

Crea una presencia orgánica atractiva

3

Aumenta el alcance y la interacción mediante la publicidad de pago

4

Mide, aprende y optimiza para generar más impacto

La interacción en LinkedIn está en auge

La cantidad de usuarios que interactúan con el feed aumenta un

50%

año tras año

Millones de profesionales crean más de

130 mil

artículos por semana

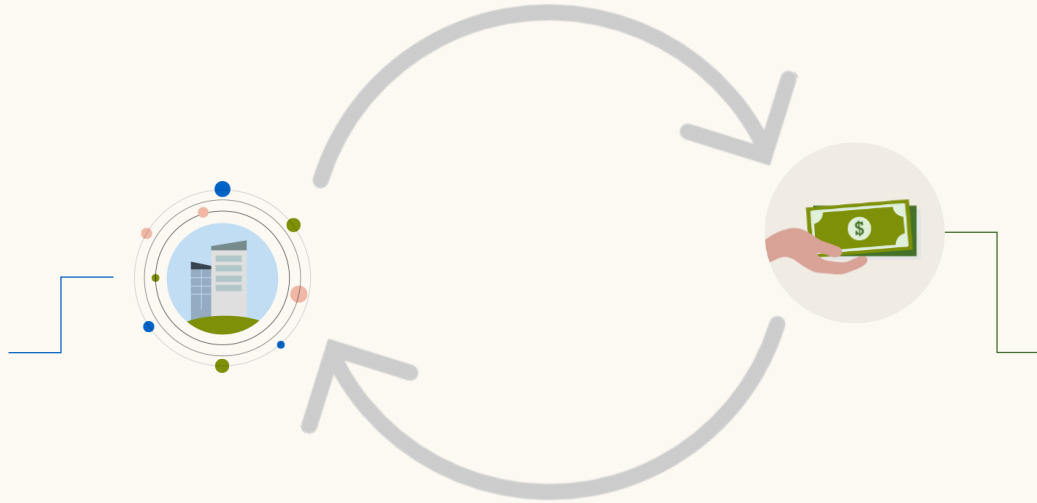
La mayor comunidad mundial de profesionales



Los profesionales interactúan con propósito y contenido


Cuanto mayor sea el alcance del contenido orgánico,
más podrás amplificar la llegada del contenido de pago

El alcance
orgánico
amplifica
el de pago



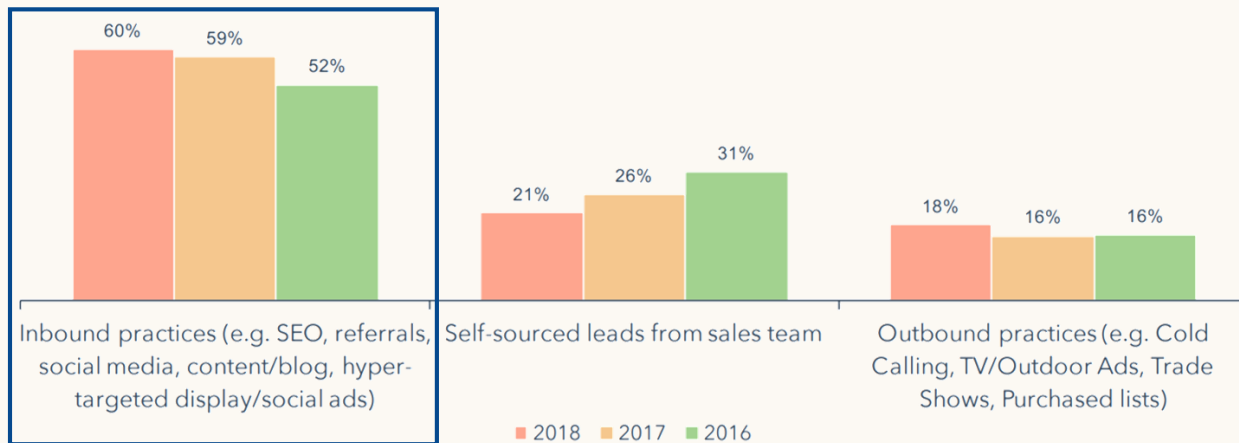
Invierte en el
mejor
contenido
orgánico

Los usuarios confían en el contenido que consumen en LinkedIn

Rank	General		Seguridad		Legitimidad		Comunidad		Experiencia del usuario		Shareability		Pertenencia
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2018
1													
2													
3													
4													
5		 			 								
6													

¿Qué fuente proporciona los clientes potenciales de mayor calidad para tu equipo de ventas?

Which source provides the highest-quality leads for your sales team?
(Select one) (Marketing answered)



Cultiva una estrategia para el contenido orgánico y de pago en LinkedIn en 3 pasos simples...



PASO 1

Crea una presencia orgánica atractiva



PASO 2

Aumenta el alcance y la interacción mediante contenido de pago



PASO 3

Mide, aprende y optimiza para generar más impacto



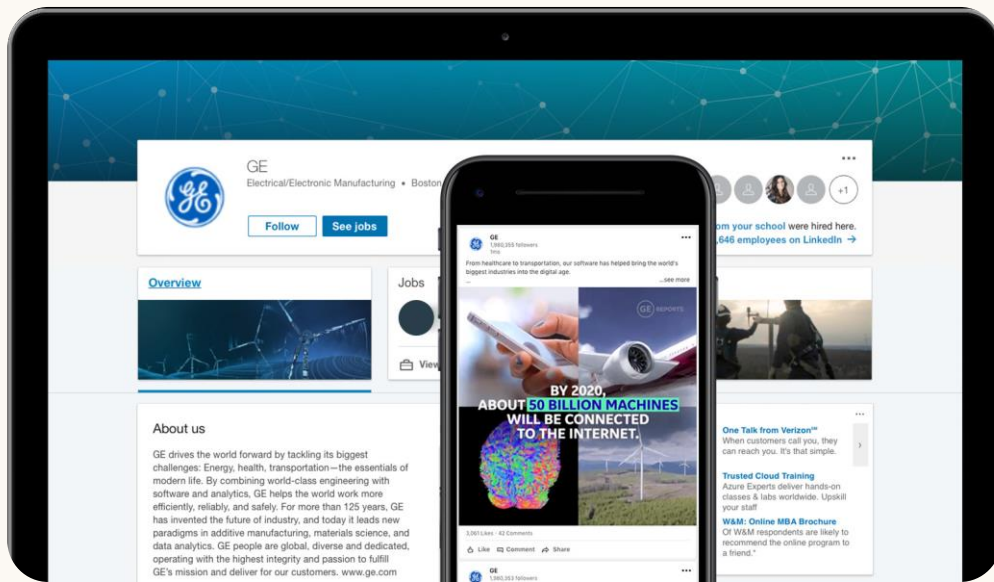
PASO 1

Crea una presencia
orgánica atractiva

Adopta un enfoque de actividad continua

Las empresas que interactúan en las redes sociales tienen un **40%** más de probabilidades de ser percibidas como competitivas que las que no lo hacen.

