

Cientes en
LinkedIn sin
invertir en
marketing:
¿Quimera o
realidad?

linked**GROWING**

No tengo dinero, rezaba aquella mítica canción techno de los 80. Y eso es el pensamiento de muchos profesionales o empresas al pensar en la trilogía Marketing-LinkedIn-Clientes. ¿Realmente no hay posibilidades a coste cero (o casi)? Una pequeña lectura para investigar. Gratis, por supuesto.

¿Cuál es ese bien del que todos disponemos en LinkedIn y debemos optimizar? no se trata de dinero, sino de tiempo. Una buena administración de nuestro tiempo en LinkedIn en acciones de marketing indirectas puede dar un buen resultado. Evidentemente **siempre tenemos opciones de pago** como las alternativas de marketing que nos ofrece LinkedIn:

A promotional banner for LinkedIn Marketing Solutions. The background is a dark, blurred image of a smiling woman with blonde hair looking at a laptop. The text is white and centered on the left side. At the top left is the LinkedIn logo and 'Marketing Solutions'. At the top right are three navigation links: 'Publicidad', 'Páginas de LinkedIn', and 'Crear anuncio'. The main headline is 'Promociona y anuncia tu marca en LinkedIn'. Below it is the sub-headline 'Llega a tus clientes ideales en la mayor red de profesionales del mundo'. At the bottom center is a white button with the text 'Crear anuncio'.

LinkedIn Marketing Solutions

[Publicidad](#)

[Páginas de LinkedIn](#)

[Crear anuncio](#)

Promociona y anuncia tu marca en LinkedIn

Llega a tus clientes ideales en la mayor red de profesionales del mundo

[Crear anuncio](#)

PERDÓN, rebobinemos, que estamos hablando de marketing low-cost. Volvamos al principio...

Y es que no tenemos que aspirar a la mayor viralidad posible en LinkedIn si vamos a empezar a usarlo para conseguir clientes. Claro que es posible ser viral, hacerlo bien en LinkedIn y conseguir indirectamente sinergias y clientes. Un ejemplo que a mí me encanta es el del trabajo de **Ana Rodríguez Vázquez**, por ejemplo:



Enviar mensaje

Ver en Sales Navigator

Más...

Ana Rodríguez Vázquez · 1er

Consultora en sostenibilidad estratégica | Economía Circular
| Gestión de proyectos de innovación y diseño

A Coruña, Galicia, España · [Más de 500 contactos](#) ·

 Xunta de Galicia

 Universidad de A Coruña

Pero llegar a ese nivel (o al que hayamos establecido) no se hace de un día para otro. Veamos cómo lo podemos potenciar e ir haciendo nuestra propia campaña de marketing.

Sacar ese espíritu de conferenciante:

De un gran profesional de la comunicación y las relaciones públicas como Javier Martínez Molina se pueden aprender muchas cosas. Y una de las primeras que tuve la fortuna de aprender cuando empecé a trabajar con él en Enviroo, fue el aprovechar los distintos entornos y circunstancias para hablar (vender) nuestro proyecto o empresa. Una charla a la que acudimos como público, unas jornadas en las que acudimos a hacer networking, etc... Cualquiera de estas circunstancias tienes que servirnos para presentar nuestro producto.

Eso sí, tenemos que tener claras dos cuestiones:

1. Tener el **discurso preparado** para cuando surja la oportunidad. El famoso «Elevator Pitch» que debemos tener tatuado para lanzar cuando se den las circunstancias.
2. **Saber hablar en público**. Sí, tal vez habrá que superar esos temores ancestrales de subirse a la palestra (si la hay) y dirigirse al público. Dos cuestiones al respecto:

- Una pregunta: ¿Alguién de esa audiencia va a saber más sobre tu presentación o producto que tú? Si la respuesta es NO debería servir para relajar esa tensión.
- Una opción para aprender a desenvolverse: sí, porque también esto se entrena. Y hay profesionales muy buenos que nos pueden ayudar. Un ejemplo:



Como complemento a todo lo anterior, podemos intentar captar a la audiencia con algún tipo de presente. Algo que dé valor y por el que ese público diga: Sí, me interesa. Y a cambio de ese presente tal vez consigamos algo tan importante como un mail. ¿Recordamos el inicio del post? Se trataba de conseguir vías de comunicación que nos sirvan para nuestras campañas de marketing.

Sacar esa vena escritora:

Hace poco publicábamos un post en LinkedGrowing sobre qué podemos contar cada uno de nosotros en esta red. Si estamos en LinkedIn se supone que es porque nos interesa ya que nuestro público objetivo se encuentra en buena proporción en esta red. Ahora bien, ¿cómo atraemos su atención?

Lo primero debería ser tener una estrategia de publicación en esta red. Publicar sin tener claro lo qué contar o cómo hacerlo nos llevará a la irrelevancia profesional. Eso no nos interesa para nada.

