

Tutorial en línea de LinkedIn

Índice de contenidos:

1. [Introducción.](#)
 2. [Condiciones de uso.](#)
 3. [Modalidades de pago.](#)
 4. [Grupos.](#)
 5. [SEO para redes sociales.](#)
 6. [Apps para LinkedIn.](#)
 7. [Mensajes Inmail.](#)
 8. [Estadísticas.](#)
 9. [OpenLink.](#)
 10. [Ficha de Inicio.](#)
 11. [Quién ha visto tu actualización.](#)
 12. [Canales de LinkedIn Today.](#)
 13. [Perfil y configuración de la privacidad.](#)
 14. [Búsquedas.](#)
 15. [Conexión con redes sociales.](#)
 16. [Recursos formativos sobre LinkedIn en Internet.](#)
 17. [Diferentes usos de LinkedIn.](#)
- [Estudiantes.](#)
 - [Buscar empleo.](#)



1.- Introducción.

“Mantener contactos te ayudará a crecer en tu carrera.”

[LinkedIn](#) es ahora mismo la red enfocada a los negocios que mejor funciona, relegando a un segundo y tercer plano a las competidoras de su segmento como [Xing](#) o [Viadeo](#) con muchos menos usuarios y funcionalidades.

Interesa y mucho, conocer todas las posibilidades de esta próspera red social. Por tanto, si desarrollas una actividad profesional, eres dueño de una empresa o buscas simplemente empleo tienes que formar parte de ella.



Los desarrolladores de LinkedIn no paran de actualizar y adaptar continuamente la aplicación web, está en continua evolución. A día de hoy estas son las opciones disponibles en la barra de menú:

- **Inicio.**
- **Perfil:** Editar perfil. Quien ha visto tu perfil. Actualizaciones.
- **Red:** Contactos y Añadir contactos.
- **Empleos.**
- **Intereses:** Empresas. Grupos. Pulse. Educación. Slideshare. Aprendizaje en línea.
- **Servicios profesionales:** Anunciar un empleo. Talent Solutions. Publicitar. Sales Solutions.
- **Cuenta y configuración.** Tipo de cuenta. Anuncios de empleo. Publicidad. Páginas empresariales. Idioma. Privacidad y configuración. Centro de ayuda.

1.1 La extensa base de contactos de LinkedIn.

La base de datos de perfiles de [LinkedIn](#) está compuesta por personas que muestran su CV online para estar visibles y tener opciones de mejorar su empleo.

A la vez se incorporaron perfiles de empresas que buscan promocionar su imagen, empresas de selección y [headhunters](#) que buscan talentos en la red.

“Mantener contactos en redes sociales como LinkedIn puede ayudarte profesionalmente.”

Cuantas más visitas obtengas a tu perfil más subirá tu ranking de posicionamiento.



Cuando dos perfiles se aceptan como contactos verán las comunicaciones sobre cambios en sus empleos Compartirán actualizaciones y contenidos, y podrán validar entre sí sus aptitudes.

A continuación vamos a estudiar las funcionalidades más significativas de LinkedIn para sacarle el máximo partido a ésta increíble herramienta de marketing social.

2.- Uso gratuito.

Para los usuarios particulares el uso de esta plataforma es “gratuita”. Y explicamos este concepto, no tendremos que pagar nada porque precisamente el negocio de LinkedIn es conseguir el máximo de perfiles profesionales. Aclarado este punto, indicamos que antes de entrar a la red tendremos que indicar nuestros datos personales, disponer de un email o dos (por seguridad), indicar nuestra experiencia (histórico) y conectar con personas que tengamos en nuestra agendas digitales ([Gmail](#), [Yahoo!](#), [Hotmail](#), Correo en nuestro PC, otros) y que estén o no en LinkedIn (opcional).



Resulta muy útil estar en contacto con nuestros conocidos cosa complicada antes de la llegada de las redes sociales. Una vez en contacto con ellos a través de LinkedIn aunque cambien de email por poner un ejemplo podremos localizarles a través de su perfil, observando además sus movimientos a través de los distintos trabajos. LinkedIn limita a 3.000 el nº de contactos posibles al igual que ocurre con otras redes sociales ([Facebook](#) 5.000).

