

# Índice

Introducción .....	9
01. Situación actual, ¿conocida por todos! .....	13
02. Empezando a definir tu estrategia de búsqueda de empleo: marca profesional .....	21
03. Cómo crear un blog profesional gratuito .....	37
04. LinkedIn, tu principal arma de trabajo .....	49
05. Facebook y sus aplicaciones en la búsqueda de empleo .....	101
06. Twitter, ¿comunicamos y buscamos trabajo? .....	115
07. Caso de éxito: cómo Ana encontró un puesto de trabajo gracias a LinkedIn .....	127
Anexo .....	133
Epílogo de Faustino Granell García de Lago .....	141
Bibliografía .....	151
¿Seguimos en contacto? .....	155

# Introducción

Todos los ámbitos están cambiando a pasos agigantados. El sector de los recursos humanos no se queda atrás y está aplicando distintas técnicas de marketing 2.0 y redes sociales (*social media*) en la captación de talento para nuevos puestos de trabajo.

Según estadísticas de 2011, en Estados Unidos 9 de cada 10 reclutadores tienen perfiles en redes sociales y el 54% de quienes buscan trabajo usan Facebook, Twitter o LinkedIn como canal de ayuda para encontrarlo.

Pero esta tendencia es ya una realidad en todo el mundo desde Latinoamérica hasta Australia. Según un estudio de Website Monitoring de noviembre 2012, los países que más uso le dan a LinkedIn son Estados Unidos, India, Reino Unido, Canadá, Australia, Noruega, China, Sudáfrica, Brasil, Pakistán y España, por lo que cada día aumentan las posibilidades de encontrar o mejorar tu actual puesto de trabajo si estás presente de forma efectiva en redes profesionales como LinkedIn.

Como profesional es importante que te asegures de que cuando alguien busque información sobre ti o sobre un perfil profesional que se adecue a tu currículum sea fácilmente encontrable por los departamentos de recursos humanos. Ten claro que haber elaborado un buen perfil incrementará tus posibilidades de éxito a la hora de conseguir un nuevo puesto de trabajo.

Son muchos los beneficios que nos dará el uso de las redes sociales a la hora de encontrar un trabajo, entre ellos la

posibilidad de llegar a mayor número de personas, hacer visible en el mercado nuestras actitudes y aptitudes, encontrar trabajos que no se anuncian por canales tradicionales, establecer una comunicación mucho más rápida y eficiente, disponer de un contenido actualizado prácticamente a tiempo real y la generación de nuestra propia marca profesional, entendiendo por esta la imagen que vamos a crear de nosotros en el mercado del sector en el que nos movemos.

A lo largo de este libro profundizaremos en las distintas estrategias que puedes seguir para lograr tu objetivo: encontrar un trabajo acorde a tu formación y experiencia. Eso sí, es importante que sepas que esta estrategia supone un trabajo a largo plazo y continuo, con independencia de que encuentres trabajo, ya que te ayudará en el futuro a continuar mejorando tu situación laboral y, para ello, analizaremos el uso de distintas redes sociales como LinkedIn, Facebook o Twitter y veremos cómo manejarlas y qué beneficios te aportarán cada una de ellas.

Para ello es importante que te conviertas en estudiante de cada una de las redes sociales, no solo para saber cómo funcionan, sino también para conocer cuál es la mejor manera de comenzar conversaciones que generen interés, ofrezcan contenido de valor y llegar a aquellos que te interesan.

Para hacer esto de la mejor manera posible es importante que te mantengas informado acerca de todo lo relacionado con marketing 2.0 y recursos humanos y saber hacia dónde avanzan. Aunque nadie puede confirmarlo, podemos decir que en los próximos años las tendencias crecerán en torno a la selección de personal a través de la presencia en las redes sociales de los candidatos; de hecho, LinkedIn es como una red en la vida real pero llevado a Internet y con un poder viralizador mucho mayor. Los próximos años las tendencias crecerán en torno a los siguientes conceptos:

- *Social Mobile*: cada día crece más la sinergia entre los teléfonos móviles y las redes sociales, lo que hace a estos dispositivos imprescindibles para acceder a nuestros perfiles de redes sociales en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- *Social Search*: los buscadores, tal como los conocemos, están avanzando hacia búsquedas cada día más sociales, de hecho, Google se ha dado cuenta de esta tendencia y ha desarrollado su propia red social, denominada Google+, con el fin de tener su cuota de mercado en este ámbito.
- Mayor segmentación: se tiende a crecer en el uso de redes sociales y espacios en Internet mucho más verticales, es decir, enfocados por gustos, intereses o tipos de persona, de tal manera que se busca la rentabilidad en la calidad y no la cantidad.
- Una mayor convergencia entre redes sociales y medios tradicionales. Este es uno de los mayores retos de los medios tradicionales: buscar sinergias con las redes sociales para adquirir una ventaja competitiva.

