

¿logramos a ser contenidos más, uno muy interesante es nuestro estrategia de redes sociales y particularmente, en este momento vamos a hablar de LinkedIn.

Vamos a hablar de LinkedIn y particularmente, dentro de lo que podemos decir de LinkedIn, vamos a estar hablando sobre "personal branding" en LinkedIn, es decir, "marca personal", cómo posicionarnos, en este caso, como profesionales y asesorar a un profesional dentro de esta red social muy particular y muy importante. Así que, vamos a ir avanzando en marca personal aplicada a LinkedIn, ¿sí?

En este caso, tiene una idea sobre, particularmente LinkedIn, es, es el signo de estados ha tenido la posibilidad de participar dentro de la red social o ha estado hecho un poco de ella, pero, dentro de lo que tiene que ver con el estado y la contextualización del contenido, están aplicados siempre al ámbito profesional, al ámbito de empresas, al ámbito del lugar de trabajo, a algunas recomendaciones que hacen que ver con una cadena a nivel corporativo, bueno, distintos tipos de cosas que hacen a la red social o a esta red social.

Recomendar, como siempre estamos hablando, cada una de las redes sociales, más allá que en algunas compañías algunos requerimientos técnicos al momento de funciones, hay otros cuestionos que tienen que ver con la contextualización del contenido que son importantes a tener en cuenta.

De contenido de Instagram o de Facebook, cuando no hacemos en LinkedIn, independientemente que ciertos aspectos coincidan en requisitos técnicos, así que vamos a poner énfasis en este caso, a cómo podemos ir desarrollando y contextualizando nuestro contenido para esta red social.

¿Por qué podemos estar en LinkedIn? Por varias razones. Así que vamos a ir detallando algunas de ellas, ¿sí?

primero estamos buscando en redes sociales, relaciones con otros profesionales, obtener conexiones, en tu caso propia profesional, encontrar compañías o proyectos en donde insertar, potenciar clientes, amigos o conocidos dentro del ámbito profesional, difundir proyectos que hemos desarrollado, mantener el contacto con otros colegas actuales o anteriores, de anteriores empresas, de anteriores proyectos, aprender más sobre algún tema en particular, identificar posibles mentores, posicionarse como profesional experto en algún tema, recomendar o ser recomendados dentro de lo que tiene que ver con el desarrollo de la marca personal, obtener tráfico a nuestra web o blog y otras cosas por las cuales también podemos estar pensando en utilizar LinkedIn dentro de nuestra estrategia digital.

En este caso, es el target de los profesionales, debido a la naturaleza de la segmentación que tiene el LinkedIn al momento de que hacemos un perfil y la caracterización de los datos que le poder a cada uno de los usuarios y empresas que nosotros estamos participando en LinkedIn, tiene también la posibilidad de que al buscarlo te permita tener ciertos aspectos de una persona asociada al ámbito profesional, es que empresas trabajo, cuántas empresas tiene una empresa, por lo menos en largo, en definitiva, cuáles son las especialidades de tal profesional, distintos tipos de cosas que nos permiten a nosotros desde el buscador ya ir entendiendo de una serie de aspectos que pueden ser relevantes, según la estrategia digital que nosotros estamos llevando a cabo, en este caso, nosotros dentro de lo que tiene que ver con el crecimiento y el posicionamiento de nuestra marca, LinkedIn puede ser también ese lugar de red de contactos al que nosotros alguna empresa o alguna persona que distintos tipos de acciones que vamos a poder hacer, ¿sí? en este caso, desde aceptar contactos que no tenemos, si queremos ser un quite más o no e interactuar y mantener relaciones la bidireccionalidad de LinkedIn, al momento de nosotros tener un amigo en LinkedIn o un contacto de primer grado, como se llama, esas personas, pueden ver las publicaciones y nosotros podemos ver las de ellas, a diferencia de que si alguien nos sigue, es donde nosotros no vamos a poder ver las publicaciones de la otra persona, pero la otra persona sí puede nosotros. Si nosotros trabajamos nuestra cuenta, le configuramos para que sea una cuenta de generación de contenidos o una cuenta profesional, podemos habilitar está función de seguimiento, otro, vamos a estar así como lo tenemos en Facebook, compartiendo con amigos o contactos de primer grado, como los llamamos en LinkedIn. Entonces, en función a lo que ya quiero ver en mi red social y en función a cómo yo quiero estar en red, voy a definir si acepto contactos o no que conozco o no, según, bueno, las cosas técnicas de cada uno de los contactos que se presentan, "cuando tener la iniciativa", si, puedo tener la iniciativa. De hecho, es recomendable empezar a tomar la iniciativa de empezar a generar y recibir la propia red, es definitiva, es función a profesionales de campo industria, a profesionales que están especializados en campo área, vos puede empezar a investigar en LinkedIn por este buscador reconocido de una manera muy especial. A diferencia de otros buscadores, éste está muy asociado a las especialidades de las industrias, a estrategias de facturas que pueden ser interesantes, pueden tomar la iniciativa de buscar, es así, particularmente especialidades en marca personal, especialidades en gestión de proyectos o lo que nos están buscando, al momento de asesorar una marca o de generar una web como profesional. Puedo agregar o aceptar limitadamente, es, no puedo agregar o aceptar limitadamente para las cuentas normales, igual tengo un espectro amplio de contactos fuera de mi red contactos, puedo tener dentro de lo que tiene que ver con una red orgánica, sin embargo, por ella, también tienen sus límites