

Checklist para optimización de perfil personal en LinkedIn

Realizado por: Roger Martinez M.
Instituto Venezolano de Psicolingüística



Checklist para optimizar tu perfil de LinkedIn

Instrucciones: Con el objetivo de contar con un perfil completo y óptimo, asegúrate de cumplir con los siguientes requerimientos en LinkedIn. *(Es importante recordar que el perfil se ajusta en base a la impresión que generamos ante nuestro cliente ideal).*

- ☐ **URL** con nombre(s) y apellido(s) separado por guión (eliminando números y letras extra) – este cambio lo realizamos en la parte superior derecha de tu perfil, opción “*editar URL y perfil público*”
- ☐ Tu perfil principal está configurado en el **idioma** que hablan tú y tu cliente ideal
- ☐ **Foto pública** en tu perfil con vestimenta adecuada a tu perfil profesional, mirando al frente (**recuerda que puedes ayudarte con Snappr Photo Analyzer**)
- ☐ Tu **Banner** expresa tu propuesta de valor (tamaño ideal: 1584 X 396 px), respondiendo:

¿A quién ayudas?

¿A qué lo ayudas?

¿A través de qué lo ayudas?

- ☐ Tu **Titular** posee palabras clave adecuadas a tu sector (Profesión, Industria, Cargo, Productos y/o servicios que ofreces) – Separados por símbolo de Guión Vertical/Pleca (|)
- ☐ Tienes seleccionado el “**Sector**” al cual perteneces (Ej: Consultoría; Asesoría y servicios empresariales)

- ☐ Tu **“Acerca de”** esta escrito en primera persona y bajo la técnica A.I.D.A (**Atención, Interés, Deseo y Acción**)
- ☐ Tu **“Acerca de”** cierra con tus datos de contacto
- ☐ Tienes **“Destacados”** (adicionales a tu CV)
- ☐ Tienes tu **“Experiencia”** profesional descrita a través de “Logros obtenidos”
- ☐ Has **solicitado “Recomendaciones”** por parte de clientes y/o personas que han colaborado contigo en proyectos pasados
- ☐ Has completado la sección de **“aptitudes”**
- ☐ Has activado la **“verificación en dos pasos”** (para seguridad de tu cuenta)

Recuerda: realizar la grabación de voz y video-presentación (desde el dispositivo móvil)

Recomendaciones adicionales al realizar ajustes en el perfil de LinkedIn

- Recomendaciones al completar la sección **“Acerca de”**

Cuando se completa un perfil con motivos comerciales, se recomienda seguir las etapas del método A.I.D.A, descritas a continuación:

1. Atención
2. Interés
3. Deseo
4. Acción

Atención: utiliza una frase que invite al lector del perfil a seleccionar la opción “*ver más*”, iniciarla en modo interrogante puede resultar muy útil. Esta interrogante puede relacionarse con alguna situación que compartas con tu modelo de Buyer persona, o algún problema que sea común en su sector o industria.

Interés: La mejor forma de despertar el interés del espectador es hablarle de uno o varios problemas al que se enfrenta actualmente, y profundizar en ellos.

Deseo: Explica los elementos diferenciadores que te caracterizan, y por qué razón deberían considerar tu producto/servicio.

Acción: Datos de contacto o acercamiento

- Una vez hayas completado todos los items del checklist, te recomiendo ingresar a la pagina de **Social Selling Index**:
<https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling/the-social-selling-index-ssi>

Al ingresar, selecciona la opción **“Get your score free”**

Anota y guarda los datos que te arroja, en especial el indicador:

“Índice de Ventas con las Redes Sociales Actual”

(Este índice nos irá indicando nuestros avances en la labor comercial que vamos realizando en la plataforma). Ej:



- Las páginas de empresa se asocian a cada uno de los colaboradores, sin embargo las interacciones que se realizan **parten del perfil personal** de quien ejecuta la labor comercial (por lo tanto todos(as) aquellos que realizan labor comercial serán embajadores de marca)
- Si hay alguna de estas secciones que no tengas disponible a simple vista en tu perfil, debes irte a la sección superior del perfil (justo debajo del titular) y seleccionar la pestaña **“Añadir sección”** allí podrás agregar y habilitar cada sección para hacerla visible.

Importante: secciones especiales como *“buscar empleos en...”* o *“añadir servicios...”* no siempre están habilitadas para todos los usuarios, a medida que avances con el uso de la plataforma y tengas más completo y óptimo el perfil, entonces LinkedIn las irá activando.

- Es recomendable contar con contenido de base en la sección de “destacados”, recomendable:
 1. ¿Qué podemos hacer por ti y/o tu empresa? (el formato puede estar en presentación PDF corta o video presentación)
 2. Contenido que haya generado históricamente buena respuesta e interacción.
 3. Problemas más comunes que enfrentan tus “clientes”.
- Tienes 7 segundos aproximadamente para captar la atención positivamente de tu prospecto cuando ingresa a tu perfil, de acá radica la importancia de mantenerlo **¡óptimo y actualizado!**

Te deseo mucho éxito y ¡Muchas Ventas!

Roger M.

