LA GACETA AZUL

"TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN"

MARTES 10/1/2023

NÚMERO 04

ENTREVISTA A FONDO

FERNANDO MONSALVETE

"Llevar una vigilancia tecnológica en LinkedIn aporta información y genera sinergias"

ESPACIO DE PODCAST

EMPRESAS HACIENDO NEGOCIOS POR LINKEDIN

PERFILES DEL MES:

JOSE MANUEL MINGUEZ, ELENA YEPES Y JAVIER GARCÍA

TAN LEJOS, TAN CERCA:

ARGENTINA EN LINKEDIN

UNA PRODUCCIÓN DE LinkedGROWING

El rincón del estratega

LA GACETA AZUL

¿Qué te frena en tus objetivos en LinkedIn?

O también, ¿cuáles son los principales obstáculos por los que no le sacas partido a esta red? Preguntas cuyas respuestas son fundamentales para definir una estrategia con unos mínimos de garantías en esta red.

En muchas ocasiones cuando planteamos esta pregunta en LinkedGrowing trabajando con clientes una de las respuestas más comunes suele ser el desconocimiento del funcionamiento de esta red. Bien, eso se puede solucionar. Si es vuestro caso (y abro cuña publicitaria) poneros en contacto con nosotros. Tal vez un asesoramiento a medida o llevaros vuestra gestión en esta red sea la solución.

En cualquier caso, la forma de salvar este obstáculo será dando el primer paso que será implantar LinkedIn en nuestra rutina de trabajo profesional. Si lo empezamos a percibir como una herramienta de trabajo (bien llevando la gestión por vuestra cuenta o bien que os la lleven, por ejemplo, desde una consultora como nosotros) estaremos dando el primer paso para sacarle todo el jugo a esta red. Evidentemente también puede haber otros obstáculos que nos han impedido o nos están limitando en sacarle partido a LinkedIn.

Como conclusión os indicaría que cuanto mejor tengamos identificados estos obstáculos más fácil será buscarles solución y caminar en la estrategia correcta para sacarle partido a LinkedIn.