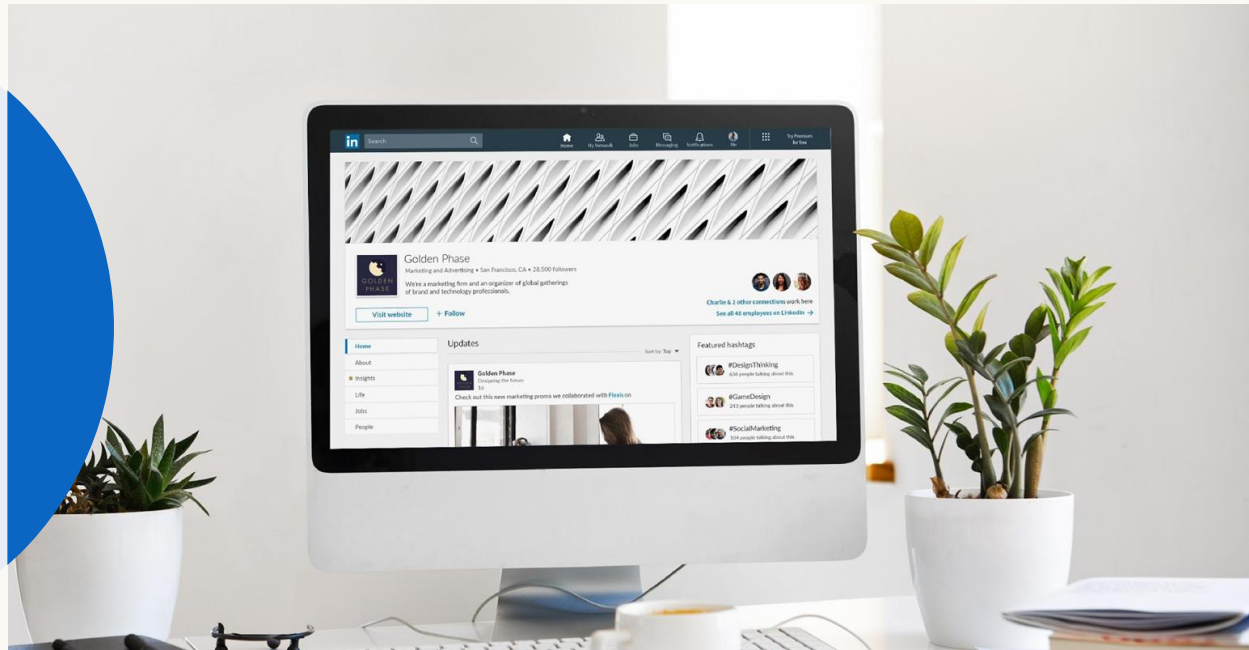
GE es experto en esto. Su equipo de marketing publica metódicamente contenido relevante e interesante que genera una interacción activa por parte del público



Tener una buena descripción, nombre, imagen de portada y enlaces ayuda para que los clientes existentes y los posibles clientes tengan claro de qué se trata tu página de empresa



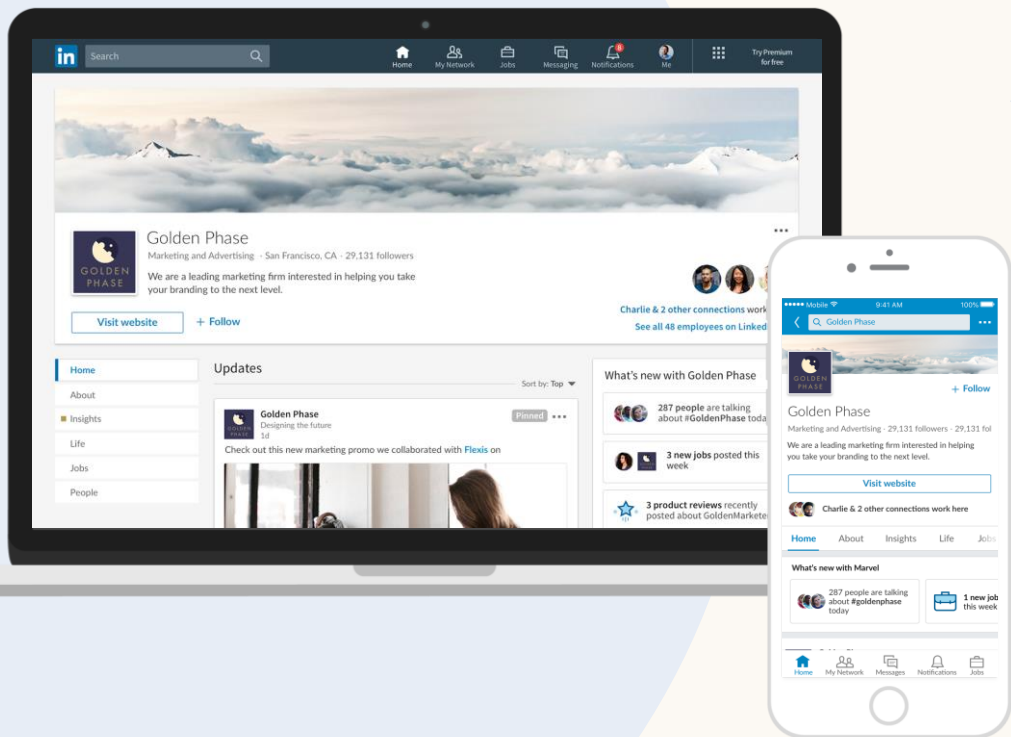
Páginas de LinkedIn



Páginas de LinkedIn

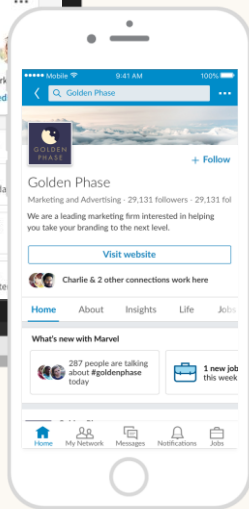
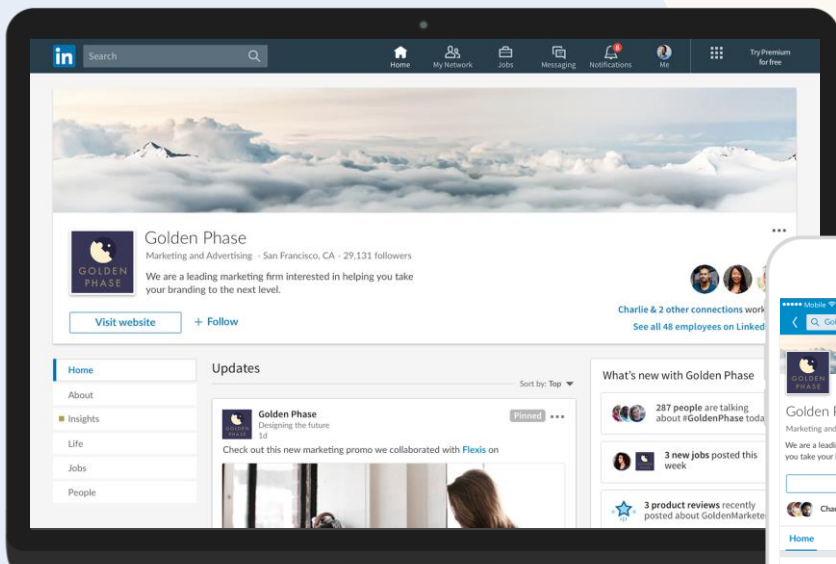
Aumenta la presencia de tu empresa

- Completa el perfil de tu empresa
- Agrega una imagen de la portada
- Inserta tu logotipo
- Administrador en dispositivos móviles
- Notificaciones cuando tu marca o empleado es mencionado



