

Cómo sacarle el máximo partido a LinkedIn

Esta red social permite ampliar los contactos profesionales para encontrar trabajo y nuevas oportunidades de negocio



LinkedIn es una red social orientada a gestionar los contactos laborales y a generar otros nuevos con personas de interés en nuestro ámbito profesional. De esta manera, los usuarios pueden fomentar su propia marca personal y encontrar nuevas oportunidades. Según sus promotores, cuenta con 175 millones de profesionales registrados y más de dos millones de empresas que buscan candidatos.

Esta red social funciona bajo un modelo "freemium". Es decir, cuenta con unas funciones básicas de uso gratuitas que se amplían mediante diferentes planes de precios, entre los 22 y los 88 euros al mes. Una de las características de estos planes de precios es la opción de enviar mensajes a cualquier miembro de LinkedIn sin necesidad de estar añadido como contacto (entre 3 y 25 mensajes al mes en función del plan elegido).

Cuidar el perfil

En el momento de utilizar LinkedIn es recomendable añadir al perfil una fotografía reciente y cuidada, así como dedicar tiempo a completar todos los datos, de la forma más detallada posible y mantenerlo



actualizado a lo largo del tiempo con nuevos hitos y novedades.

De esta forma, los contactos profesionales pueden conocer los cambios de trabajo, así como localizar perfiles que más se adapten a un nuevo puesto u oportunidad laboral. Por otro lado, LinkedIn permite crear una url personalizada con el nombre y apellidos del usuario. Esta opción es aconsejable para localizar de forma más sencilla el perfil de un contacto en redes sociales y también para compartir la dirección en otras redes y plataformas.

Es importante incluir formas de contacto en el perfil, como el correo electrónico, entradas a otras redes sociales o páginas personales desde las que se genere contenido profesional interesante. Sin embargo, no es recomendable vincular redes que no se utilicen de forma profesional. Es decir, si se dispone de una cuenta en Twitter, LinkedIn permite añadir automáticamente cada tuit enviado como nueva actualización de estado en LinkedIn. Pero si el uso que se realiza de esta red social es personal, se mostrará contenido irrelevante para el resto de contactos.

Conseguir recomendaciones

LinkedIn ofrece la posibilidad de que compañeros de trabajo o personas con las que se haya trabajado puedan hacer recomendaciones o comentarios sobre el trabajo de un usuario. Este tipo de recomendación permite añadir información de interés al currículum de un usuario. Sin embargo, no hay que obviar la calidad de las recomendaciones que obtengamos -es decir, que estén bien redactadas y provengan de contactos con relevancia- frente a la cantidad; siempre se nos medirá por la primera.

Muchos usuarios utilizan LinkedIn para añadir como contactos el máximo número de usuarios posible. De esta forma, pueden enviarles mensajes de forma gratuita, aunque no siempre es una opción recomendable. A la hora de plantear una tarea de networking, es decir, crear una red profesional de contactos para darse a conocer, lo más aconsejable es ampliarla con los usuarios que puedan ser de interés y siempre dentro de un segundo nivel de cercanía (contactos de mis contactos). Así, estos usuarios pueden ver los contactos en común que comparten. LinkedIn permite realizar búsquedas por nombre completo, por empresa en la que se trabaja, o se ha trabajado, y por el sector al que se pertenece.

Una opción interesante para añadir contactos es importar la agenda de direcciones asociada a una

cuenta de correo electrónico. Para ello, LinkedIn permite importar la agenda desde cuentas de Gmail, Hotmail, Yahoo! Mail o cualquier otra dirección de correo. Puede ser muy útil buscar el perfil de la persona con la que se haya cerrado una reunión presencial para conocer más detalles de su actividad. Sin embargo, hay que tener en cuenta que LinkedIn permite conocer quién ha visitado nuestro perfil de forma reciente.

Participar en grupos

LinkedIn cuenta con un apartado destinado a crear y agregar grupos sectoriales o temáticos. Su objetivo es que los usuarios puedan participar en debates y compartir experiencias o conocimientos. Formar parte en ellos es una buena manera de demostrar capacidades y competencias en un ámbito concreto. Además, permite que otros usuarios puedan acceder a los perfiles de todos sus miembros, lo que sirve como base de datos de profesionales de un mismo sector o área geográfica y aumenta las opciones de visibilidad.

En el momento de utilizar estos grupos debe tenerse en cuenta el tono del mensaje, cuidar la ortografía y tener participaciones donde se aporten ideas y se resuelvan dudas de otros miembros. Una promoción intensiva de uno mismo o de su actividad está mal vista y puede ser perjudicial para los propios intereses profesionales. //