

LA GACETA AZUL

"TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN"

MARTES 24/9/2024

NÚMERO 22

ENTREVISTA A FONDO

JOSE MARÍA RUIZ

"Veo cada vez más gente alejándose
del posturo linkediano"

PERFILES DEL MES:

REBECA GARCES,
JERO AGUIRRE Y
MARIA PILAR ROJAS

EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN: BERRILAN

TRANSFORMANDO LA FORMA
DE TRANSFORMAR EL MUNDO

MARKETING PARA
PRINCIPIANTES
CON ALBERTO BLANCO

UNA PRODUCCIÓN DE
linkedgrowing



El rincón del estratega

Páginas de empresa premium, ¿merecen la pena?

Una nueva posibilidad nos abre LinkedIn con la opción premium en las páginas de empresa. Hasta ahora teníamos opciones premium como usuarios personales si queríamos dar un salto en nuestra capacidad de gestión en LinkedIn. O al menos, eso se supone.

Bien, pues ahora LinkedIn ha dado un paso más creando la opción de páginas premium, como una prestación con más posibilidades para entidades y empresas que ya las tengan creadas. Detrás de este movimiento supuestamente está la opción de conseguir más retorno comercial a través de estos escaparates. Pero hay que valorar muy bien si la inversión merece la pena. Tenemos un mes gratis y luego ya una facturación de 70 euros (si se hace un plan anual).

Como prestación más relevante estaría la opción de saber con nombre y apellidos quiénes visitan nuestra página, aparte de conocer a los seguidores (eso ya lo sabemos con la opción básica). También parece interesante la opción de mostrar testimonios visibles de clientes en la parte superior de la página. Y poco más, a priori...

Será cuestión de ir probando, pero es un riesgo de inversión que hay que mirar muy al detalle para ver si compensa su gasto. De momento, escepticismo comedido.



Por [Jorge Suárez](#)



Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

BERRILAN, transformar la forma de transformar el mundo

A QUÉ SE DEDICA Berrilan:

Empresa que combina BIM y BMO creando BiMO (Business Intelligence Management Office) para la búsqueda del valor añadido para sus clientes en el camino del dato. Entre sus clientes destacan administraciones públicas, promotores residenciales, fabricantes, gestores de activos (hoteles, oficinas), empresas energéticas y universidades, a nivel nacional e internacional.



DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 4.000
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/berrilan/>
- Perfiles interesantes a seguir: [David Barco Moreno](#) [Juan Antonio Morales Zerpa](#) [Carlos Guillermo Ramirez](#) [Iñaki Maiza](#)
- Hashtags usados: #BIM #construction #DigitalTransformation #architecture

A little bit of everything

Resultados, Bienestar y Relaciones No se puede pedir más

La psicología positiva afirma que tienen la clave para mejorar nuestros resultados, bienestar y relaciones.

Nuestro comportamiento se explica con la secuencia: **Piensa – Siente – Responde**

Evitemos juicios, ninguna emoción es mala, lo que es malo es atascarnos en el estrés, la ansiedad, la duda, la inquietud y la infelicidad. La recomendación es utilizar las emociones como información, y luego decidir cómo actuar.

Cuidadín con los patrones de comportamiento que se basan exclusivamente en complacer, racionalizar, controlar, vigilar, perfeccionar, evitar, hacerse la víctima y triunfar. Estos patrones nos sacan de más de un apuro mientras nuestra personalidad se forma, más adelante, cuando abusamos de ellos (los usamos en exceso) sabotean nuestros resultados, bienestar y relaciones: nos secuestran en estados mentales que limitan nuestras capacidades.

Aprende a activar la parte de tu cerebro con la que empatizas, exploras, innovas, navegas y entras en acción. Es ahí donde residen nuestros poderes personales.

Contáctame si buscas claridad, adopción de hábitos y estrategias para que puedas sacar adelante tu proyecto o tu carrera, aunque tengas poco tiempo o te haya faltado foco hasta ahora.