Como lector te darás cuenta de que este libro tiene un uso eminentemente práctico. Lo mejor es que vayas realizando sobre la marcha las acciones que se van describiendo y que vayas poniendo todo en práctica, paso a paso, de la manera correcta ya que, como dijo mi colega Alfonso Alcántara: «apuntarse a las redes sociales y esperar mejorar tu vida profesional es como pensar que uno va a ligar por el mero hecho de salir por la noche».

Todo lo que se cuenta en esta obra es válido tanto si estás en búsqueda activa de empleo como si tienes trabajo y quieres mejorar tu situación laboral; eso sí, ten siempre presente que se trata de estrategias a medio-largo plazo en las que para obtener buenos resultados es necesario tener

paciencia y ser constante en todo lo que se hace, ya que es un proceso que necesita su tiempo, y tu marca profesional (*professional branding*) lo merece y lo necesita.

Es importante que tengas en cuenta que todas las redes sociales cambian con frecuencia su imagen y funcionalidades, por lo que es posible que cuando estés leyendo este libro haya cosas que difieran de las que aquí cuento, así como remodelaciones en el diseño de las capturas que he realizado de las distintas redes sociales.

Según un estudio reciente realizado en Estados Unidos por la empresa BullHornReach, más del 48% de los reclutadores usan a día de hoy LinkedIn para la selección de candidatos. Este portal es la principal red social en la publicación de ofertas, seguida de Twitter y Facebook.

La tendencia ya es una realidad en el resto de países, como España, y cada vez más empresas recurren a las redes sociales como LinkedIn para encontrar a su candidato ideal, pero ¿en qué punto del proceso de selección acuden a las redes sociales para buscar información del candidato? El 47% lo hace después de recibir una solicitud en su oferta de trabajo para comprobar y ampliar los datos, y el 69% de los reclutadores han rechazado en alguna ocasión a un candidato después de ver sus redes sociales, lo que pone de manifiesto la importancia de tener nuestros perfiles sociales bien actualizados y cuidados, ya que en más de una ocasión una entrevista de trabajo dependerá de lo que en ellas aparezca.



Escanea este QR para saber qué podrás encontrar en *Trabaja con red*.

Situación actual, ¿conocida por todos? | 01



Según el manifiesto *Muévete* —liderado por el portal de empleo Monster a mediados de 2012 y cuyo objetivo es definir los problemas reales de la situación laboral actual de los más jóvenes y junto con especialistas de recursos humanos, universidades, expertos de la Red, emprendedores y jóvenes—, conviene definir posibles planteamientos que ayuden en la búsqueda de soluciones.

La propuesta de acción planteada la detallo a continuación tal y como se ha comunicado por Monster.

## 1. La educación

Juega un papel fundamental en el desarrollo de las personas, pero hay una falta clara de educación emocional. Actualmente, el paso del mundo académico al laboral se convierte en un abismo, ya que existe una clara brecha entre ellos y no se encuentran puntos de conexión ni adaptación. Las instituciones educativas deberían proporcionar de forma temprana las claves indispensables para la adaptación, que pasaría por:

- Acercar las universidades a las empresas, establecer acuerdos (sobre todo con pymes) y grupos de trabajo entre académicos y profesionales de distintos sectores para que formen parte de la educación universitaria y profesional, asesorando a las instituciones educativas sobre las demandas formativas reales del mercado.

- Ofrecer prácticas laborales como parte de los programas universitarios y de formación profesional, ayudar a los jóvenes a establecer los puentes necesarios entre las instituciones educativas y las empresas, creando acuerdos de colaboración y de formación continua gestionados por profesionales en orientación laboral.
- Facilitar a los jóvenes que puedan compatibilizar sus estudios con las prácticas laborales desde el primer año de carrera, o desde los primeros ciclos de formación profesional y propiciar una incorporación temprana al mercado laboral.
- Fomentar el emprendimiento joven. Por eso, proponen que los Centros de Orientación para el Empleo (COIE) se conviertan en COIE-E, en los que los jóvenes también puedan recibir orientación para emprendedores.
- El fracaso escolar es una alerta de los fallos del sistema, por lo que deberían establecerse métodos precoces de detección del fracaso escolar utilizando modos de reenganche a través de la formación profesional. Necesitamos especialistas técnicos y hay que definir cuántos, y para qué, con el fin de formar a los profesionales que reclama el mercado laboral.
- Existe una carencia evidente de una formación para la búsqueda de empleo. Hay que fomentar la creación de seminarios en institutos, universidades y centros educativos para dar esta formación a los jóvenes. Muchas empresas de distintos sectores podrían aportarles su experiencia directa acudiendo a las instituciones educativas.