Además puedes determinar exactamente cuáles son tus opciones de privacidad, tú marcas lo qué pueden ver en función del perfil del visitante (contactos, visitas anónimas, etc...). Precisamente una característica de esta red es que te avisa de quién ha visto tu perfil (cosa que no ocurre en [Facebook](#) por ejemplo) y ésta opción también se puede configurar para que muestre nuestro nombre o nos muestre como anónimos, pero éstos detalles los estudiaremos más adelante con mayor detenimiento.

3.- Modalidades de pago.

Pero también están las modalidades de pago, por si lo que buscas es poder enviar solicitudes a candidatos de empleo o enviar mensajes comerciales publicitando tus productos a los miembros de la red. Para estas actividades se requiere un usuario con privilegios especiales que se consiguen abonando una cuota anual.

[LinkedIn](#) como herramienta de selección se ha impuesto en el mercado, dando un acceso directo a los reclutadores a los perfiles de los candidatos donde además de poder revisar su C.V. pueden recabar información sobre ellos a través de recomendaciones de antiguos compañeros de trabajo o empleadores. Pero expliquemos esto, con más detenimiento. Si te das de alta como particular podrás exponer tu C.V., participar en grupos de expertos, hacer contactos y comunicarte con ellos a través de un correo web.

Si te das de alta en alguna modalidad de pago podrás enviar mensajes a personas que no son tus contactos pero que te interesan como objetivos comerciales (Leds). También podrás guardar en una base de datos tipo [CRM](#) vía web (Administrador de perfiles) y tendrás acceso a mayor información sobre ellos. Además dispondrás de más opciones de búsqueda de perfiles.

También existen modalidades de pago por anuncios, bien por visualizaciones bien por clics en tus anuncios.

Si tienes una empresa LinkedIn te resultará de gran utilidad como foro dónde se reúnen millones de expertos que exponen sus opiniones y servicios. Sin duda es una gran fuente inspiradora de ideas.

- Ejemplos: [Mejores prácticas de páginas de empresa en LinkedIn](#).

3.1 Modalidades de servicio de pago de LinkedIn.

a) **Job Seeker** está pensado para personas que buscan empleo.

Incluye la posibilidad de enviar mensajes directos a los técnicos de selección o a los anunciantes del empleo a través de 3 créditos de InMail al mes.

Consulta quién ha visto tu perfil con todo detalle y cómo te encontraron. Esta última opción te enseñara que funciona en el posicionamiento SEO de tu perfil. Como candidato destacado aparecerás en las primeras posiciones de las listas de candidatos. Podrás consultar la información de otros candidatos para poder comparar.

b) **Business Plus**. Incluye:

- 15 mensajes inmail.
- Quién ha visto tu perfil en 90 días.
- Búsqueda de perfiles ilimitada y con filtros avanzados.

c) **Sales Navigator Professional.** Enfocado para equipos de venta, permite realizar un seguimiento de los clientes y de los prospectos. Incluye:

- Búsqueda de perfil ilimitada.
- 15 mensajes inmail.
- Filtros avanzados de búsqueda.
- Quién ha visto tu perfil con 90 días.

d) **Recruiter Lite.** Está pensado para empresas y profesionales de la selección de personal.

- Incluye 30 mensajes inmails con plantillas.
- Quién ha visto tu perfil desde hace 90 días.
- Búsqueda con filtros avanzados. Para segmentar mejor. Incluye perfiles de hasta el tercer grado de relación.
- Seguimiento automatizado con alertas para candidatos escogidos. Incluye un informe con todos los candidatos.

Todas las opciones tienen un mes gratis de prueba.

4.- Grupos.



Podemos unirnos a ellos o crearlos, los hay abiertos y privados (de sólo acceso con permiso del administrador). Si creamos uno podremos como establecer quien accede, qué

se publica y si es un debate, una promoción o un empleo. También tendremos permisos para moderar los debates.

Un punto previo a tener en cuenta a la hora de mantener un grupo es si nos merece más la pena ser selectivo aceptando nuestras solicitudes de contacto o por el contrario aceptar cuantas más mejor. En este apartado cada administrador ha de reflexionar sobre los objetivos de su grupo.