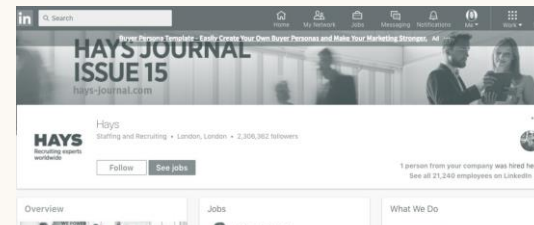
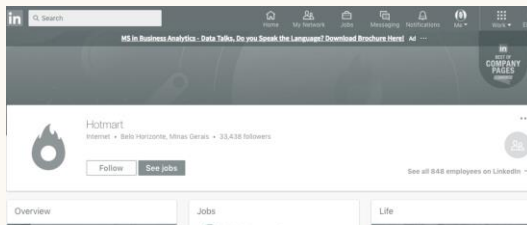
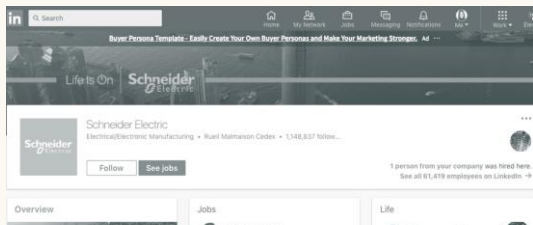
Páginas de LinkedIn

Organizaciones con páginas completas y activas tienen más éxito en el logro de tus objetivos de crecimiento



- **5X** más visualizaciones de páginas
- **7X** más impresiones promedio por seguidor
- **11X** más clics por seguidor

Las estrellas de la página de empresa



Schneider Electric
1,148,837 followers
1d

"It's amazing to see the solution [WaterForce SCADAfarm] that Schneider Electric has built and what it can do for us as a society" **Satya Nadella**, CEO, Microsoft - Discover more on our sustainability report: ...

299 Likes · 1 Comment

Like Comment Share

Hotmart
33,440 followers
2mo

Anote esta data en sua agenda: nos dias 18 e 19 de maio, chega a Madrid o Hotmart Camp - Infoproducto Edition, um dos eventos mais esperados do ano, no Círculo de Bellas Artes: <https://lnkd.in.g/d-SmUQ>

O Hotmart Camp é a oportunidade ideal para aprender, empreender e desenvolver um negócio, junto aos maiores nomes do mercado digital da América Latina e Europa, que compartilharão suas experiências e maiores desafios.

Conhece alguém na Espanha que não pode perder este evento? Marque aqui nos comentários!

Hays
2,306,362 followers
3d

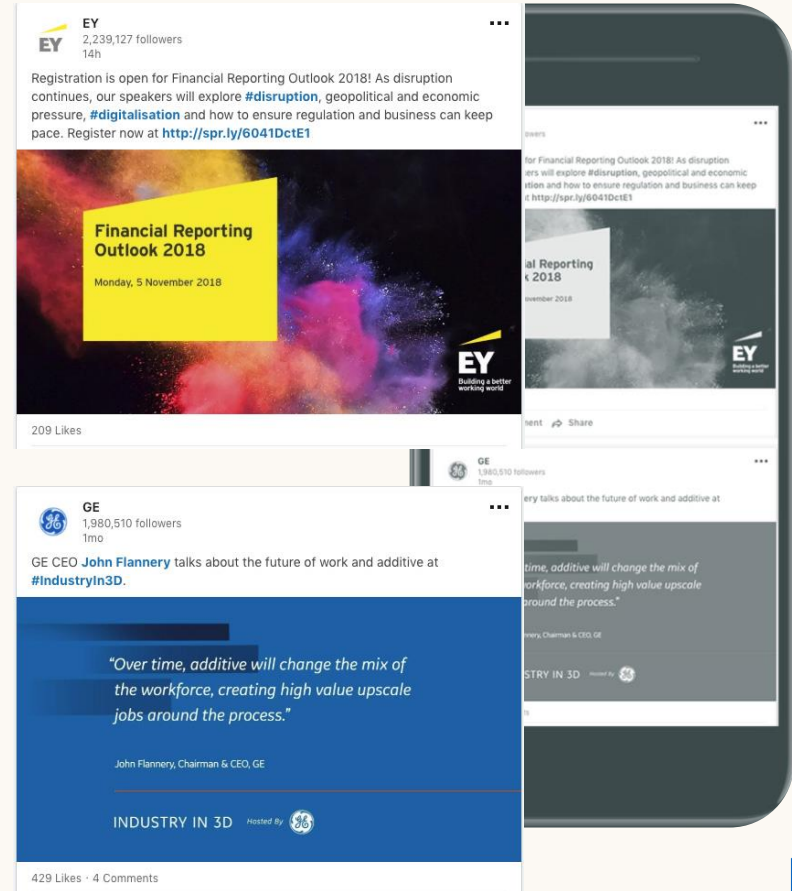
Keeping your skills fresh is easier than you think.

Here are nine simple ways to upskill and stay relevant: <https://bdy.me/2JC6Zhs>

Nine ways to upskill yourself outside of the office
social.hays.com

Aumenta el conocimiento de la marca

- Aprovecha las noticias y las tendencias del sector.
- Usa @ para mencionar a las personas que están relacionadas con un contenido específico para aumentar la exposición en sus redes.
- Agrega hashtags a la publicación para incluirla en las conversaciones del momento.
- Presta atención a las historias que LinkedIn selecciona cada día. Son un recurso excelente para ver las historias que están cobrando impulso en nuestra red.



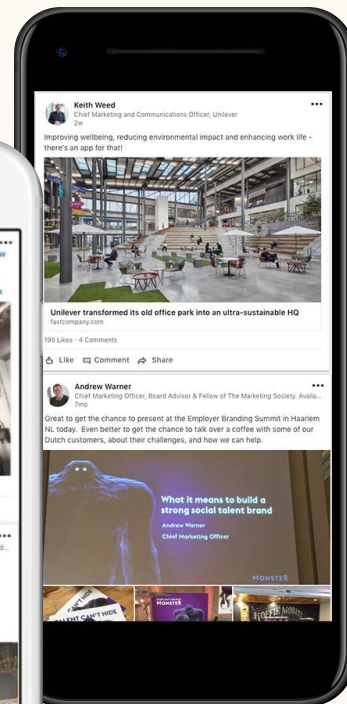
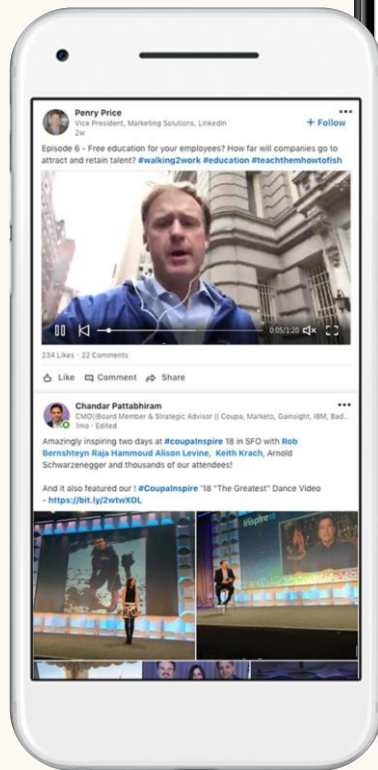
Potencia las voces de tus mejores empleados

Para que demuestren su experiencia

Quienes más publican han observado un aumento promedio del

120%

en la cantidad de seguidores de la página de empresa.



Identifica entre 3 y 5 voces destacadas en tu empresa para reforzar tus mensajes de marketing.

Recomendaciones

Artículos

Sé auténtico

Los usuarios quieren oír tu voz, no un comunicado de prensa.

Asegúrate de que los artículos parezcan venir de ti

Temas existentes

Presta atención a las tendencias en las noticias y en el sector.

Utiliza # (hashtags).

Titulares

Hazte esta pregunta: «En un día de mucho trabajo, ¿haría clic en eso?»

