

7 NOES que te
condenarán en
LinkedIn

Linked**GROWING**

Se me ocurren siete pero podrían ser más. Siete pecados capitales que está en nuestra mano evitar para ser más efectivos en LinkedIn. Porque en nuestra mano está redimirnos y sacarle partido a esta red. O tal vez escojamos seguir pecando...

1. No CREARÁS tu cuenta de LinkedIn en vano

En España ya somos más de 10 millones de usuarios. Un gran número, ¿verdad? De todas formas me gustaría conocer el número real de gente que efectivamente usa esta red para sus objetivos profesionales. Es más, incluso cuál es el porcentaje de gente que realmente ha hecho algo más que crearse un perfil y ya.

Y es que **si realmente queremos saber qué se puede sacar de esta red habrá que usarla**. Y sí es posible para buscar objetivos profesionales. Los podemos encontrar (con trabajo y estrategia).

Una buena forma de identificar a esos usuarios "pasivos" en LinkedIn es analizar su actividad (igual ni la tienen) entrando en su perfil. Debería aparecer entre los Datos Destacados y la Experiencia profesional como se muestra.



2. No POSTUREARÁS

El famoso postureo se podría resumir en un dicho (o refrán) que reza así: La mentira tiene las patas muy cortas. Y es que el postureo visto como una pose, como algo irreal, como una mentira (o varias) de la información real de lo que somos profesionalmente tiene ciertamente las patas más bien cortas.

Si bien es cierto que **todos nos consideramos los mejores profesionalmente, otra cosa bien distinta es demostrarlo**. Para ello una recomendación es que lo que contemos en nuestro perfil sea real y demostrable, nada de vendehumos. Ojo, eso no es incompatible con hacer de nuestro perfil un escaparate profesional atractivo. Pensemos siempre en quién puede estar visitando nuestro perfil y cuáles serán sus impresiones al leer determinadas afirmaciones.

¿Qué no sabéis mucho sobre postureo? os dejo un enlace interesante: <http://bit.ly/2VZ4vNd>

3. No INVITARÁS en vano

No sé si esta negación será una batalla perdida pero yo me la aplico. En mi caso nunca invito sin personalizar la invitación. Y aún con la invitación personalizada hay veces que no consigo respuesta. ¿Cuánto más esperaré conseguir si no hago el esfuerzo de poner el motivo del contacto?

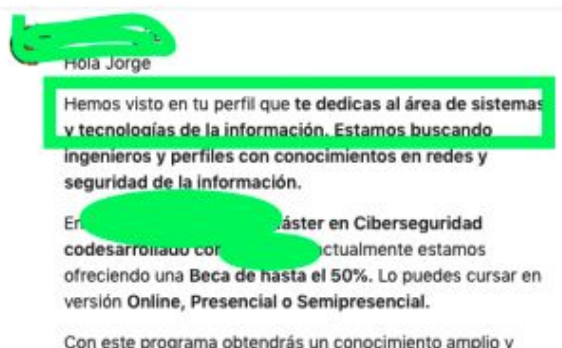
Realmente pensemos en lo que significa contactar con ese usuario que nos interesa tanto y la oportunidad que estamos perdiendo al enviarle una invitación sin ninguna información adicional. **¿De verdad nos vale todo el mundo y contactarlo de cualquier manera?** Yo no quiero ser un cromó más para tu colección de 30.000 contactos...¿y vosotros?



4. No COMERCIALIZARÁS agresivamente

Que seamos contactos no implica ni más ni menos eso: que estamos "unidos" en una red profesional. Y por algún motivo. Ese motivo en la mayoría de los casos es **porque todos queremos vender algo**: una colaboración, una candidatura, un producto, un servicio. Y es muy lícito. Otra cuestión es la forma de hacerlo.

