

LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 21/3/2023

NÚMERO 06

ENTREVISTA A FONDO MONSE FERNÁNDEZ ANTUÑA

“Lo que más valoro en LinkedIn es la relación calidad de la información/tiempo invertido en la búsqueda”

PERFILES DEL MES:

BEGOÑA GÓMEZ,
SERGIO DE LA CALLE Y
ESTHER GONZÁLEZ

EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN: FIDENET

MÁS QUE
1000 PALABRAS
CON DIEGO TELLEZ

UNA PRODUCCIÓN DE
linkedGROWING



El rincón del estratega

Hablemos de inversión en LinkedIn

Hablemos de inversión y de estrategia. Cuando mencionamos el término inversión lo primero que se nos viene a la cabeza es dinero. Y puede ser adecuado pero no necesariamente apropiado si nos estamos refiriendo a estrategia en LinkedIn.

Y es que a veces va a ser mucho más importante en esta estrategia lo que invirtamos en cuanto a tiempo, a dedicación, a implantar LinkedIn como una herramienta en nuestra rutina diaria profesional. En muchos casos de empresas o profesionales con los que trabajamos desde LinkedGrowing, lo prioritario es empezar a invertir en esas dinámicas de usar LinkedIn como lo que es: una herramienta profesional.

Esto no quita para que valoremos en algún momento inversiones económicas en nuestra estrategia a realizar con LinkedIn, como activar una cuenta premium, por ejemplo. Siempre habiendo valorado todo ello como un conjunto para saber optimizar todas las posibilidades de LinkedIn según nuestros objetivos.

Inversiones de tiempo pero, con cabeza, con sentido y buscando siempre un retorno profesional. Así nuestra estrategia dará resultados...



Por [Jorge Suárez](#)



Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

Fidenet: comunicación, marketing digital y mucho más...

A QUÉ SE DEDICA FIDENET:

- Consultoría y estrategia digital
- Desarrollo a medida
- Marketing y comunicación
- Odoo, ERP accesible



DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 811
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/fidenet/>
- Perfiles interesantes a seguir: [David Juanmartiñena](#), [Andoni Luna](#), [Ane Santamaría](#)
- Hashtags usados: #fidenet, #erp, #transformaciondigital, #marketing



Qué son los KPIs y cómo utilizarlos

Teniendo en cuenta todo lo visto en los artículos anteriores. Cuando diseñamos una campaña exitosa, debes pensar en qué tipo de contenido (ya sean artículos, vídeos o anuncios) debes crear y qué debes comunicar.

Durante la parte alta del embudo; para rellenarlo, necesitarás mucha "masa crítica" de potenciales clientes reales (es decir, gente que realmente pueda ser cliente tuyo), por lo que tiene todo el sentido que se mida en CPM, puesto que necesitarás, probablemente muchos impactos, cuantos más mejor. Pero mucho cuidado, con ser "pesado", o con impactar de manera equivocada a gente que no sería potencial cliente de tu servicio/producto...

Durante la parte media del embudo; la gente ha detectado que tiene la necesidad, y suele buscar información sobre el producto/servicio, referencias, comentarios en redes sociales,... Puede que haya oído hablar de tí, o puede que solo sepa que necesita un producto que vendes tú o tu competencia, así que ponte en su lugar y preocúpate de solucionar sus dudas más frecuentes y habituales.

Durante la fase de conversión ya ha decidido que compra el producto/servicio, y lo que hay que hacer es convencerle de que eres la mejor opción para ello; Servicios como: Devoluciones gratis, servicio post-venta de calidad o variadas formas de pago, por poner ejemplos, son detalles muy apreciados por los clientes.

Investiga cómo lo hace tu competencia en este aspecto. Pueden decantar la decisión a tu favor, si tu competencia no los tiene. Y son una obligación, si tu competencia los tiene, porque si no, tú estarás en desventaja.



Por [Alberto Blanco](#)

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

LinkedIn, un impulso para el ecosistema empresarial

Titular en LinkedIn: Jefa División de Promoción, Crecimiento y Consolidación Empresarial de Gijón Impulsa

Hashtags usados: #empleo#emprendimiento #empresas #Gijón

Objetivo en LinkedIn: Utilizar esta plataforma para fomentar y apoyar el desarrollo del ecosistema empresarial de nuestro municipio, sirviendo de conexión y promoviendo colaboraciones con otros ecosistemas emprendedores.

Monse forma parte de Gijón Impulsa, entidad referente en esta ciudad en cuanto a fomento de la actividad empresarial y emprendedora. Concretamente es la jefa de la división de promoción, crecimiento y consolidación empresarial. Y de esto deja muestra en LinkedIn, por ejemplo:

LKG: Monse, de todo el movimiento que se genera en Gijón en este contexto intentáis dejar muestra en la página de empresa de Gijón Impulsa. ¿Qué tipo de contenido se puede encontrar la gente que la visite?