Para hacer crecer la comunidad de usuarios de un grupo, LinkedIn nos ofrece la posibilidad de enviar invitaciones fácilmente a nuestros contactos. Para ello tienes que ir a la opción **Intereses / Grupos / (seleccionar tu grupo) / Gestionar / Enviar invitaciones**. Se pueden enviar hasta 50 invitaciones de una sola vez. Los invitados recibirán una notificación con un link para agregarse al grupo en caso de estar interesados.

En la pestaña **Debates** se muestran los hilos de conversación abiertos. En **Promociones** los debates clasificados como anuncios por su autor o por el administrador. En **Empleos** las ofertas de trabajo. En **Buscar** podemos localizar debates de una temática determinada, debates que hemos comenzado o que estamos siguiendo. También podremos localizar, si somos administradores, los debates destacados como Opciones del administrador.

Pasemos a estudiar las opciones de **Gestión de grupo** de LinkedIn. En el menú de la izquierda tenemos:

- **Cola de envíos**. Envíos pendientes de aprobar.
- **Cola de moderación**. Envíos que han sido marcados por los usuarios y que tenemos pendientes moderar como administradores.
- **Peticiones de admisión**. Peticiones de admisión pendientes de aceptar o rechazar, debido que administramos un grupo cerrado.
- **Hacer un anuncio**. Se envía a todos los miembros del grupo que acepten notificaciones del grupo por email y aparecerá como un debate. Se permite un envío por semana.
- **Enviar invitaciones**, (comentado anteriormente).
- **Preautorizar miembros**. Para que nuestros invitados accedan directamente al grupo una vez solicitado el acceso.
- **Participantes**. Incluye el listado de administradores y gerentes de un grupo. Desde aquí podemos cambiar sus funciones a miembro o moderador.
- **Invitado**. Puedes consultar el listado de invitaciones que has realizado.
- **Preautorizados**. Si has invitado a miembros a tu grupo, puedes autorizarlos previamente para que cuando soliciten unirse obtengan acceso inmediato.
- **Configuración de grupo**. En ella podemos habitar las funcionalidades de debates y noticias, así como los permisos y restricciones que damos a los miembros del grupo,... si necesitan moderación, si la admisión es libre o requiere aprobación, el idioma y su ubicación de referencia, y el email del propietario/a.

- **Información de grupo.** Incluye el logotipo, el banner de la cabecera del grupo, el nombre, el tipo de grupo, el resumen, la descripción y nuestro sitio web de referencia. Estas opciones tienen un número limitado de posibles ediciones.
- **Reglas de grupo.** Es una caja de texto libre donde explicar nuestras reglas para el correcto funcionamiento del grupo.
- **Plantillas.** Permiten configurar respuestas automáticas, por ejemplo a personas que solicitan unirse al grupo, mensaje de bienvenida, a las personas que no se admiten e incluso que se bloquean para futuras peticiones.
- **Subgrupos,** permiten dentro de un grupo crear subforos temáticos. En grupos de muchos miembros puede ser una buena idea para mejorar la experiencia de sus usuarios que tienden a especializarse o interesarse en determinados temas y rehúsan recibir “toneladas” de información.
- **Cambiar propietario.** Permite cambiar de propietario.
- **Borrar grupo.** Permite eliminar un grupo.
- **Crear subgrupo.** Ayuda a los usuarios a crear una “isla” donde colaborar en proyectos y temas concretos.

Truco: Los miembros que pertenecen a un grupo pueden enviarse mensaje entre ellos desplegando el [menú contextual](#) que surge al situarnos sobre la foto del miembro.

5.- SEO para redes sociales.

Aparece un nuevo concepto, el posicionamiento natural de tu perfil para que aparezca en las primeras posiciones. Al igual que sucedía con las páginas de empresa en Google.

[Linkedin](#) nos muestra cuantas veces hemos aparecido en las búsquedas y en qué términos (keywords). Para posicionarnos correctamente ayudará que incluyamos las palabras clave por las que queremos que nos localicen en nuestro puesto de trabajo actual y anteriores, así como en la descripción. También se tiene en cuenta que aparezcan éstas palabras clave en tus grupos y aplicaciones.

La imagen social que se proyecta también es importante a través no solo de recomendaciones, sino del nº de contactos, experiencia en el C.V., nº de seguidores o participaciones o aportaciones en grupos (foros). Todos éstos puntos son tenidos en cuenta tanto por seleccionadores como por clientes que buscan proveedores.