Por [Araceli Higuera](#)

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

“Veo cada vez más gente alejándose del postureo linkediano”

Titular en LinkedIn: Doy la  a tu Comunicación con Anti-Aburrimiento | Humor Viral | Copywriting | Storytelling | Guión de Marca y mucho, mucho café ☕☕ | Suscríbete a la Newsletter en el botón y Descarga TU GUÍA GRATIS

En este número vamos a juntar dos ingredientes que cada vez se encuentran más por LinkedIn: viralidad y humor. Y qué mejor que hacerlo de la mano de un profesional que los trabaja a partes iguales y sin despeinarse, podríamos decir, como es José María Ruíz:

LKG: José, empecemos por lo primero y una cosa contra la que luchas con todas tus fuerzas: el aburrimiento. De hecho tienes un club de marcas anti-aburrimiento, ¿cómo es eso?

JMR: Muchas gracias, Jorge. Empezaría diciéndote que es un honor estar aquí, que gracias por invitarme y todas esas movidas... Pero eso es un ejemplo de aburrimiento total, jajaja.



[Jose María Ruiz](#)



Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

En su lugar (por mostrar, más que contar) contaré públicamente que me pasaste la entrevista con un margen de tiempo estupendo y que yo acepté encantado porque quedaba mucho tiempo por delante para cumplimentarla y ahora me encuentro a dos días del deadline preparándola. Y así es mi vida siempre corriendo detrás o delante de un deadline y llegué tarde hasta a mi nacimiento, ¡qué te voy a contar... ! Para habernos matao pero, oye, lo importante es que hemos llegado a tiempo.

Y sí, lucho contra el aburrimiento en el mundo empresarial donde todo el mundo es maravilloso mea colonia y le va todo fenomenal en sus negocios y en su vida.... El club de marcas Anti-aburrimiento es la newsletter en la que te incluyes al registrarte en nuestra web ({inicio de spam} <https://accionviral.com/> {fin de promo y spam}) 😊😊😊

Y ya hay más de 1.200 empresarios y marketers que quieren darle esa vuelta a su marca, identificarse con ella porque, según muchos me dicen, hay veces que se aburren a sí mismos y la inmensa mayoría están cansadisimos de su sector y los clichés manidos.

LKG: Vamos al universo de LinkedIn, José. ¿Calificarías esta red como aburrida y que calificación le darías en una escala del 1 (poco aburrida) al 10 (mega aburrida)? Ah, y razona tu respuesta, por supuesto...

JMR: En general le pondría un 6, pero he de decir que hace unos poquitos años le habría puesto un 3. Veo cada vez más gente que se sale de la norma y que se esfuerza por contar verdades y dejar cada vez más lejos ese famoso “postureo linkediano”. Somos personas y como tal tenemos buenos y malos momentos, no veo el problema de mostrar ambos mundos de forma natural.

LKG: No sé si será impresión mía pero en los últimos tiempos están apareciendo por esta red muchos profesionales con recetas humorísticas para conseguir de todo en esta red (posicionar tu marca, conseguir clientes y hasta un perrito piloto, si cuadra...). ¿No estaremos asistiendo a una cierta burbuja del humor profesional azul?



Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

JMR: Pues la verdad que no es esa tanto mi impresión y lo que te pediría es que me vayas pasando esas recetas para comprobar si realmente tienen sentido.

A mí lo que me ha pasado es que de forma natural he atraído en la red a gente con mentalidad muy parecida. Entonces sí que veo cada vez más gente que quiere utilizar el humor o el entretenimiento (y también el famoso copy o el storytelling) para mejorar la comunicación de las marcas y la relación de estas con sus clientes. Obviamente esto debe traducirse a la larga en un aumento de las ventas, o al menos de la imagen de marca.

Quizá por eso te dé esa impresión pero, en mi humilde opinión, creo que aún queda mucho camino por hacer y un porcentaje altísimo de la red sigue siendo bastante aburrido y normativo.

LKG: Bueno, y cuéntenos un poco más de tu relación con LinkedIn. ¿Cuándo os conocisteis, cómo fueron vuestras primeras citas, si hubo tensiones o todo fue como un cuento de hadas...?

JMR: Estuvo lleno de tensiones por todas partes jajaja. Al principio y creo que como todos (hablo del Pleistoceno digital) no era más que casi un currículum estático. Luego vas aprendiendo los principios de conexión básicos y ahí cometes muchos errores. Y desde entonces es un continuo aprendizaje y lucha encarnizada contra el maravilloso (ironía modo ON) algoritmo que nos lleva a la gloria o nos hunde en la miseria a placer .