Extensión

La extensión ideal de un artículo es de 600 a 1000 palabras.

Descubre el contenido popular entre tu público objetivo

Conoce a tu público

Filtra la información por función laboral, sector, antigüedad y mucho más.

Location

- Greater San Francisco Area
- Greater Seattle Area
- Greater New York Area
- Greater Chicago Area

Industry

- Information Technology and Services
- Engineering
- Gaming
- Manufacturing

Job function

- Design
- Engineering
- Product Management
- Product Marketing

Topics by audience size

TRENDING TOPICS

- Video Games (7,000)
- Microsoft (3,235)
- Blockchain (925)
- Coding (464)
- Digital Reality (212)
- Amazon (25)

+ Add topic

Articles

Sort by Most recent

AUGUST 13, 2018

Helping employ the next generation of gamers

The thought of jobs done by robots can stir up controversy, especially around ...

MIT Technology Review

123 Likes - 41 Comments - 143 Shares

Video Games Microsoft

AUGUST 3, 2018

The newest technologies in gaming

The thought of jobs done by robots can stir up controversy, especially around ...

LinkedIn - Ernest Duncan

123 Likes - 41 Comments - 143 Shares

Coding Video Games

JULY 26, 2018

Gaming industry takes digital currency to another level with blockcha...

The giant's cloud-computing business offers a look around the replacement of ...

WSJ - Wall Street Journal

123 Likes - 41 Comments - 143 Shares

Video Games Blockchain

Descubre el contenido y los temas con los que interactúan tus seguidores/público en LinkedIn.

Recomendaciones

Publicaciones breves

Comparte

Cuanto más se comparte, más oportunidades habrá de descubrir el contenido

Conversación

Interactúa con los lectores. Cuanto mayor sea la interacción, más se compartirán y visualizarán las publicaciones.

Toque personal

Comparte contenido que te interese, aunque no este directamente relacionado con tu actividad

Variedad

Combina información con noticias de la empresa para proporcionarles contenido valioso a tus seguidores.

Las publicaciones con contenido multimedia, como fotos o videos, generan un **38%** más de interacciones que los enlaces compartidos.

Aprovecha la influencia

de tus empleados

Cuando los empleados comparten contenido, este genera **2 veces más** interacciones que cuando lo comparte una empresa

Distribución

Los profesionales de marketing más eficaces ponen los mensajes en manos de sus empleados para que estos los distribuyan en las redes sociales, en persona y en las llamadas de atención al cliente.

Extensión

Los empleados no solo despiertan más confianza, sino que también llegan más lejos: la base de empleados típica de una empresa **multiplica por 10** el alcance social de la empresa propiamente dicha.



PASO 2

Aumenta el alcance y la interacción mediante la publicidad de pago

Analiza tu contenido orgánico

para determinar cuánto invertir en contenido de pago

Identificar lo que da mejores resultados a nivel orgánico te ayuda a elegir con confianza qué contenido promocionar en LinkedIn con publicidad de pago

Ahora intente implementar una estrategia de pago que conecte tu marca con tus clientes ideales a gran escala

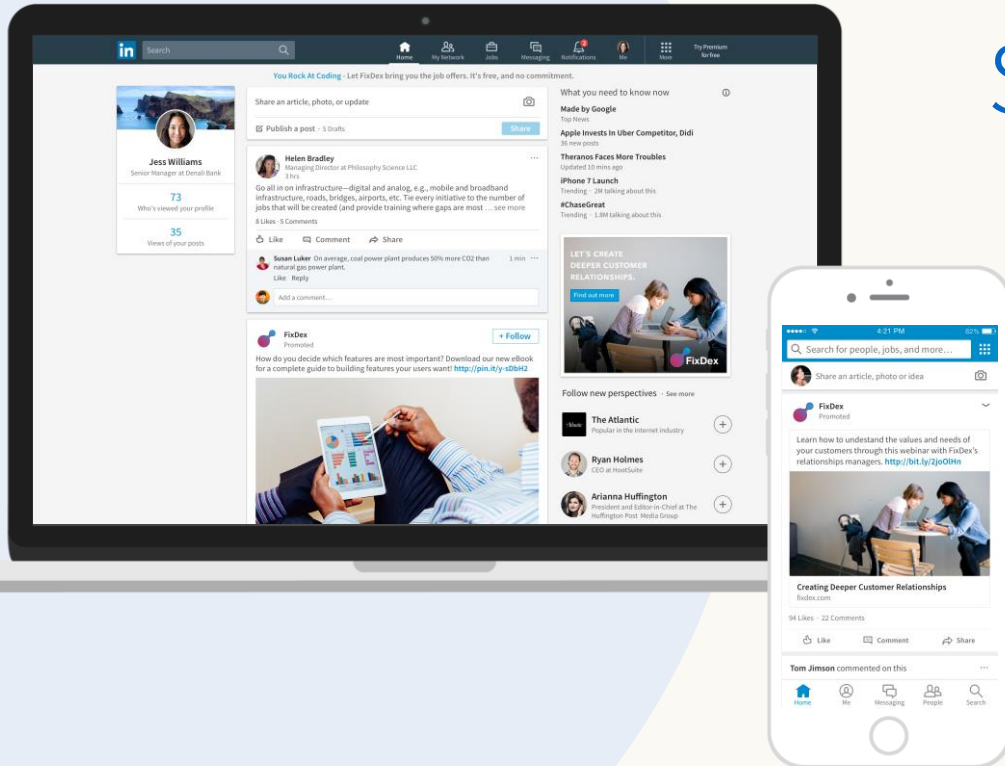
Sponsored Content

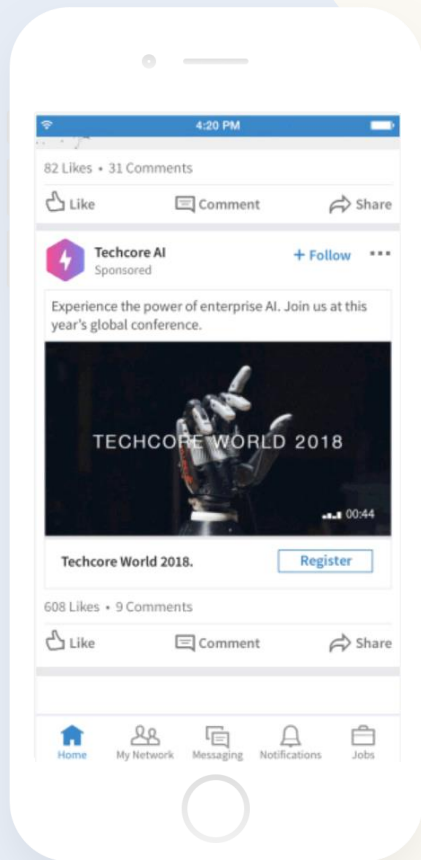
Comparte tus actualizaciones con más personas y atrae nuevos seguidores.

Construye la relación con tus clientes durante toda la jornada de compra en el móvil, computadora y tableta.

