

¿Cómo usar LinkedIn para el marketing digital?

Aunque LinkedIn se fundó en 2003 como una red de contactos profesionales, con el tiempo ha ido más allá. **En el mundo empresarial actual, LinkedIn se ha convertido en una de las herramientas de marketing digital más potentes.** Esta transformación requirió que las empresas desarrollaran una estrategia eficaz de mercadeo en LinkedIn para obtener mayores ventajas y competitividad en sus sectores.

Este medio social permite a sus miembros establecer una red profesional, publicar y encontrar empleos, además es posible construir un liderazgo de pensamiento. Es uno de los lugares más eficaces para relacionarse con los responsables de la toma de decisiones dentro de su mercado objetivo que pueden necesitar tus productos o servicios.

Una sólida estrategia de empresa en LinkedIn puede ayudarte a crear conciencia de marca, aumentar el tráfico del sitio web, generar clientes potenciales de calidad e incluso establecerte como líder del sector. **Sin embargo, la promoción de tu marca en LinkedIn requiere objetivos bien definidos y tácticas digitales bien desarrolladas.**



Conoce [5 Formas de mejorar tu SEO local y tu posicionamiento](#)

LinkedIn y las estrategias de marketing digital

Desde hacer conexiones y establecer asociaciones hasta generar clientes potenciales e impulsar el conocimiento de tu marca, puedes hacer muchas cosas con LinkedIn, lo cual lo convierten en un complemento inestimable para tu estrategia de marketing digital. A diferencia de Facebook e Instagram, LinkedIn es una plataforma profesional diseñada para ayudar a establecer y reforzar las relaciones comerciales.

Esta herramienta de redes sociales expone a los usuarios y negocios a millones de conexiones. **Las conexiones y las oportunidades de networking que ofrece LinkedIn son fundamentales, pero lo que posiciona y consolida es una buena estrategia de marketing digital.** Veamos de qué manera se puede usar LinkedIn para aplicar la estrategia de marketing de una marca personal y/o negocio.

Buscar clientes y conexiones de forma específica

Para poner en marcha la estrategia de marketing digital en LinkedIn, el primer paso es la segmentación. Centrarse en el sector exacto, el tamaño de la empresa y la función del público objetivo. Es así como se consigue que la estrategia sea más directa y se consigan resultados en menos tiempo.

Utiliza la herramienta de Búsqueda Avanzada de Personas de LinkedIn para localizar personas y clientes potenciales en función de los criterios que hayas establecido para los clientes potenciales que quieras generar. **Los resultados mostrarán tus primeras y segundas conexiones en la parte superior de la lista.**

Utilizar actualizaciones patrocinadas

Con el objetivo de hacer llegar la publicación al feed de LinkedIn de un individuo, las empresas pagan millones. Una actualización patrocinada puede ser una forma excelente de promover contenido de liderazgo de pensamiento útil principalmente para el público objetivo con una fuerte llamada a la acción. **La gente ya no quiere ver pura publicidad y quiere algo útil de forma gratuita.**

Al promocionar el contenido de una empresa (libro blanco, guía, etc.) a través de una actualización patrocinada de LinkedIn, una empresa puede dirigirse a un público especializado, aumentar las visitas al sitio web y, si el contenido es lo suficientemente convincente, generar clientes potenciales.



Descubre [cómo dar visibilidad online a tu negocio](#)

Publicar contenidos de alta calidad

Un buen contenido es la clave del éxito de una estrategia de marketing digital. Este contenido puede ser muy específico y debe enseñar a los demás cómo resolver un problema o cómo hacer mejor su trabajo. Esto conduce a que el usuario considere a la empresa, una líder de opinión en ese espacio. Es psicología básica para conseguir resultados auténticos.

Adicionalmente, si una publicación empieza a ganar impulso, LinkedIn la destacará en una de sus categorías y con ello se puede conseguir un número significativo de lectores. Es una forma estupenda

de mejorar la visibilidad y llegar a más usuarios de una forma que no hubiera sido posible en la propia página web o blog.

Promover la visibilidad a los empleados

Es importante que los empleados que formen parte de la empresa completen el perfil en LinkedIn. Esta táctica tiene un peso importante en el logro de los objetivos de posicionamiento y consolidación de la empresa o marca, en la red social, y en general, en la web. Los perfiles deben incluir fotos apropiadas, un [historial](#) laboral relevante que incluya una descripción de cómo ayudan a la empresa.

Lo más valioso de esta estrategia son las conexiones profesionales que generan cada uno de los empleados. Mientras mayor sea el alcance de una empresa en LinkedIn, más ventajas tendría a la hora de exponer su publicidad. Además, que un mayor alcance contribuye al logro de una reputación positiva de cara a otras empresas, a las empresas de la competencia y al mercado laboral.

Unirse a grupos y mantener actividad constante en los mismos

Para que una estrategia de marketing digital sea efectiva en LinkedIn, el alcance de la cuenta es fundamental, es por ello que resulta esencial unirse a grupos en LinkedIn que sean relevantes para el público objetivo. **Es una de las formas más efectivas de saber lo que habla la audiencia.** También es la oportunidad de que la empresa interactúe con su público y ofrezca sus consejos.

Otro aspecto valioso del que se beneficia la cuenta de LinkedIn de la empresa cuando se une a grupos es que logra la posibilidad de enviar mensajes a los miembros de los grupos. El InMail de LinkedIn es una herramienta valiosa que permite establecer relaciones con clientes potenciales de manera directa.



¿Te interesa saber [cómo funciona el SEO local para Google?](#)

Mantener la cuenta de LinkedIn actualizada

Es importante tener una presencia actualizada y coherente para tu marca con tu propia página de perfil de empresa. Las imágenes, los colores y el contenido de esta página deben ser coherentes con

tu sitio web y con cualquier otro perfil de redes sociales que tenga la empresa. La página debe actualizarse regularmente para que la marca esté activa y parezca un negocio actual.

Optimizar la sección de resumen del perfil

La sección de resumen tiene 2.000 caracteres para hablar al público objetivo, de forma directa y persuasiva. Utilizar frases completas, escribir en primera persona y presentarse de forma clara y sucinta ayuda con la reputación y el posicionamiento. El resumen del perfil es esencial para la estrategia de marketing digital porque conecta con la persona antes que ellas con el producto o servicio.

Evitar las ventas de forma directa

En la actualidad, ofrecer el producto o servicio de manera directa es un error bastante grave que puede cometer una empresa. **LinkedIn no es un mercado de ventas tradicional, es una plataforma que puede garantizar la fidelidad de los clientes.** El marketing de contenidos e inbound marketing, contribuyen a que los demás usuarios de la red te "descubran", te sigan y se sientan parte.



[Aprende 8 formas de optimizar tu perfil de Google My Business](#)

Empezar por las conexiones y luego construir relaciones

LinkedIn es una red social para que los profesionales se conecten con otros profesionales. Un empresario puede y debe conectarse con clientes potenciales, socios estratégicos, socios de referencia y otros empresarios. Y una vez hechas esas conexiones, es cuando se debe decidir cómo alimentar esas conexiones específicas para hacer crecer la relación.

Para utilizar LinkedIn con fines de marketing digital, es fundamental exponer la marca en la plataforma y establecer conexiones. Proporcionar detalles sobre el negocio en el perfil para que los consumidores entiendan de qué va la marca. Participar activamente en LinkedIn, es decir, unirse a los grupos, publicar contenido de calidad e interactuar de manera activa con los contactos.