Así que no, por ahora no he podido vivir mi personal cuento de hadas con esta red pero oye, ¡¡¡quién sabe!!!



Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

LKG: Oye, José, y ya para terminar. No me resisto a que nos dejes sin contarnos de aquellas marcas/sectores con los que crees que no hay manera, que siempre serán un tostón, un muermo de aburrimiento y donde tu acción viral no tiene nada qué hacer. O al menos lo ves muy complicado a priori, anda...

JMR: Pues Jorge, a ver cómo te cuento esto sin que parezca que te quiero vender aquí la moto y venderme a todo el mundo jajaja. Lo que yo siempre digo son tres puntos principales en los que se basa buena parte de mi estrategia:

Lo peñazo, aburrido y cansino no es tu sector, eres tú. Trabajes en el sector que trabajes estoy convencido de que tu cliente final es una persona que ríe, llora, va al baño, ve series o películas e incluso tiene pensamiento crítico y una opinión para cada tema de esta vida. Cuanto más aburrido es el sector, MEJOR. Porque tengo demostradisimo que mayor es la oportunidad de destacar y rentabilizar la apuesta por un contenido entretenido y de anti aburrimiento. Por tanto, ya imaginas mi respuesta: no se trata de en qué sector trabajas, si no se trata de ti. De dónde quieres llevar tu marca y de hasta qué punto quieres comprometerte con el entretenimiento y el anti aburrimiento.

Entre mis clientes tengo desde tiendas eróticas o psicólogas hasta academias de oposiciones para administrativos del estado o talleres de recambios. Nunca se ha tratado del sector, y mi idea ni mucho menos es gustar a todos ni llegar a todos los clientes del planeta (y quien piense eso es que no tiene ni idea de negocios) pero es verdad que mi embudo de manera natural se filtra más por personas que por negocios. Por tanto si el dueño o dueña de la marca está comprometido con aplicar el anti aburrimiento eso es todo lo que necesito para poder trabajarla con Acción Viral.

Por ahora yo creo que en sectores eminentemente considerados “más serios” solo un pequeño porcentaje se atreve a ARRIESGARSE y salir de los típicos clichés que todo el sector utiliza de manera repetitiva y aburridísima. Sin duda, en esos rebeldes sin causa y perros verdes están mis clientes objetivo. Que vengan a mí todas las ovejas negras 😊.



Espacio de podcast

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

Nutriendo nuestras neuronas azules...

En este número nos paramos en dos episodios podcastianos en los que alimentamos la mente pero, también, nuestro cuerpo. Y es que en la amplia variedad de invitados que van pasando por nuestros micrófonos, también nos encontramos con profesionales al frente de empresas del mundo de la alimentación, claro que sí.

Los dos ejemplos que hoy os compartimos nos hablan de la producción y comercialización de uno de nuestros manjares nacionales, el jamón ibérico, por un lado. Y, por el otro, la charla que tenemos con el responsable de una marca de bebidas isotónicas de lo más innovadora y sostenible.

Para no perderse las conversaciones con Gorka Rivas, de Pata Negra Salamanca y con Rubén González, de Raw Super Drink



[Episodio 26 \(T4\): Gorka Rivas, conversación “pata negra” sobre LinkedIn y negocios](#)



[Episodio 29 \(T4\): Rubén González, marcas con superpoderes en LinkedIn](#)



Marketing para principiantes

¿Integrar LinkedIn Ads con tu Estrategia de Marketing de Contenidos?

Si lo que deseas es acelerar tu campaña de marketing de contenidos, visibilidad o simplemente sacar mejor rendimiento a tus esfuerzos a la hora de crearlos, LinkedIn Ads puede ser también una herramienta interesante.

Desde dar visibilidad a tus artículos orgánicos u opiniones entre el público adecuado, gracias al gran poder de segmentación de la herramienta en función del cargo o del sector. Puede darte el reconocimiento y mérito que tu expertise se merece.