## 2. Las empresas

- Debe darse una mayor relevancia a las pymes, ya que el 90% del tejido empresarial español está compuesto por este tipo de empresas. Hay que ponerlas en contacto con



el talento joven a través de su presencia en las instituciones educativas.

- Formación de grupos de trabajo entre pymes, universidades y otros centros de formación superior para definir las necesidades que existen en el mundo empresarial y qué tipo de jóvenes profesionales se están demandando.
- Mentores profesionales: las empresas pueden aportar la experiencia de sus trabajadores para aconsejar a los más jóvenes sobre su carrera profesional y orientarles en el sector. Además, deben generar una red de intercambio en la que los jóvenes puedan solicitar la orientación y el consejo de aquellos profesionales que trabajan en el sector que les interesa.
- Deben involucrarse de forma mucho más activa en la formación de jóvenes profesionales y ser partícipes, a través de su visión y experiencia, en los planes de empleo joven de las administraciones públicas.
- Tienen que invertir más en el proceso de selección. Cuando se inicia un contrato laboral, tanto la empresa como el trabajador esperan algo del otro. Se hace interesante, a fin de amortizar el proceso de selección y las expectativas del trabajador, dar la vuelta al modelo: que sea el candidato quien elija a la empresa quitaría algunos miedos a la equivocación. ¿Por qué eliges esta empresa y dónde me aportas algo?
- Diversidad en edad, no en inquietudes. El panorama demográfico y el laboral dibujan un futuro en el que convivirán dentro de la empresa perfiles profesionales con mucha diferencia de edad. El retraso de la edad de jubilación hará que coincidan jóvenes, que se incorporan por primera a la empresa, con personas de 65 años. Por ello es importante que ambos mundos se empiecen a acercar

desde ya. Hay que poner en positivo esas sinergias, el aprendizaje bidireccional y el disfrute de descubrir que puede que no sea tanta la distancia.

### 3. El individuo

- Cuestión de actitud: seguro que muchos llevan meses, o incluso años, buscando trabajo, pero la realidad laboral es ahora mismo tan complicada que hay que aprender lo que hay que dar al mercado, analizar lo que se ofrece y aportarlo a la empresa para así poder recibir una buena oferta a cambio. Frente a la insatisfacción, el miedo al fracaso y la falta de objetivos claros para definir objetivos futuros, todos debemos aprender a arriesgarnos y tomar decisiones desde etapas tempranas. Pero lo más importante es transmitir a los jóvenes que una actitud positiva ante la situación actual es lo más importante para lograr sus objetivos.
- Hay que trabajar en la llamada «cultura del esfuerzo». Buscar trabajo es un trabajo en sí mismo y hay que luchar y diferenciarse del resto, moverse y no desistir por mucho que la situación no sea favorable.
- Debemos dejar de considerar salir a trabajar al extranjero como algo negativo y verlo como una experiencia personal y profesional que nos va a proporcionar madurez y muchas oportunidades.
- En un mundo en el que las posibilidades son infinitas, muchos jóvenes no saben qué herramientas utilizar y cómo para encontrar trabajo, formarse en la búsqueda de empleo les ayudará a manejar la información disponible.
- Hay que tener una mentalidad más flexible, pensar que cuestiones como la temporalidad también pueden ser una forma de trabajar por proyectos, que dedicarse a

algo para lo que no hemos estudiado nos proporcionará mucha experiencia para trabajos futuros, que salir al extranjero puede ser una alternativa para volver con otra filosofía y aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno internacional, algo muy valorado por las empresas.

- De verdad, jóvenes emprendedores. Conseguir que el emprendimiento forme parte del imaginario colectivo como una opción laboral más y no solo como una salida arriesgada. Eso se consigue trabajando en ello desde el comienzo. Por eso, aprovechar la imaginación, la iniciativa, las ganas, desde las edades y los ciclos de la educación más básicos, es crucial para motivar el emprendimiento.
- Los jóvenes deben tener voz y participar de forma activa en la elaboración de planes para el empleo joven. Ellos conocen mejor que nadie cuáles son sus necesidades y las barreras con las que se encuentran cada día para buscar empleo. Hay que escucharles e invitarles a aportar en decisiones que les afectan.