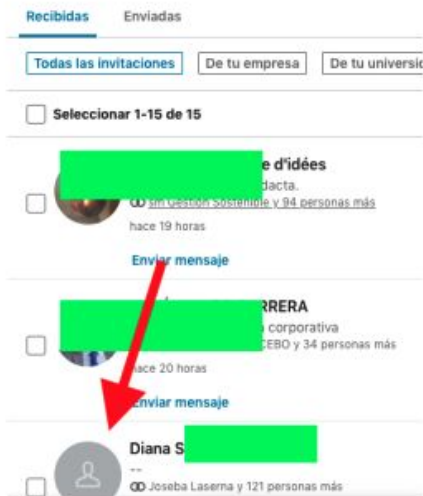
Realmente, tener un contacto y que para lo que te quiera es para escribirte indiscriminadamente sin fijarse en la información de tu perfil, tu experiencia, sector, preferencias, etc... da qué pensar. Y pensar seguramente en eliminarlo o dejar de seguirlo al menos. Un ejemplo es este mensaje recibido recientemente (y yo sin saber que me dedicaba al área de sistemas y tecnologías de la información)



5. No ESCONDERÁS tu cara

Ay, el sentido común tan poco usado en tantas ocasiones. Y es que si realmente hemos dado el paso del primer NO (ya no tenemos una cuenta de LinkedIn en vano) demos un paso más de sentido común. Realmente hemos creado una cuenta y ahora resulta que no tenemos ni un minuto para dar la cara.

Cuando me preguntan a qué llamamos una foto profesional, siempre suelo contestar dando la vuelta a la tortilla. Y es que **se sabe perfectamente cuando una foto no es profesional**. Y si no la hay, pues apaga y vámonos. ¿O tal vez esperas que mucha gente acepte tu invitación?



6. No PARTICIPARÁS en debates que no te aporten

Vale, ya estamos en LinkedIn, con un buen perfil creado y hasta con una buena red de contactos. Y nos vamos a lanzar a publicar, crear eso que se llama "marca personal", ir comentando e interactuando con coherencia. Pues si va a ser así, ojo con salirse de nuestra marca, de los temas que aportan, de mantener la coherencia, etc...

LinkedIn es una gran red y pueden surgir dentro de nuestra red (o fuera de ellos) cantos de sirena en forma de debates en los que podríamos participar (y quién sabe si aportar). **Analicemos los debates, qué nos pueden aportar positiva o negativamente y si merece la pena gastar el tiempo** en situaciones que no podamos controlar por un comentario que se nos va de las manos.

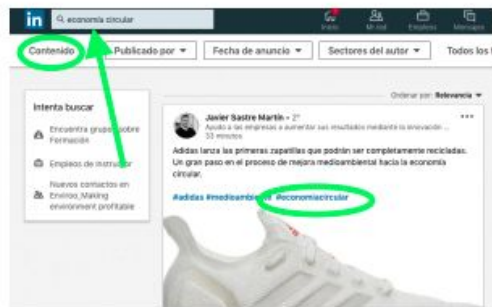
Un ejemplo de debate que tal vez no te aporte y te pueda generar comentarios o respuestas comprometidos (salvo que sea tu temática)



7. No DEAMBULARÁS por esta red

Y relacionado con el apartado anterior estaría esta última negación. Y es que si no tenemos claro de qué vamos a hablar u opinar en LinkedIn tenemos un pequeño problema.

No olvidemos nunca donde estamos. Se trata de una red profesional, cierto. Pero no deja de ser una red social con una cantidad grandísima de información, mucha interesante, pero que nos puede distraer de nuestros objetivos profesionales. **Corremos riesgo de infoxicarnos gravemente** por si no lo sabéis. Y para no infoxicarnos es necesario tener claro qué nos interesa compartir, leer, recomendar, comentar... Una buena ayuda puede ser usar lectores de RSS o bien buscar contenido por determinadas temáticas:



Controlando estas negaciones ya tendremos bastante avanzado en nuestra gestión de LinkedIn. Si queréis dejar de ser pecadores y redimiros en vuestros objetivos en esta red, tal vez podamos hablar y trabajar una buena estrategia 😊

THANK YOU

<https://linkedgrowing.com/-contacto@linkedgrowing.com>