Por Jorge Suárez

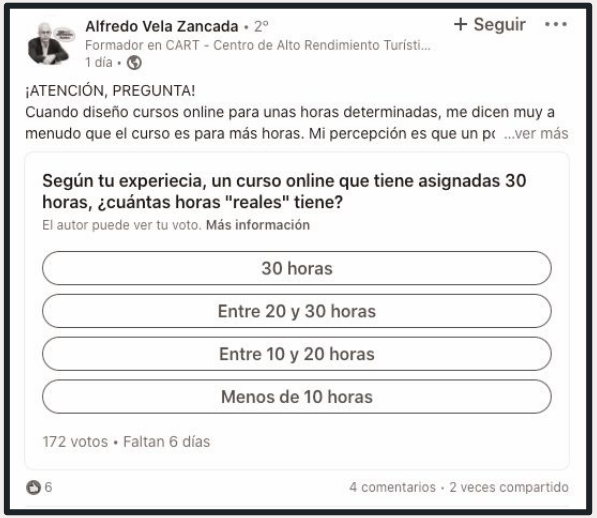
Publicaciones talentosas

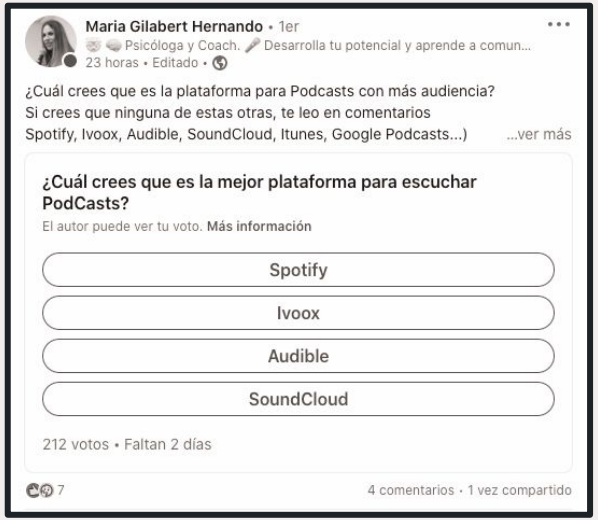
LA GACETA AZUL

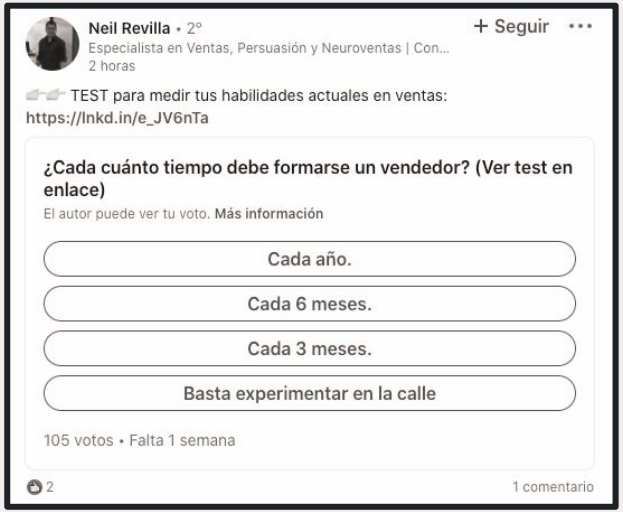
Por [Redacción LinkedGrowing]

Encuestas: sondear con criterio tiene alcance

Este formato de publicaciones puede dar muy buen resultado pero tiene sus contraindicaciones. Por ejemplo, como se suele indicar con las bebidas alcohólicas, es recomendable un uso con moderación, no estar bombardeando continuamente con sondeos a nuestra audiencia. También es interesante plantear respuestas sencillas, que nuestro público entienda rápido y le llame a la participación. Y una pequeña introducción para poner en contexto no va a restar alcance. Os traemos tres magníficos ejemplos sacados del talento de Alfredo Vela, María Gilabert y Neil Revilla







¿Aquí quién manda?

LA GACETA AZUL

Recomendaciones de una coach, para lo que depende de ti

Los consejos sobre algoritmos, perfiles y currículums para ser más listos y listas que los robots en los procesos de selección se los dejo a otros profesionales.

Como coach, yo te puedo hacer reflexionar sobre lo que depende de ti, y animarte a que tomes las riendas de tu carrera.

Toma consciencia de las **tareas** que desempeñas (más allá de las "obvias" que asocias "oficialmente" con tu rol). ¿Qué "ingrediente secreto" aportas con tus **habilidades**? Toma conciencia de tus habilidades, muchas de ellas **transferibles**. Toma consciencia de lo que haces bien, y aquello en lo que **disfrutas**.

Mira hacia adentro. Esto no es un ejercicio de filosofía o de lenguaje, nombra tus **valores**, a tu manera: defínelos como quieras, pónles la "etiqueta" que más te guste. Lo más importante es que tengan un nombre y que sepas lo que significan.

Contáctame si quieres que te sugiera ejercicios para aflorar tus valores.

Participa más activamente en el diseño y el progreso de tu carrera profesional. Te lo mereces y serás más feliz.

Continuará en el próximo número. Incluirá recomendaciones sobre cómo pensar y prepararse para el futuro.

Por Araceli Higueras

Marketing para principiantes

LA GACETA AZUL

Principales modelos de publicidad en Internet

CPC: Coste por Clic; Se cobra un precio estipulado, cada vez que alguien hace un clic en la publicidad o enlace. Este tipo de precio se da en campañas que están enfocadas a la parte media del embudo de conversión, donde sale más rentable, puesto que es más factible que se convierta. Por ejemplo, en GAds, las campañas de texto. Donde el usuario ya ha declarado una intención, realizando una búsqueda previa que ha disparado tu anuncio. Es el formato más usado para la fase de Consideración en el funnel.

CPM: Coste Por Mil Impresiones; Se cobra un precio estipulado, cada 1000 veces que se ha mostrado una creatividad o texto publicitario. Tiene sentido, en las partes más altas del embudo. Donde quieres que a la gente le vaya sonando tu producto/marca. En un medio digital, como un periódico online, suele ser lo más habitual cobrarlo a CPM. Es el formato más usado para Branding.