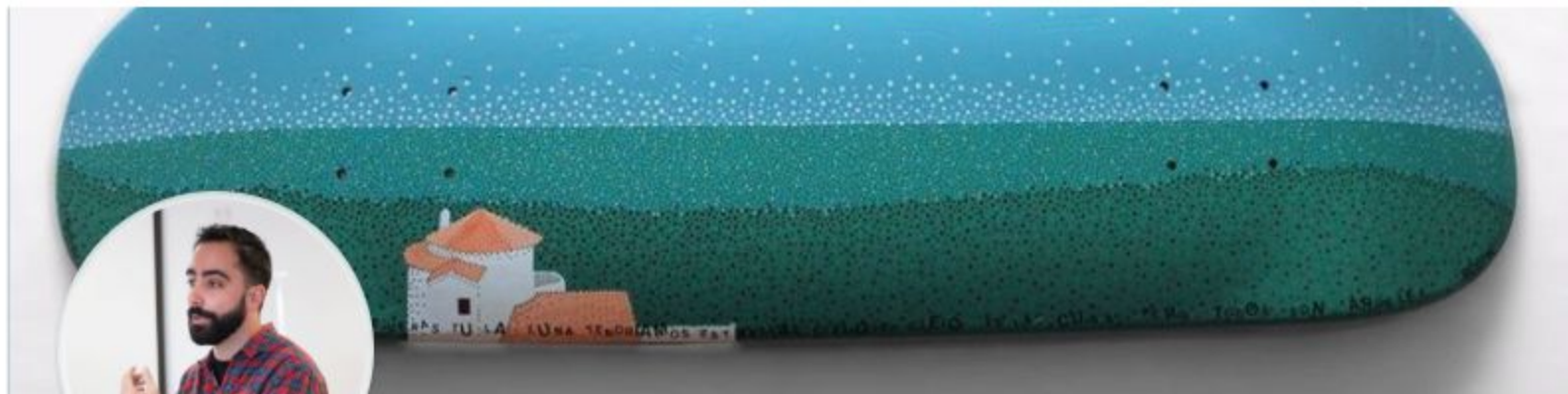
Ahora bien, no es sencillo crear esa estrategia. ¿Hay algún consejo que nos pueda ayudar?

Pues no uno, sino tres y de premio, algún profesional interesante del que podemos aprender cuestiones básicas a la hora de comunicar.

Las tres cuestiones a tener en cuenta son:

1. Debemos **ser nosotros mismos, transmitir emociones**. Y eso lo conseguiremos si hablamos desde nuestra experiencia, contando nuestro proyecto y no dejándolo en manos de terceros. Hablar con nuestro corazón profesional.
2. Contar cuestiones profesionales no tiene que estar reñido con una cierta disensión. Y es **una pizca de humor puede ayudar a la viralidad deseada**. El humor se entiende y cuando encontramos algo que nos hace sonreír (o reír) será más fácil que lo compartamos. Eso sí, que sea un humor sencillo y digamos, accesible.
3. Y el tercer punto es **contar algo útil**. La gente quiere leer cosas que le aporten. No perdamos el tiempo publicando por publicar. Aportemos, demos valor a nuestro público. Un ejemplo: a todo el mundo le agrada ver tutoriales creados por otros profesionales y que les solucionan cuestiones. Pensad en qué podéis transmitir de interés.

Y como ejemplos marketinianos que nos pueden aportar os dejo dos perfiles:



[Enviar mensaje](#)

[Ver en Sales Navigator](#)

[Más...](#)

Enrique Estrela Chicote · 1er

Co-Fundador de Verdes Digitales. Comunicación y marketing digital en proyectos ambientales y sociales

Sancti Petri, Andalucía, España · [Más de 500 contactos](#) ·



Verdes Digitales

Estrategias de marketing para profesionales y empresas de arquitectura



Descubre cómo conseguir más clientes para tu negocio de arquitectura aplicando estrategias de marketing digital



Enviar mensaje

Ver en Sales Navigator

Más...

Paula Rivera Lamata 🚀 · 1er

Ayudo a Profesionales y Empresas de Arquitectura a Transformar el Mundo ■ Formación ■ Marketing ■ Arquitecto



Arquiknowmadas · Transformación Digital par...



Universidad de A Coruña

Cuidar a nuestra audiencia:

Poco a poco iremos publicando. Y poco a poco veremos como habrá profesionales que nos empiezan a seguir, a recomendar y, casi sin darnos cuenta, van hablando de nosotros a terceros.

Muchos de mis clientes están surgiendo de ese boca a boca que profesionales que me conocen (y no necesariamente han sido clientes) van contando a terceras personas. Y es que el boca a boca puede ser la fuerza más poderosa en el marketing: hace poco leía que en EEUU, según un estudio reciente de **Talk Triggers**, un 83% reconocía que una recomendación boca en boca les hizo más propensos a una compra de un producto. Merece la pena trabajar en este campo, ¿no?

Estemos atentos y controlemos esa cantidad de reacciones, testimonios o profesionales que comparten nuestras publicaciones. E interaccionemos con ellos. Nunca sabemos lo que se puede sacar de ahí...



¿Expedientes X en LinkedIn? un ejemplo de estudio

Jorge Suárez González en LinkedIn

1 · 3 comentarios



Recomendar



Comentar



Compartir

Comentarios
principales



Añadir un comentario



1er

3 días ...

Muchas gracias por este artículo. Lleva tiempo lograr escribir este tipo de artículos. Además esto demuestra que LinkedIn nos ayuda a posicionar nuestros artículos, dentro de nuestra comunidad ... ver más



1 recomendación



1 respuesta



Jorge Suárez González · Tú

2 días ...

Asesor, diseño estrategias, imparto formaciones y escribo ...

Leer este post puede ser vuestro primer paso en una próxima campaña de marketing para obtener clientes en LinkedIn. Y recordad: gratuito.

Ahora la pelota está en vuestro tejado para intentar conseguir clientes en LinkedIn sin dinero para marketing. ¿Quimera realizable o realidad imposible?

THANK YOU

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