FORMATOS:

- UNA IMAGEN
- CARRUSEL
- VÍDEO

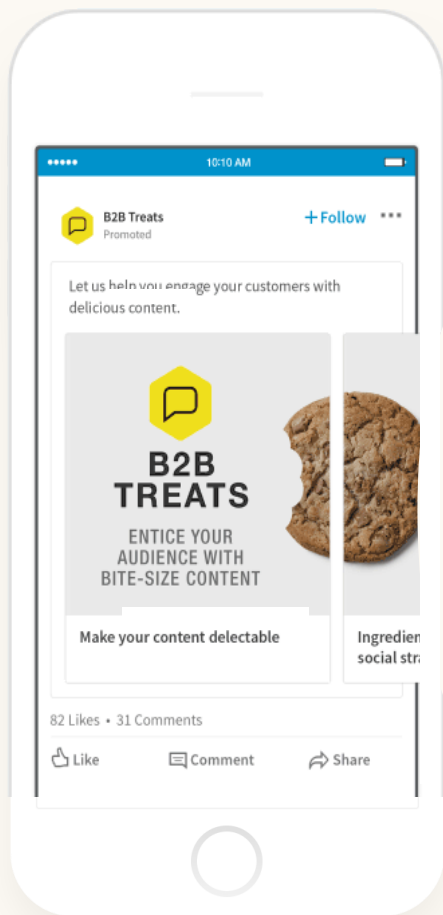




Video Ads (Sponsored Content)

Los anuncios en vídeo impulsan la consideración de compra de los tomadores de decisión en comparación con otros formatos

Más de 50% de los usuarios ven vídeos en tus feeds diarios



Anuncios en Carrusel (Sponsored Content)

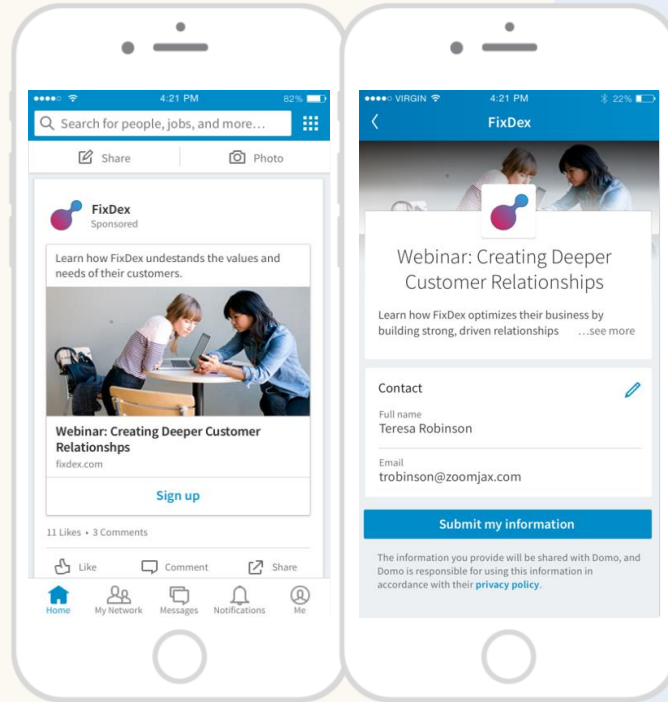
Atrae a los responsables de la toma de decisiones que más importan para tu negocio con visuales atractivos que generan la interacción en computadoras o dispositivos móviles.

Cuenta una historia con una serie de imágenes o videos en un solo anuncio para profundizar más en un tema, presentar una o varias ofertas, o proporcionar insights para tu audiencia

Formulario de Generación de Leads (Sponsored Content)

Obtén clientes potenciales de calidad con formularios automáticos en smartphones y desktop

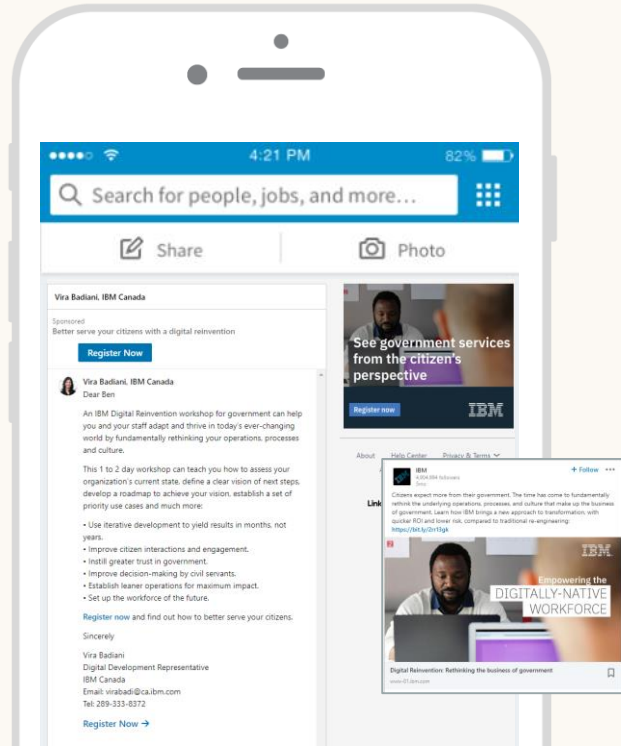
Ten de **3 a 5X** más conversiones a través de nuestro formulario de leads en comparación con el formulario de tu sitio web



Integración con CRMs:



Sponsored InMail



Las tasas de apertura de Sponsored InMail son un **128% mayor** cuando los usuarios son afectados por un Sponsored Content. Combinando productos tu consigues maximizar el impacto de tu audiencia.

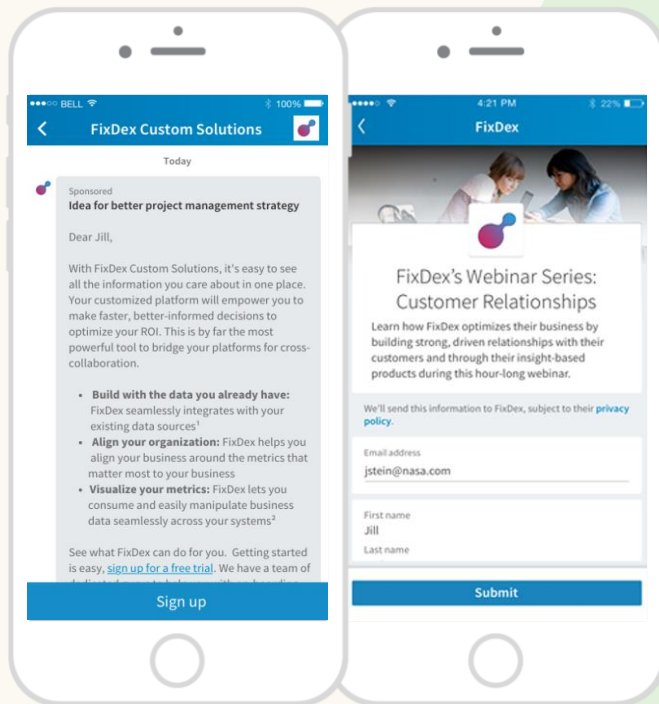
Gran formato para las acciones de adquisición

- Mensajes 1:1 personalizados
- Optimización en móviles
- Contexto profesional:

Nosotros queremos que tu mensaje sea visto, entonces el Sponsored InMail sólo se entrega cuando el usuario está conectado en LinkedIn.