CPA / CPL: Coste por Adquisición / Coste por Lead; En el fondo es lo mismo, en función de que busques con tu campaña, un contacto de un potencial cliente, o una compra. Se paga, por cada cliente real obtenido.. Suele ser la más cara, puesto que sólo se paga si hay un cliente nuevo. Sale rentable para campañas enfocadas en la parte más baja del embudo. Es decir, de conversión.

Como puedes suponer, el orden de barato a caro, va en función de la "facilidad" que te permita adquirir un cliente, y por lo tanto retorno de la inversión. CPM < CPC < CPA/CPL.

Por Alberto Blanco

Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

Innovación azul con Fernando Monsalvete

Fernando Monsalvete

Titular en LinkedIn: Socio Fundador Transfutura/ Startups Mentor at Lonja Tech/ Consultor y gestor I+D+i

Hashtags usados: #emprendedores #startups #inteligenciaartificial

LinkedIn es una red profesional con unas capacidades tremendas para el networking y para generar visibilidad profesional. Y si estamos emprendiendo o pensando en emprender se nos abre un escaparate magnífico en esta red. Hablemos de estas opciones con un profesional curtido en el mundo del emprendimiento, startups y del I+D+i. Pero también en moverse en LinkedIn. Conversamos con Fernando Monsalvete para conocer pautas al respecto:

LKG: Fernando, conoces, trabajas y has trabajado con muchos proyectos emprendedores. ¿Qué le puede ofrecer LinkedIn a estas personas según tu criterio y visión de esta red?

FM: Pues que siguiendo a los perfiles adecuados y estando adscritos a grupos sobre determinadas tecnologías que están candentes en el entorno empresarial pueden madurar su propuesta de valor hacia un modelo de negocio.

Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

LKG: Quien vea tu perfil se encontrará con un profesional también muy enfocado hacia el I+D+i. Si nos centramos en la pata de investigación, ¿Investigas mucho por esta red indagando en perfiles, funcionalidades que instala LinkedIn, etc...?

FM: En base a la I+D+i obtengo según los perfiles seguidos información sobre proyectos actuales para aplicarlos a mi entorno, se trata de llevar a cabo una vigilancia tecnológica para, en base a la información compartida, generar sinergias.

LKG: Estás ubicado en Huelva y desde ahí vas construyendo tu marca, tu generación de contenido. ¿También buscamos desarrollo de negocio/colaboraciones con todo ese movimiento? Y si es así, ¿te han surgido cuestiones interesantes en esta red?

FM: Me han surgido bastantes cosas, lo último ha sido intervenir en un webinar con la confederación de empresarios de Andalucía, enfocado a mi provincia sobre Inteligencia Artificial.

LKG: Y en cuanto a contenido que compartes, ¿cuál es la estrategia que sigue Fernando para buscar contenido que publicar? ¿qué tipo de contenido buscas? ¿tienes rutinas de horas y fechas predefinidas para subir contenido?

FM: Todos los días hago vigilancia de tecnología y me entero de lo que ocurre en mi entorno a través de prensa digital relacionada con Huelva, y luego, a través de Google Alerts, sobre la 13:00 h me llega la información. El contenido va relacionado con Inteligencia Artificial, Big Data, Metaverso, criptomonedas, ODS, Economía Circular.. y lo comparto con mis contactos de Linkedin para luego llevarlo a la página de Transfutura, de la que soy socio fundador.

LKG: Y la última, Fernando. Te vamos a dejar los mandos de LinkedIn para que insertes innovación azul. ¿Qué servicio, aplicación o ajuste se te ocurriría introducir para fomentar el uso de esta red?

FM: Dar más publicidad en Linkedin al grupo que se genere de innovación azul.