6.- Editar el perfil en LinkedIn.

Elementos que podemos añadir a nuestro perfil.

Las **secciones** son informaciones referentes a los idiomas, voluntariados y causas benéficas, empresas y organizaciones donde hemos trabajado, reconocimientos y premios, calificaciones de pruebas, cursos realizados, patentes, proyectos, publicaciones y certificaciones.

En el **extracto** podemos añadir materiales multimedia, como vídeos, presentaciones, documentos, imágenes, ...

En el apartado **experiencia** podemos incorporar nuestra trayectoria profesional e invitar a nuestros contactos a que realicen un comentario o modo de **recomendación**.

Educación o estudios cursados e **información adicional** que incluye intereses, datos personales y de contacto.

En **Aptitudes y validaciones**, son los demás los que confirman nuestras competencias profesionales.

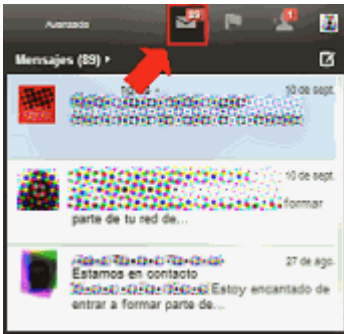
En el apartado **siguiendo** podemos mostrar las empresas y organizaciones a las que estamos conectados para recibir sus noticias y actualizaciones.

Apps para LinkedIn.

Son pequeños módulos que añaden funcionalidades a nuestro perfil en LinkedIn cómo publicar automáticamente nuestras entradas en blogs y redes sociales, mostrar nuestras presentaciones en [slideshare](#),...

7.- Inmail.

LinkedIn cuenta con una plataforma interna de mensajería:



LinkedIn cuenta con una plataforma interna de mensajería que permite en las modalidades de pago enviar mensajes a perfiles que no son contactos directos. Esta opción es muy usada por empresas para dar a conocer sus productos y servicios. Dependiendo de la modalidad se dispone de un número de inmails para enviar que se reponen cada cierto tiempo.

8.- Estadísticas.

LinkedIn nos muestra quien ha visitado nuestro perfil junto a las tendencias estadísticas de los últimos días. Por ejemplo:

- Con qué frecuencia se ha visto nuestro perfil
- Cuántas veces hemos aparecido en la búsqueda de LinkedIn (debido al posicionamiento SEO)
- Ubicación geográfica en Dónde están las personas que ven nuestro perfil

Cómo puedes observar en la imagen adjunta, también se muestra la tendencia o cambio entre los datos actuales y el histórico, de esta manera podemos saber si estamos haciendo bien nuestras labores de posicionamiento.

En las suscripciones de pago ([Cuentas PREMIUM](#)) además se nos muestra las palabras clave con las que nos encontraron y los sectores de las personas que han visitado nuestro perfil. De esta manera podemos comprobar si estamos segmentando bien nuestras acciones comerciales.



9.- OpenLink.

Si está habilitada esta funcionalidad permite que todo el mundo contacte con ese perfil. Se da en usuarios Premium y es una manera de abrir nuestro perfil a una red con menos restricciones de privacidad que la tradicional de LinkedIn.

Por ejemplo al unirnos a OpenLink permitimos que cualquier usuario pueda enviarnos un mensaje o una oferta de empleo sin que tengan que emplear una presentación (a través de un conocido) o utilizando mensaje InMail.

Visto de otra manera, si no disponemos de una cuenta de pago y localizamos a un perfil desconocido de Openlink, podremos enviarle un mensaje directo.

10.- Ficha Inicio.

Parecido al muro de Facebook, es el tablón de anuncios dónde podemos consultar todas las actualizaciones de nuestros contactos y a la vez publicar las nuestras. Algunas de éstas actualizaciones son automáticas como el cambio del CV online, unirse a grupos o recomendar entradas de terceros.

Pero también podemos publicar directamente al igual que hacemos en los grupos una entrada con nuestra opinión o enlazar a algún contenido interesante. Un gran medio sin duda para difundir nuestros servicios profesionales o darnos a conocer. En la imagen vemos como hemos llegado a 170 profesionales con nuestra publicación, de las cuales 54 ni siquiera son contactos directos:



Por otro lado podemos recomendar y compartir las entradas y actualizaciones de nuestros contactos y enlaces patrocinados (los vemos porque hay un anunciante que paga por ello a LinkedIn). Si comentas sobre un recurso compartido aparecerá tu texto al pie y automáticamente aparecerá como recomendado por ti, por lo que lo verán tus contactos.