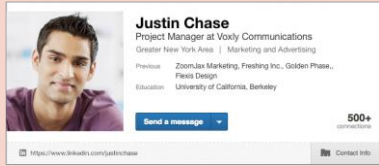
Y cada usuario sólo recibe un InMail patrocinado a cada 45 días

Formulario de Generación de Leads (Sponsored InMail)

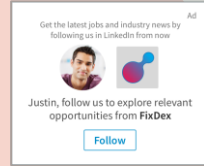


Integraciones con CRMs:

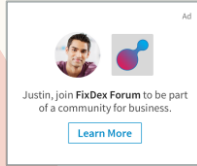




Justin Chase
Project Manager at Voxly Communications
Greater New York Area | Marketing and Advertising
Previous: ZoomLinx Marketing, Firething Inc., Golden Phase, Firefit Design
Education: University of California, Berkeley
500+ connections
Send a message
Contact info



Ad
Get the latest jobs and industry news by following us in LinkedIn from now
Justin, follow us to explore relevant opportunities from **FixDex**
Follow

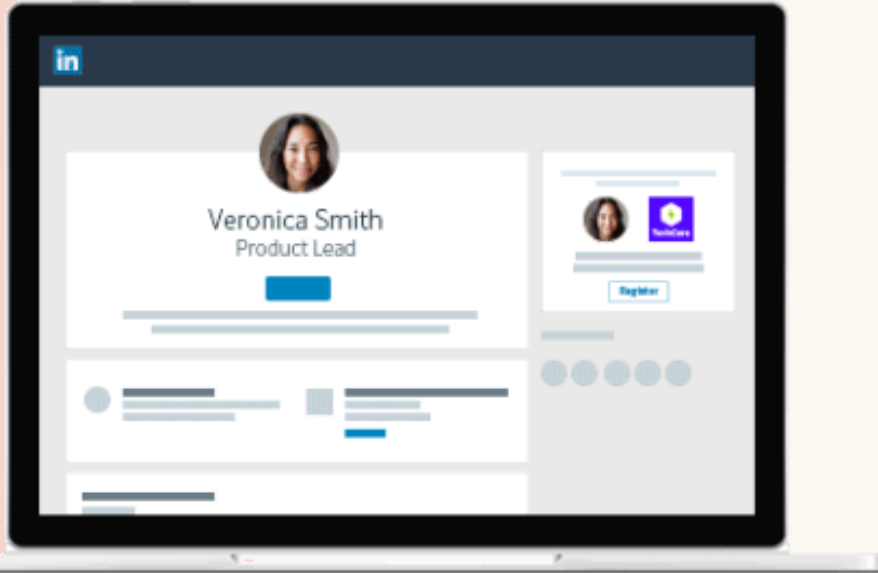


Ad
Justin, join **FixDex Forum** to be part of a community for business.
Learn More

Dynamic Ads

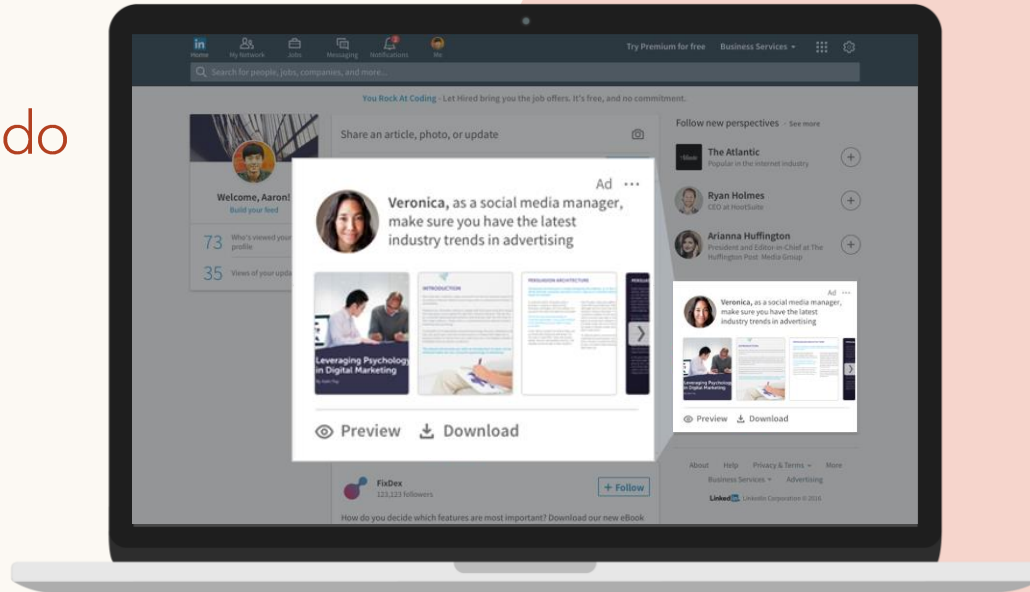
Interactúa con los posibles clientes utilizando anuncios que se personalizan de manera automática.

Adapta los anuncios para dar a conocer la marca, generar tráfico y convertir posibles clientes, y mide y optimiza los resultados directamente en el administrador de campañas.



Anuncios de Contenido (Dynamic Ads)

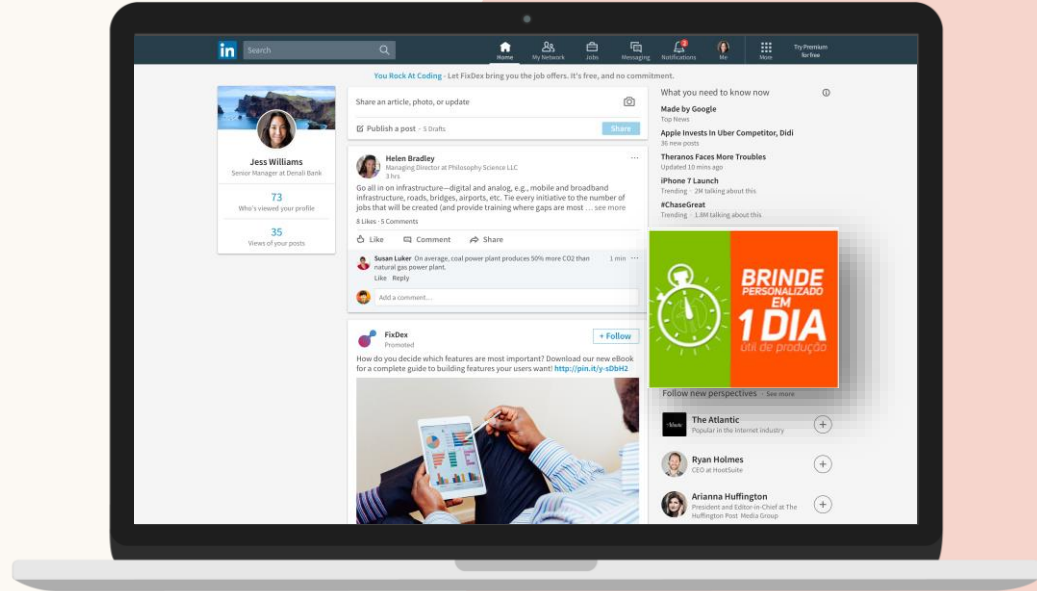
Genera leads cuando los usuarios
descarguen el contenido



Display Ads

Compra de manera programática* el inventario de LinkedIn Display Ads

- Atrae a tu público objetivo e interactúa con él mediante anuncios publicitarios de gran visibilidad
- Aprovecha la exclusiva segmentación de profesionales de LinkedIn, o bien utiliza datos propios o de terceros
- Presenta a tus clientes en la red más vasta y activa de profesionales



*SSP: Appnexus

Promovido



Converge You School
Curso de Big Data & Marketing Intelligence em São Paulo



Social Marketing 101
Turn your customers into social media marketers with our referral platform



Faça um MBA de Qualidade!
MBA FGV, Referência para sua carreira e para sua vida. Consulte Valores.

Promovido



Faça um MBA de Qualidade!
MBA FGV, Referência para sua carreira e para sua vida. Consulte Valores.

