

LinkedIn como herramienta de marketing para las pymes

- La red social profesional LinkedIn sigue creciendo en cuanto a usuarios y cantidad de uso por usuario, lo que la ha llevado a posicionarse como líder en su segmento.

Por [JUAN MERODIO](#) | 6 jul. 2015



Se trata de una herramienta social con una gran variedad de posibilidades tanto para profesionales como para empresas, aunque todavía son pocas las que lo usan de una manera efectiva.

Uno de los primeros usos que se le puede dar es para humanizar la empresa si lo vinculamos con nuestra web corporativa. Cuando entras en la mayor parte de webs de empresa y te diriges a la pestaña “Quiénes somos”, normalmente aparece un texto del tipo: “Somos un grupo de profesionales con más de 20 años de experiencia en el sector y una contrastada trayectoria profesional...”, pero ¿qué aporta esto a un cliente? La verdad que poco o nada, por lo que podemos utilizar LinkedIn para presentar la empresa de una manera más humana, detallando en esta pestaña la foto, nombre, cargo y enlace de LinkedIn de cada trabajador, lo que desde un punto de vista del cliente mejora la transparencia y credibilidad en la compañía, al ofrecer una información más humana y veraz.

Otro de los usos que puede una pyme empezar a dar a LinkedIn es tener su propia página de empresa, y desde ella, al igual que se hace en otras redes como Facebook, compartir contenido que la propia empresa genere ya sea en su web, blog u otro canal, con el objetivo de viralizarlo entre el público al que quiere llegar.

Muchas veces se relaciona LinkedIn solo para empresas que operan bajo modelos B2B, pero realmente es apta para casi todas, ya que puede ser utilizada para mejorar la imagen de marca de la propia empresa, invirtiendo en ella como un canal de incremento de la notoriedad y transparencia de la compañía, lo que redundará en la toma de decisión de compra de un producto.

Éstas son solo unas ideas del uso de LinkedIn en la pyme, por lo que empieza siempre de menos a más, implementa estos conceptos y una vez los tengas de manera efectiva mira otras posibilidades, como participación en grupos, estrategias de marca personal de los empleados... Pero siempre buscando en ella un canal de comunicación con los clientes.

¿Crees en LinkedIn como herramienta de marketing?



JUAN MERODIO

Experto en marketing digital, redes sociales, web 2.0

f in 

Sigue al autor