Los comentarios sobre recursos se pueden eliminar.

11.- Quién ha visto tu actualización.

Mide el efecto de nuestras publicaciones en nuestra audiencia. Nos muestra que perfiles han visitado nuestro perfil (esta funcionalidad no la ofrece Facebook). A partir de esta información podemos establecer nuevos contactos.

12.- Canales de LinkedIn Today.

La idea es que recibamos previa suscripción artículos de gurús y medios de comunicación. Están agrupados por temas. (Similar al menú Inicio de Facebook y seguir a una publicación o persona).

13.- Perfil y configuración de la privacidad.

Es quizá la principal función de LinkedIn mostrar el CV online de millones de profesionales de todo el mundo. A partir de ella se construye esta inmensa red social profesional.

13.2 El perfil en LinkedIn nuestro CV online

Ni que decir tiene que nuestra visibilidad en esta red depende en gran medida de mostrar un perfil completo y bien orientado a nuestros objetivos comerciales (target) o actividad (para búsqueda de empleo).

LinkedIn nos ayuda a través de un asistente a completar nuestro CV online y nos preguntará periódicamente sobre los datos pendientes de cumplimentar. De cómo cumplimentemos nuestro CV online y de los términos, experiencia y aptitudes que indiquemos dependerá nuestro posicionamiento en LinkedIn, de forma que otras personas interesadas en nuestros servicios nos puedan localizar.

También, se completará nuestro CV a través de la validación de nuestras actitudes por parte de nuestros contactos.

Cada usuario/a tiene una dirección web única dentro de LinkedIn, ésta se puede ver debajo de nuestra foto y podemos personalizarla con nuestro nombre dentro de las opciones disponibles. Date prisa, antes de que se te adelanten otros miembros con tu mismo nombre y apellidos.

13.3 Privacidad.

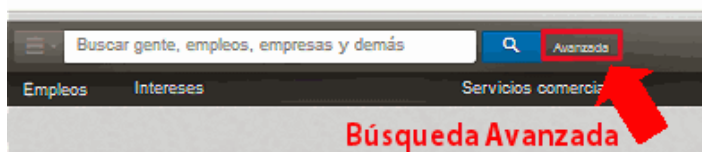
Los emails de los grupos pueden configurar para recibirlos cada cierto tiempo o desactivar su recepción. Es una tarea que periódicamente podemos realizar para recibir el correo que necesitemos en ese momento. Ver configuración de alertas.

Las actualizaciones de los contactos que no nos interesen se pueden ocultar al igual que sucede en otras redes sociales como [Facebook](#).

En el menú **Privacidad y Configuración / Perfil /** se puede activar o desactivar la difusión de nuestras actualizaciones y actividad. Si no te interesa que terceros vean tus contactos también los puedes desactivar seleccionando que perfil puede ver tus contactos. En este apartado también puedes configurar qué información sobre nosotros puede ver los perfiles que visitemos.

14.- Búsquedas.

Incluye la opción búsqueda avanzada, dónde podemos filtrar por múltiples criterios e incluso guardar los criterios de búsqueda creando una alerta que nos avisará por email cuando se incorporan nuevos registros a la misma.



15.- Conexión con redes sociales.

Permiten crear una carpeta con los contactos de nuestras redes sociales. Puedes instalarlo con esta [descarga del Outlook Social Connector](#) compatible con las versiones 2003, 2007 y 2010 del cliente de correo electrónico de Microsoft. Además instalar el [LinkedIn Outlook Connector](#) y reinicia para seguir las instrucciones del asistente. En la última versión [2013 de Ms Outlook](#) viene incorporada la funcionalidad de conectar nuestra agenda con las redes sociales sin necesidad de instalar ningún complemento.

16.- Recursos formativos sobre LinkedIn en Internet.