[Monse Fernández Antuña](#)

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

MFA: Lo que intentamos reflejar en nuestra web es el amplio abanico de herramientas que ofrecemos para cubrir todas las necesidades de los emprendedores y empresas. Te encuentras el catálogo de servicios de apoyo que tenemos, y que van desde el asesoramiento técnico a la consultoría, itinerarios de aprendizaje y formación, encuentros de networking... También puedes encontrar los espacios de los que disponemos adaptados a la fase de maduración del proyecto. Y, por supuesto, nuestra web está actualizada con plazos y recordatorios de la financiación que ofrecemos a los emprendedores, desde las primeras fases de su nacimiento, hasta el crecimiento y consolidación de las mismas. Y también puedes encontrar las bases y convocatorias de nuestras subvenciones a fondo perdido para el inicio de la actividad, a la innovación, para la asistencia a ferias....

Y como cada proyecto y empresa requiere de una tipología de financiación distinta, también tenemos líneas como Gijón Financia o el Fondo Capital Riesgo Gijón Invierte II que ahora mismo acabamos de poner en marcha. Además en la web disponemos de una agenda actualizada con los eventos que organizamos o en los que colaboramos y que pueden ser de interés para emprendedores y empresas. Y, por supuesto, también es un medio por el que nos pueden contactar para resolver cualquier duda que les pueda surgir (aunque no esté en la web) en materia de emprendimiento o consolidación empresarial de nuestro municipio.

LKG: Monse, supongo que un perfil como el tuyo es bastante jugoso para visitas y propuestas profesionales. Algunas con interés y otras tal vez no tanto para la actividad de Gijón Impulsa. ¿Cómo calificarías lo que LinkedIn te está suponiendo en ese sentido?

MFA: Creo que LinkedIn puede ser una herramienta valiosa para conocer la actividad de una empresa y yo realmente es para lo que lo utilizo principalmente. Y desde que “lo uso más activamente” me he sorprendido muy positivamente por el resultado. De una forma muy ágil y sencilla puedes encontrar información muy completa sobre empresas que pueden ser de interés para nosotros o para algunos de los emprendedores que apoyamos, podemos conocer de un vistazo sus productos y servicios, su historia y su cultura corporativa. También se pueden ver las publicaciones de profesionales de interés y valorar tenerlos en cuenta para próximas colaboraciones, etc... Por lo tanto, lo que más valoro de LinkedIn es la facilidad con la que permite contactar con otros profesionales y la relación de calidad de la información/tiempo invertido en la búsqueda.

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

LKG: Viendo tu perfil y actividad encontramos bastantes publicaciones con fotos y texto donde dejas reflejo de actividades y eventos de interés en los que participas. ¿Notas que se genera interés con este contenido?

MFA: Pues la verdad es que sí y aunque reconozco que yo personalmente puedo tener una presencia más fuerte en otras plataformas de redes sociales, cada vez noto más que cuando subo noticias y eventos vinculados con la actividad de Gijón Impulsa, éstos despiertan interés en la gente, que responde e interactúa. Por lo que si bien LinkedIn no creo que deba ser considerada como la única fuente de información para difundir la actividad de una empresa como la nuestra, sí es una herramienta muy importante en el ecosistema empresarial en el que nos movemos.

LKG: ¿Cuál consideras que es el mayor potencial de una red como LinkedIn para una entidad como Gijón Impulsa y, por añadidura, para entidades como la vuestra en otras ciudades?

MFA: Para una entidad municipal como Gijón Impulsa, el mayor potencial de LinkedIn radica en su capacidad para conectarse con otras entidades, empresas y personas relevantes dentro de nuestro ecosistema o de otros ecosistemas, ciudades, regiones o países. Por supuesto, este es un valor añadido de las redes sociales en las que no hay distancias. A través de LinkedIn, una entidad municipal puede establecer contactos con otros líderes y expertos en su campo, así como con empresas que puedan ser importantes para el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad. Además, LinkedIn también puede ser una herramienta útil para la promoción de iniciativas y eventos municipales, ya que permite llegar a un público específico y segmentado que puede estar interesado en temas específicos relacionados con la ciudad y sus servicios. Mientras que en otras redes el público es más diverso, aquí te diriges a un público profesional con el que podemos compartir nuestra experiencia y conocimiento y, a la inversa, aprender de los demás.

En resumen, el mayor potencial de LinkedIn para entidades municipales y organizaciones como la nuestra es su capacidad para conectar y establecer relaciones con otras entidades, empresas y profesionales relevantes en su campo, y poder promover iniciativas y eventos de interés para nuestro ecosistema empresarial.