Saiba mais



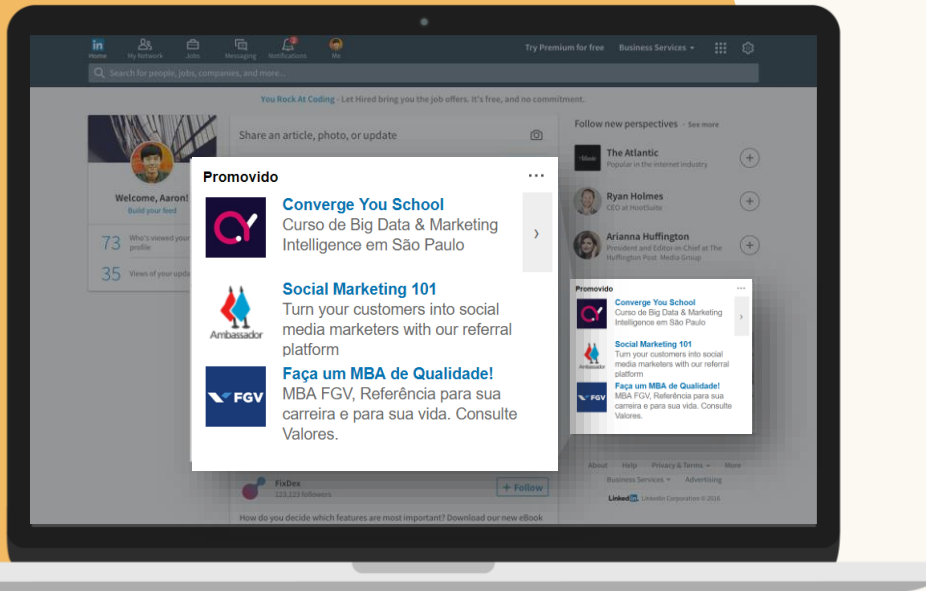
Converge You School
Curso de Big Data & Marketing Intelligence em São Paulo

Saiba mais

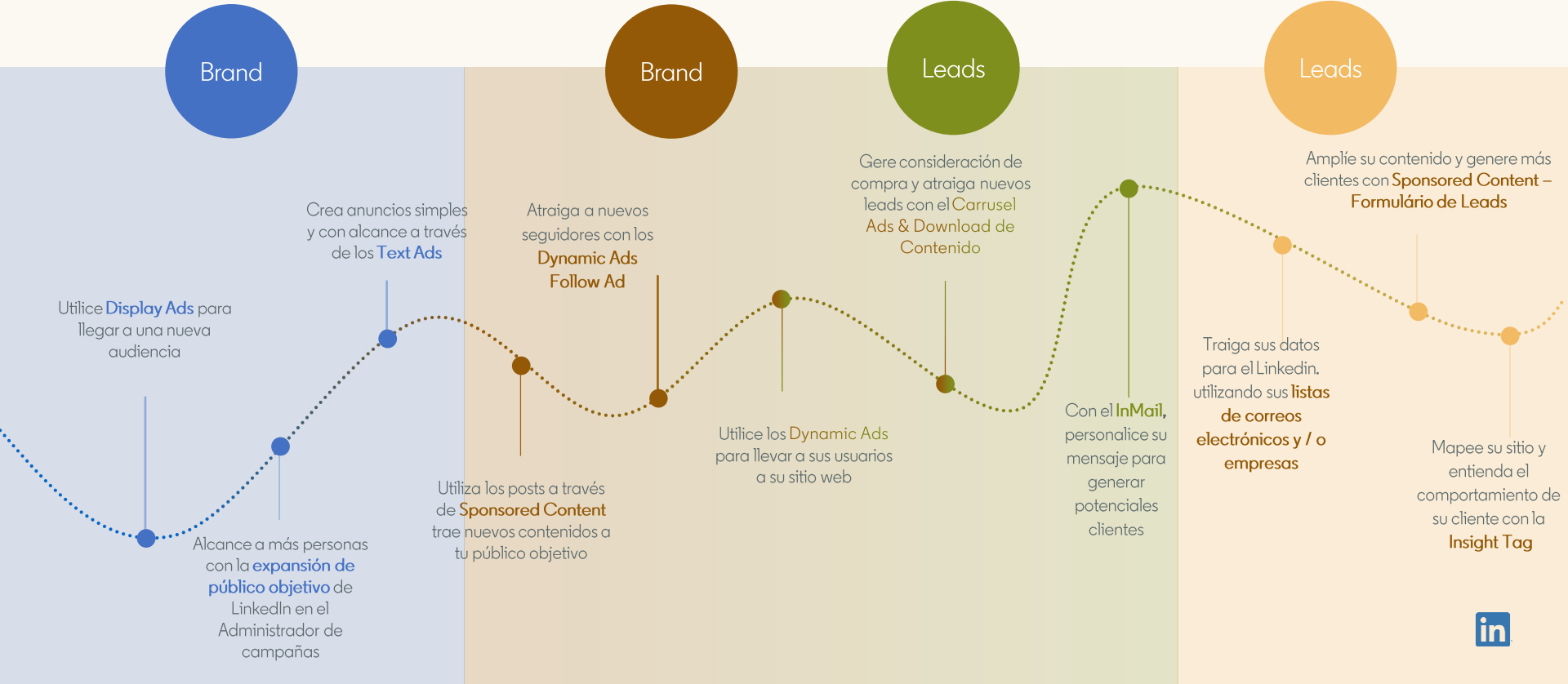
Text Ads

Crea, gestiona y optimiza las campañas dirigidas y personalizadas en sólo unos minutos y de acuerdo con tu presupuesto

Genera reconocimiento al inicio del proceso de compra con una solución de autoservicio fácil de usar



Cómo utilizar las soluciones



Consejos



Sponsored Content

Apunta a lo visual

- Elige imágenes atractivas acordes al mensaje del contenido.
- También es conveniente que mantengas el texto en las imágenes al mínimo.
- Ten en cuenta que el 75% de la interacción con Sponsored Content ocurre en dispositivos móviles, por lo que debes asegurarte de que el contenido se vea genial en pantallas pequeñas

Lo bueno, si breve, dos veces bueno

- Las actualizaciones más breves (es decir, de 150 caracteres o menos) tienden a dar mejores resultados.
- En este tipo de actualizaciones, debes centrarte en cómo se beneficiaría el público objetivo al hacer clic en el enlace

Una pizca de estadística hace maravillas

- Estadísticas y citas breves tomadas de contenido más extenso permiten crear publicaciones muy atractivas.
- Las listas numeradas o las estadísticas sorprendentes son buenas tácticas para llamar la atención.
- Todos están más dispuestos a compartir contenido que los hace parecer informados.

Sponsored InMail

Usa un tono coloquial y sé breve

- Evita los párrafos demasiado largos y trata de usar viñetas.
- Limita el texto del mensaje a menos de 1.000 caracteres para que quepa en el recuadro sin necesidad de desplazarse.

Centra el mensaje en el público

- Usa una macro dinámica para incluir el nombre del usuario o de la empresa en el saludo.
- Asocia la experiencia del público al contexto del mensaje.

