

Americaeconomia.com, 11 de Noviembre de 2010

5 claves para sacar provecho a LinkedIn

Esta red social se ha convertido en herramienta indispensable para profesionales cotizados en el mercado, y también para los headhunters.

Mariana Osorio

Que las redes sociales son parte de la estrategia de marketing de casi toda empresa no es ninguna novedad. Pero LinkedIn, creada en 2002 especialmente para profesionales, es una herramienta de la que se habla menos, a pesar de que sus características hacen que convenga saber de qué se trata.

Desarrollada para que los usuarios establezcan en el mundo 2.0 un recurso para dar a conocer competencias, experiencia y aptitudes, LinkedIn ya alcanzó los 80 millones de usuarios en todo el mundo y permite generar una completa red de contactos, fomentando el networking.

Para Ximena Rodríguez, gerente de clientes de la empresa de headhunting chilena SommerGroup, LinkedIn es una verdadera vitrina para los profesionales, donde pueden colocar su trayectoria profesional a disposición del mercado.

Además, lo cataloga como una gran oportunidad para los headhunters. "Puedes ubicar a alguien con el perfil idóneo para un puesto en particular", dice. Además, indica que los profesionales pueden recibir ofertas aunque no lo estén buscando, incluso del extranjero", señala.

Pero LinkedIn también es una buena plataforma para intercambiar información y conversar sobre temas de interés particular. "La gente puede obtener conocimiento y contactar con gente con la que normalmente no podría, sobre todo para conseguir y ofrecer conocimiento", dice Miguel Fernández, ingeniero en telecomunicaciones y profesor de la española Mondragón Unibertsitatea.

Para sacarle el mejor provecho posible a LinkedIn, les pedimos consejos a estos y otros expertos, quienes nos entregaron sus "tips":

1. Actualizar el perfil y pensar la foto

"La primera recomendación es actualizar constantemente tu información, los que están interesados en tu perfil tendrán más información de lo que haces y la forma de trabajar. Analiza bien el contenido de tu currículum online", dice Juan Lozano, CEO de la agencia mexicana Publicidad Directa Online.

Para el consultor de marketing en Internet Carlos Cabrera, de Perú, el estado actual -que se define en la cabecera del perfil- es sumamente importante. "Trata de ser concreto pero mostrando tus capacidades en un par de líneas. Esa será la primera impresión para los visitantes de tu perfil, así que sé inteligente y piensa bien lo que pones en ese pequeño espacio", advierte.

Miguel Fernández destaca que la foto es imprescindible "Un perfil sin foto no le interesa a nadie", asegura. Eso sí, ¡Atención! que LinkedIn no es lo mismo que Twitter o Facebook. "Ten en cuenta que es un perfil profesional, obviamente no vas a subir una foto que te haga parecer divertido o sexy (incluso si lo eres), debes lucir profesional", complementa Cabrera.

2. No descuidar el extracto, que es donde está la esencia

"En muchos perfiles no hay extracto, pese a su importancia, pues es un par de párrafos en que resumes en qué eres bueno. Eso puede marcar la diferencia entre contratarte a ti o a tu empresa o no hacerlo", dice Fernández.

Con la aplicación Google Presentation, se puede grabar un pequeño video que luego se puede agregar también al perfil. "Tiene efecto", dice Fernández.

3. Desarrollar buenos y verdaderos contactos

"Si no tienes contactos, la visibilidad que vas a tener en LinkedIn es muy limitada", dice Fernández. Para agregar a gente que no conoces, siempre hay que presentarse con una justificación. Siempre tiene que haber algún nexo, aunque sea el simple interés personal en el trabajo de la otra persona.

Personalizar la dirección del perfil público y agregarlo a la firma propia de correo electrónico es un buen truco para sumar contactos. "Así tienes más posibilidades de tener más contactos cuando intercambias correos con la gente", comenta Fernández.

"Esta es una red profesional, no de amigos, ni de hobbies", dice Juan Carlos Barahona, profesor de administración en innovación y tecnología de Incae Business School, y agrega que nunca se debe aceptar a gente desconocida.

"Busque calidad en los contactos más que cantidad, pues el valor de esta red está en que las personas que uno puede encontrar es por medio de gente que conoce y que puede dar referencias profesionales", indica Barahona.

Según explica el académico, la evidencia muestra que en posiciones ejecutivas, las recomendaciones de los "amigos de los amigos" son las que facilitan las contrataciones.

Carlos Cabrera advierte que los contactos deben ser cultivados, es decir, las relaciones deben tener un valor por sí solas que se mantenga en el tiempo, "de lo contrario, te convertirías en un coleccionista de conexiones", indica.

"La idea es mirar a LinkedIn como tu sala de juntas versus tus relaciones en Facebook o Twitter, que son conversaciones de cafetería", dice Cabrera.

4. Participar en los foros

Conviene tener actividad, para despertar la curiosidad de la gente que está en LinkedIn, pues no hay que olvidar que si se ingresa casi siempre es por algo específico. De este modo, se puede buscar grupos por temática, que tienen debates y noticias sectoriales, donde es posible obtener nuevos conocimientos y demostrar competencias.

"La otra particularidad de los grupos es que puedes acceder a los perfiles de todos los miembros, sean o no contactos tuyos", indica Fernández, lo que en la

práctica es acceder a bases de datos de currículums en temas especializados y aprovechar de dejar el propio, como si no quiere la cosa.

5. Recomendar

Pese a que según Ximena Rodríguez “las compañías de headhunting siempre van a requerir recomendaciones del empleador anterior”, es positivo tener gran cantidad de recomendaciones por parte de la red. “Pide a tus amigos, colegas o compañeros de trabajo que te recomienden, y tendrás mayor calificación en LinkedIn”, dice Lozano. Y atención, que también es bueno recomendar, pues ese acto confiere autoridad y legitimidad.