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

LKG: Si habláramos a nivel local y en el mundo de los negocios, ¿qué calificación le darías del uso que hace la comunidad profesional y empresarial gijonesa de LinkedIn para sus posibilidades de negocio?

MFA: Esta pregunta seguro que la pueden contestar mucho mejor los profesionales y expertos en esta red como tú, Jorge. A mí me faltan los datos y estadísticas necesarias para evaluar el uso que hace la comunidad profesional y empresarial de Gijón de LinkedIn. Sin embargo, como ya vengo comentando a lo largo de toda la entrevista, puedo decir que, en general, LinkedIn ofrece una amplia gama de herramientas y recursos que pueden ser muy valiosos para la comunidad empresarial y profesional en términos de generar oportunidades de negocio, dar visibilidad y la posibilidad de establecer conexiones y alianzas muy valiosas para nuestros emprendedores y empresas.

Por ejemplo, los grupos de LinkedIn son una forma de conectarse con otros profesionales y empresas en su campo y compartir conocimientos y experiencias relevantes, con lo cual alguien que está empezando y que quiera buscar contactos, promocionar su marca, buscar aliados o estar al día de avances en su sector,, esta red le abre todas esas posibilidades de una manera rápida y sencilla. Pero esto mismo ocurre a aquellas empresas consolidadas que quieren acometer nuevos proyectos que necesitan personal, que buscan colaboradores, que quieren encontrar contactos profesionales y empresas específicas en función de criterios específicos, como la ubicación geográfica, formación, sector, etc..

Por tanto la calificación que le daría a LinkedIn es muy, muy positiva para los profesionales, para los emprendedores, para las empresas. En definitiva para el mundo de los negocios en general.

Tan lejos, tan cerca...



LA GACETA AZUL

Uruguay en LinkedIn



- **Datos de usuarios en LinkedIn:** Hay aproximadamente 801.000 usuarios
- **Zona con más conexiones:** Montevideo (405.000), Canelones (33.000) y Maldonado (31.000)
- **Otras redes sociales usadas en Uruguay:** Facebook, Instagram, Tiktok y Twitter (Fuente: <https://www.lean.uy/>)
- **Perfiles de interés a seguir:** [Rafael Iruleguy Irazabal](#) y [Analía Migues Camps](#)



Por [Lourdes Linares](#)



Espacio de podcast

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

LinkedIn por sectores (Toma 2)

Seguimos sondeando sectores que hemos tratado en nuestro podcast. Sectores que nos podemos encontrar en LinkedIn y con grandes profesionales que se mueven por esta red.

Otras dos interesantes muestras os las dejamos en un episodio temático dedicado al mundo de la logística y el transporte, por un lado y, por otra parte, con otra entrega hablando con profesionales relacionados con el mundo de la sostenibilidad.

Dos ejemplos más de lo variado y bueno que nos podemos encontrar en LinkedIn. Será por variedad...



[Episodio 11 \(TP2\): Logística y transporte, movimiento de calidad en LinkedIn](#)



[Episodio 27 \(TP2\): Verde y azul, sostenibilidad y LinkedIn](#)



Perfiles del mes a seguir

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



Begoña Gómez

Directora Cátedra Extraordinaria de Transformación Social Competitiva. Universidad Complutense de Madrid

Temas que suele tratar: #sostenibilidad, #innovacionsocial, #economíacircular, #estrategia empresarial, #transformacionsocialcompetitiva



Sergio de la Calle

Universitas Programme Director & Faculty (imponer, verdad?) / Escritor y conferenciante en los ratos libres

Temas que suele tratar: #humor, #liderazgo, #diversidad, #aprendizaje



Esther González

Imagen & Marca Personal / Experta en Coaching de Imagen / Creadora de Esther Llorente/ Diseño contigo una nueva imagen de marca / APASIONADA de la vida

Temas que suele tratar: #coaching, #marcapersonal, #redessociales, #asesoriadeimagen y #coachingdeimagen

Más que 1.000 palabras



LA GACETA AZUL

Relatos que te atrapan

¿Cuántas veces hemos quedado atrapados por los diálogos y la trama de una historia? ¿Cuántas veces hemos aguantado para ver el final de una historia porque nos estaba cautivando el desarrollo de lo que veíamos y oíamos? ¿Y cuántas veces se han producido giros inesperados en esas secuencias que hemos dicho aquello de “Bravo”, “Qué bueno”, “Chapeau”?

Pues este pequeño vídeo (no desvelamos de qué va) nos hará decir todo eso. Y más...



Por [Diego Téllez](#)



LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE
linkedGROWING