Hemos seleccionado de Internet excelentes guías que te servirán como complemento a este tutorial:

16.1 Libros en formato papel, PDF y ebooks.

- La referencia oficial en Internet de LinkedIn está en ayuda.linkedin.com. Trata todas las opciones de la aplicación web.
- Tienes un manual básico de LinkedIn en PDF en la web proyectoempleo20.es

16.2 Blogs y artículos relacionados.

- Excelente blog donde se tratan aspectos interesantes de uso, como por ejemplo la inserción de plugins en webs para mostrar información y enlaces a nuestras cuentas personales y de empresa en LinkedIn en ignaciosantiago.com

17. Diferentes usos que podemos dar LinkedIn.

17.1 Nueva red social para estudiantes linkedin.com/edu/.

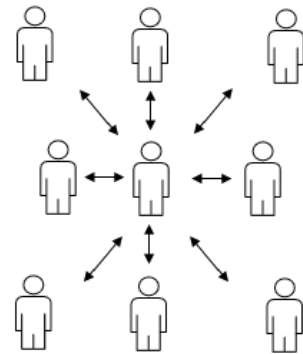
El nuevo linkedin.com/edu/ es una nueva herramienta online (en modo red social) pensada para que los estudiantes de secundaria accedan a más información sobre las universidades dónde desean cursar sus estudios. Podrán contactar con otros alumnos, padres, profesores...

17.2 Buscar trabajo en LinkedIn. Se recomiendan una serie de buenas prácticas que pueden ayudarnos a contactar eficientemente y dar buena imagen.

Antes de nada comentar que sólo por el hecho de entrar a formar parte de esta red social, tendremos acceso a un apartado de empleo donde podremos localizar ofertas.

Pero por si esto no fuera suficiente, pasemos al plan B y seamos proactivos. Por ejemplo, es muy importante utilizar **foto de perfil**, lo más bonita posible y siempre sonriendo y en un entorno laboral (mejor que festivo o vacacional). Dejar el icono estándar sin foto personalizada puede causar desconfianza al reclutador.

Los **perfiles de LinkedIn** son microsites por lo que como cualquier páginas web tiene un posicionamiento SEO tanto dentro de LinkedIn como fuera en buscadores tipo Google, o Bing, ... Por tanto, cuanto más completo esté nuestro perfil y más veces aparezca con sentido una determinada palabra por la cual queramos aparecer en las búsquedas, tanto mejor.



Escoge bien como nombras y defines tu cargo actual pues cuenta mucho a la hora de que aparezcas en las búsquedas para un determinado puesto. Describe tu trayectoria profesional en base a tu trabajo y experiencia y nunca dejes en blanco el campo puesto **Actual**.

Haz pruebas y busca por el puesto deseado y comprueba los resultados, revisa los candidatos/as que aparecen en las primeras posiciones ¿Cómo han descrito su C.V. online? Quizá puedas aprender algo de ello y de cómo funciona la indexación de resultados de LinkedIn.

Si estás en búsqueda activa de empleo, indícalo tal cual o utiliza eufemismos como Buscando nuevos retos o En búsqueda de nuevos proyectos, etc.

Si consigues que además antiguos compañeros de trabajo o amistades te **recomienden** mucho mejor.

En el caso de profesionales **disponer de un blog** dónde mostremos nuestro conocimiento y experiencia resulta de ayuda. Los artículos publicados se pueden enlazar desde nuestro perfil y además podremos incluir en grupos de discusión específicos.

Por otro lado, si tus pretensiones es ser empleado de compañías de un determinado sector, síguelas y únete a grupos específicos de tu actividad. Tu **comentarios e interacción** con otros miembros también hablarán de ti y tu profesionalidad.

Construye tu red de calidad, está bien disponer de miles de contactos pero céntrate en tu red de interés e **interactúa** con ellos sin llegar a ser una molestia.

Realiza un **seguimiento** del éxito de tu perfil a través de la opción “Quién ha visto tu perfil”, que si bien se presenta manera limitada en cuentas gratuitas, sí que resulta orientativa de nuestro buen hacer.

“LinkedIn es una herramienta que facilita conseguir empleo en otros países”.



Notas: En el momento de redactar esta guía en línea, la red social LinkedIn cuenta con más de 300 millones de usuarios.

Aprender más sobre LinkedIn:

<http://www.formacionprofesional.info/manuales-y-tutoriales-en-linea-de-linkedin/>