Perfiles del mes a seguir

LA GACETA AZUL

Por Redacción LinkedGrowing

Jose Manuel Minguez

Preparador Físico Online || Emprendedores y Profesionales || Mejora tu salud, ponte en forma y pierde peso sin dietas y sin comprometer tu tiempo libre

Temas que suele tratar: #salud, #bienestar, #nutricion, #perderpeso y #entrenadorpersonal

Elena Yepes

Top #4 HR Influencers by GoIntegro | Chief People Officer | CHRO | Head of People | Culture, Talent & Employee Experience Specialist | Wellbeing | HR Content Creator

Temas que suele tratar: #recursoshumanos #talento #saludmental #employeeexperience

Javier García

Partner. Consejero. Ejecutivo en el Departamento de Inversiones en LUAfund

Temas que suele tratar: #finanzas y #actualidad

Bienestar para profesionales

LA GACETA AZUL

Blue Monday

Empiezo en este número una sección donde encontrarás consejos para controlar el estrés, evitar el burnout, ayudarte a mantenerte motivado en tu día a día, datos interesantes acerca de los beneficios del mindfulness y la meditación para animarte a acercarte a esta práctica. También traeré información y curiosidades de temas relacionados que pueden ayudarte en la consecución de tus objetivos profesionales y personales para tener una vida más plena.

Y para comenzar hablemos del "Blue Monday"¿Realmente existe? ¿Cuál es su historia? Se dice que el origen de este día lo creó Cliff Arnal, un psicólogo e investigador de la Universidad de Cardiff quién determinó (según una fórmula matemática) que el tercer lunes del mes de enero es "el día más deprimente del calendario" debido al clima y a la "cuesta de enero". Esta fórmula fue utilizada por la agencia de viajes Sky Travel para promocionar la reserva de vacaciones. Otros aseguran que todo fue parte de una campaña publicitaria. Sin embargo, con el paso de los años ha cobrado popularidad a nivel mundial y hoy en día se toma como el día de "normalizar la tristeza".

Los expertos cuestionan que el Blue Monday sea verdaderamente el día más triste del año, pues "no existe la depresión de 24 horas". Lo que sí existe es una condición llamada Trastorno Afectivo Estacional (SAD), que es una forma de depresión que se manifiesta en ciertas estaciones del año. Lo cierto es que esta expresión ha tomado cada día más relevancia, muchas marcas la aprovechan para enviar mensajes de ánimo y las redes sociales se llenan de memes y chistes y recomendaciones de todo tipo. En el 2023 el "Blue Monday" cae el 16 de enero, así que ya sabes qué esperar.

Por Mónica Di Rienzo

Tan lejos, tan cerca...

LA GACETA AZUL

Argentina en LinkedIn

- **Datos de usuarios en LinkedIn:** 9.840.000 de personas aproximadamente.
- **Zona con más conexiones:** Provincia de Buenos Aires (4.200.000)
- **Otras redes sociales usadas en Argentina:** WhatsApp, Instagram y Facebook (*Fuente Statista*)
- **Perfiles de interés a seguir:** Axel Jutoran y Martina Funes

Por Lourdes Linares

Espacio de podcast

Por Redacción LinkedGrowing

Empresas haciendo negocios por LinkedIn

LinkedIn es una red profesional, eso está claro. Pero a nivel de empresa es además un marco espectacular para, no solo estar presente, sino además fomentar su networking y conseguir hacer más y mejores negocios.

Tanto si lo que se busca es mejorar la reputación corporativa con mayor visibilidad, optimizar posibles procesos de selección o bien hacer gestiones comerciales en un gran marco B2B, el lugar es LinkedIn.

Esto lo hablamos muchas veces en nuestro podcast. Y de muestra os traemos dos episodios con dos empresas muy distintas, pero con la misma ambición de crecer a través de LinkedIn. Aquí podéis escuchar cómo se manejan en esta red la consultora Ikei y la empresa Accurer.

Episodio 28 (TP2): De negocios por LinkedIn

Episodio 5 (TP2): Así se mueve en LinkedIn una consultoría de éxito

Más que 1.000 palabras

LA GACETA AZUL

Los algoritmos cambian el mundo

Y es literal. Pero tal vez no de la forma en que estamos acostumbrados en la actualidad con la gestión en las distintas redes sociales.

Si nos retrotraemos a 1974 encontraremos el inicio de la historia de una ecuación creada por un hombre como Nasir Ahmed y la puerta que su desarrollo abrió. Ahora lo vivimos como nuestro día a día, pero el envío de fotos y vídeos tuvo un origen, una mente privilegiada que lo hizo posible.

Un vídeo testimonial y con toda la historia que hay detrás de la creación de un gran algoritmo.

Por Diego Téllez

LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE

LinkedGROWING