Conseguir interacciones en esos contenidos audiovisuales que tanto trabajo os ha costado confeccionar, o ganar visualizaciones como forma de pulsar el mercado, qué tipo de contenidos le gustan más o menos y qué tipo de información es relevante también es una forma adecuada de ganar información accionable interesante y posicionarte con tu contenido delante del potencial interesado en tu empresa.

Pero también para lanzar tu mensaje de “contáctame”, que te de los leads que tu empresa pueda necesitar. Pero, eso sí, si no es a puerta fría, has hecho los deberes antes y si haces las cosas con elegancia y buen gusto.

Y por el precio, ya que es dar visibilidad a tus contenidos orgánicos, ni te preocupes. Puedes poner tu el presupuesto que desees o te puedas permitir, para tenerlo todo bajo control.

Sólo hay que ponerse a diseñar y a construir.

Feliz vuelta de vacaciones :)



Por [Alberto Blanco](#)



LA GACETA AZUL

Perfiles del mes a seguir

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



[Rebeca Garces](#)

Project Manager en groWZ | Te ayudo a entender la IA y a cómo puede impactar en tu negocio | Founder Campamentos y Eventos MasterChef



[Jero Aguirre](#)

HAGO un tipo de VÍDEO que ATRAE PACIENTES a tu CLÍNICA. Es un vídeo que cuenta su experiencia contigo: Ellos venderán tus servicios a otras personas, generando confianza.



[María Pilar Rojas](#)

Corporate Culture | Diversity and Inclusion | Employee Experience | Board Member | Professor | Executive Coach

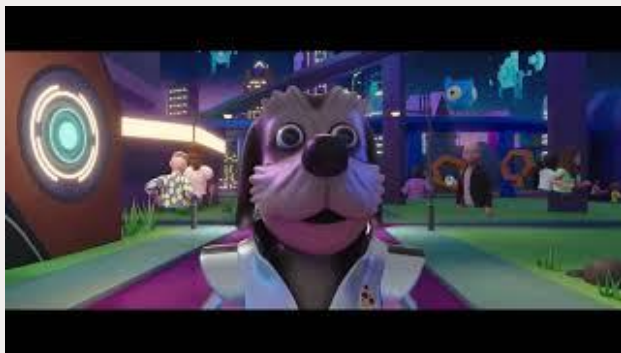
Más que 1.000 palabras

Hacer la fantasía realidad

Gracias al desarrollo de la industria audiovisual nuestra imaginación puede volar a escenarios inimaginables. Lo vemos en el cine, en la televisión y, por supuesto, en muchos spots publicitarios.

En esta ocasión os quiero compartir un exquisito trabajo que, además, sirve de promoción a unas gafas de realidad mixta (Meta Quest) donde poder ver contenido, jugar y conectar con otras personas de una forma impresionante. El ejemplo tierno y realista de la mascota protagonista así lo atestigua.

Un ejemplo visual más de cómo podemos “viajar” no sólo en sueños. Y lo que nos quedará por descubrir...



Por [Diego Téllez](#)

La vuelta al cole con LinkedIn

Septiembre es el mes de la vuelta a la rutina para muchos profesionales, no solo para el alumnado (ese que estos días deslumbra con su tristeza de camino al centro escolar).

También es el mes de hacer recuento en todos los sentidos. Quedan cuatro meses para terminar el año y las cuentas empresariales deben salir. Si es necesario mejorar los números, se buscan profesionales relacionados con finanzas, productividad o marketing.

Incluso también se revisan las cuentas relacionadas con el crédito formativo de Fundae. Por este motivo, este último trimestre del año, el sector de la formación tiene mucho movimiento. Empresas que buscan formaciones para sus empleados y docentes que ofrecen cursos in company.

¿Y dónde puede surgir la magia? En LinkedIn, como no. Con su buscador y su centro de mensajes directos, donde empresas y profesionales o centros formativos pueden intercambiar información.

Por este motivo, te animamos a trabajar el SEO (la optimización de las palabras clave) en tu perfil y en tus publicaciones para posicionarte en los términos laborales de tu interés.

¡Ánimo con el SEO y con el regreso a la rutina laboral! En nada llega la melodía navideña de Mariah Carey (vacaciones de nuevo).



Por [Eva Ortiz](#)



LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE
linkedGROWING