Público más valioso

- Tratar de que los ejecutivos abran un correo electrónico (ni hablar de que asistan a un webinar) es un desafío.
- Usa Sponsored InMail para entablar conversaciones individuales con ellos

Llamada a acción

Las siguientes palabras clave son más utilizadas:

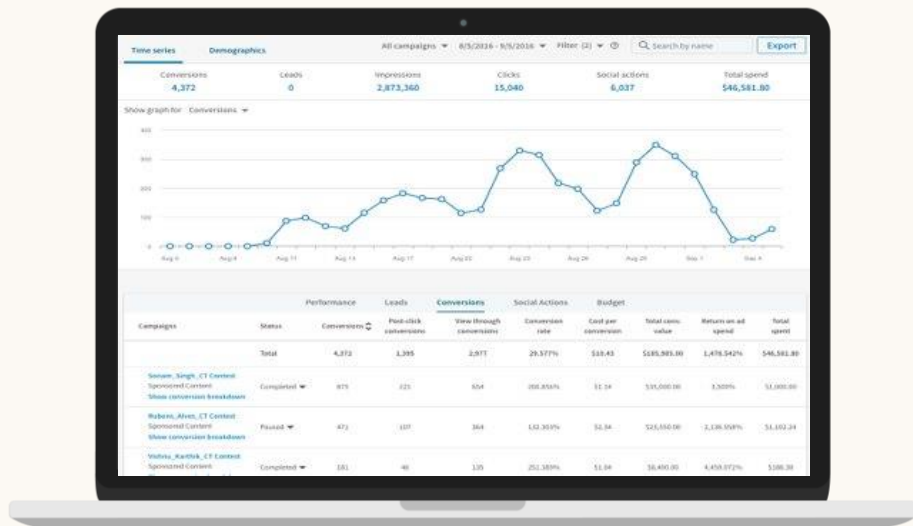
- Prueba
- Regístrate
- Reserva
- Unirse
- Confirmar
- Descargar



PASO 3

Mide, aprende y
optimiza para generar
más impacto

Mensura las conversiones de tus anuncios en LinkedIn



Ve cuántos contactos estás generando con tus campañas

Registra las conversiones del sitio relacionadas con tus campañas. Aprende cuántas veces los usuarios han convertido después de hacer clic o simplemente ver tus anuncios.

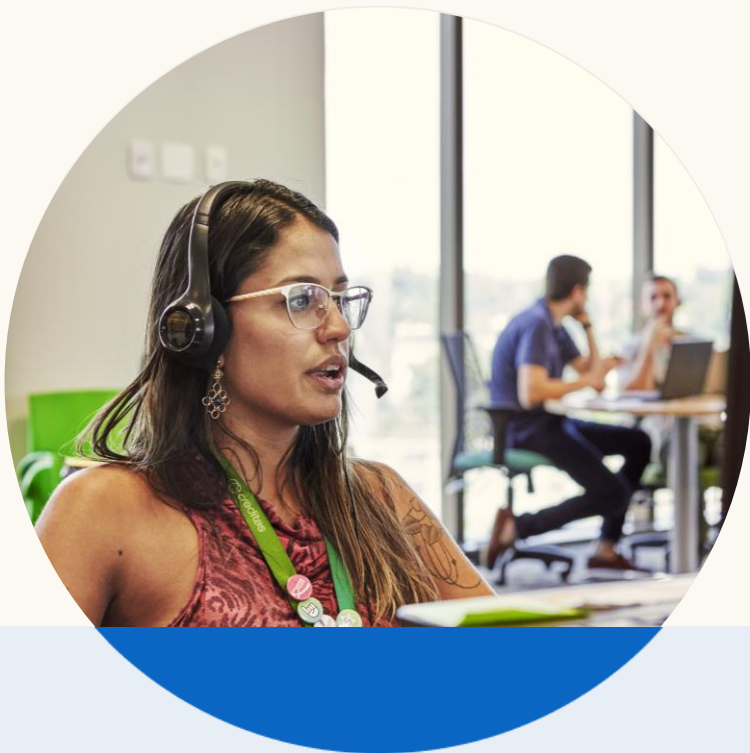
Entiende el ROI de tus anuncios

Muestra el real valor obtenido con tu publicidad en LinkedIn en computadoras y dispositivos móviles, incluyendo el retorno de la inversión en anuncios, costo por conversión y tasa de conversión, utilizando recursos de análisis disponibles directamente en el Administrador de campañas de LinkedIn.

Optimiza para obtener los resultados correctos

Utiliza esta información para optimizar tu contenido, tu orientación y ofertas, entre otros, sin necesidad de salir del Administrador de campañas.





FORMAS DE ATENCIÓN

Self-Service

Sin inversión mínima mensual

Auto-gestión de las campañas sin atención dedicada del equipo de LinkedIn.

Acceso de visualización y descarga de informes y rendimiento de campaña.

Pago sólo vía tarjeta de crédito, en dólares (USD), directo en la plataforma.

Para empezar:

1. Crea una cuenta en [linkedin.com/ads](https://www.linkedin.com/ads) e introduce tu información de pago.
2. Selecciona tu objetivo de campaña y formatos.
3. Segmenta a tu público objetivo dentro de los filtros disponibles.
4. Define tu presupuesto total, diario y el valor de tu oferta para cada campaña.
5. La campaña estará lista para comenzar.
6. Acompaña los resultados, métricas y optimiza el rendimiento.

Si tiene alguna duda, póngase en contacto con nuestro [Equipo de Soporte](#).



Corporativo

Inversión mínima mensual
requirida de acuerdo con el país
de pago*

Consultoría de un Ejecutivo y Gerente de Cuentas, seguimiento y optimización de campañas, envío de informes de desempeño.

Entrenamientos sobre el Administrador de Campañas.

Acceso de visualización y descarga de informes y rendimiento de campaña.

Facturación en moneda local.

*para obtener más información sobre el valor de cada país, enviar un e-mail a:
linkedin@imscorporate.com



Casos de éxito





Caso de éxito: Tecate en LinkedIn

Cerveza Tecate sorprende con la campaña "Rusia nos hará héroes" en LinkedIn a través de un mensaje innovador.

Ver más



Caso de éxito: Canal Sony en LinkedIn

El Canal Sony promocionó la nueva temporada de Shark Tank México a través de LinkedIn, logrando un mayor nivel de alcance y engagement con su [...]

Ver más



Caso de éxito: PAD - Universidad de Piura con...

A través del formato Sponsored Content Lead Gen Forms que ofrece LinkedIn, la Escuela de Dirección de la Universidad de Piura logró conseguir [...]

Ver más



Caso de éxito: Jaguar Land Rover en LinkedIn

A través de formato Sponsored InMail que ofrece LinkedIn logró impactar a hombres y mujeres con un alto poder adquisitivo para que conozcan los [...]

Ver más



Caso de éxito: Escuela de Gobierno y Transformación...

Utilizando los formatos Sponsored InMail y Sponsored Content, la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Tecnológico de Monterrey logró [...]

Ver más



Caso de éxito: Universidad EAFIT en LinkedIn

La Universidad EAFIT utilizó el anuncio más novedoso de LinkedIn para promover su campaña y cumplir con su objetivo.

Ver más



Resumen



Construye tu presencia orgánica

- Cuenta la narrativa de tu marca, publicando contenido de alta calidad periódicamente
- Expande tu alcance para aumentar el conocimiento de la marca
- Capacita tus mejores empleados para divulgar sus conocimientos
- Disfruta de la influencia de tus empleados

Aumenta tu alcance

- Analiza tu contenido orgánico para determinar tu inversión en publicidad patrocinada
- Haz contacto e interactúa con las personas adecuadas a gran escala, con nuestros formatos de publicidad

Analiza y genera más impacto

- LinkedIn puede ayudarte a entender lo que interesa más a tu público, con ideas sobre el *engagement*
- Descubre los atributos profesionales de los visitantes de tu sitio con los datos demográficos del sitio
- Entiende tu ROI de publicidad con el seguimiento de las conversiones de LinkedIn

¡Comienza a crear la presencia
de tu marca en LinkedIn
hoy!

¿Tienes dudas o necesitas ayuda?
Envía un correo a: linkedin@imscorporate.com

¡GRACIAS!