#### **4. La sociedad**

- Cambio de percepciones: un currículum con experiencias cortas en varias empresas no es un candidato sin objetivos ni rumbo, sino una persona con múltiples vivencias profesionales que aportan valor.
- El pesimismo generalizado no aporta nada: hay un clima de opinión muy negativo, en parte promovido por los medios de comunicación.
- ¿Por qué no apostamos por mostrar también casos de éxito? Una inyección de optimismo es fundamental para que se produzca un cambio de actitud.

- Los jóvenes deben aprovechar al máximo las nuevas tecnologías como herramienta para buscar empleo, pero muchas veces, con tanto exceso de información, no saben dónde buscar ni cómo hacerlo. Hay que formarles para la búsqueda de empleo a través de Internet, que abre un mundo de posibilidades infinito. Proponemos la creación de cursos específicos sobre ese tema como parte de las conferencias y/o actividades que se realizan en los centros de formación superior.
- Existe una falta de líderes y referentes profesionales en nuestro país que los jóvenes puedan tomar como ejemplo y motivación. Hay que buscar profesionales que cumplan ese papel para aportar a la sociedad su experiencia. En este sentido, periodistas y medios de comunicación pueden ayudar a poner en valor estos referentes, manifestar y comunicar que también existen casos de éxito profesional de los que todos podemos aprender.
- Positivismo interno y *coaching social*. Pierde quien se da por vencido. Si por nuestros medios no podemos lograr nuestros objetivos no hay que olvidar que la unión hace la fuerza y que debemos aprovechar nuestras habilidades para ayudar a otros y que las de otros nos ayuden a nosotros. Solo fomentando la cultura de la solidaridad social, y el trabajo en equipo desde los primeros ciclos de la educación, podremos aprender a gestionar las posibilidades de intercambiar contactos, conocimientos y objetivos.



Con este vídeo Juan Merodio te convencerá de lo importante que son las redes sociales en la actualidad para la búsqueda de empleo.

# Empezando a definir tu estrategia de búsqueda de empleo: marca profesional | 02



Encontrar el puesto de trabajo que buscas requiere de paciencia y de una estrategia bien planificada, es por ello que el primer paso que debes dar es sentarte frente a un papel en blanco y pensar qué vas a hacer, cómo y cuándo y, con esa intención, lo mejor es crearte una estrategia de marca profesional o *professional branding*.

Para ello vamos a coger una hoja en blanco y definir los siguientes ocho puntos que marcarán el comienzo. Esta parte puede llevarte entre uno y tres días, dependiendo de lo claro que tengas tu objetivo, pero es importante que no pases al siguiente capítulo hasta que tengas completada esta parte.

## **1. ¿Cuáles son tus objetivos?**

¿En qué eres bueno? ¿Qué tipo de trabajo quieres conseguir y dónde? Muchas veces nos encontramos perdidos acerca de a dónde ir y nos surgen preguntas como: ¿cambiamos de sector? ¿Salgo de mi país a buscar trabajo en otro? Pero lo importante es que sepas hacia dónde vas a enfocar tus esfuerzos sean cuales sean, y si has decidido usar las redes sociales para lograrlo debes tenerlo claro.

## **2. ¿Qué necesitas?**

Todo objetivo, sobre todo si es un poco ambicioso, requiere de nuevas necesidades, y esto no debe asustarte, que algo

sea difícil no significa imposible, por lo tanto ánimo y adelante porque eso es que lo puedes conseguir.

Para ello te puede ser muy útil realizar un análisis DAFO personal, en el que describas tus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, lo que te dará una visión más acertada de lo que necesitas.

### **3. ¿Quién es tu objetivo?**

Tienes que saber bien a quién o quiénes te vas a dirigir y para ello debes conocerlos a la perfección, por lo que puedes hacer una primera selección de empresas que podrían tener, si no ahora en un tiempo, una oferta de trabajo relacionada con lo que buscas.

Es importante que de cada empresa analices quiénes son, dónde están, qué ofertas de empleo suele publicar y con qué frecuencia, pero lo más importante es que conozcas la filosofía de las empresas, cómo trabajan, qué tipo de perfiles prefieren, puesto que si consigues saber lo que realmente buscan estarás más cerca cuando surja la oportunidad de saber lo que tienes que hacer para que te elijan sobre otros candidatos.

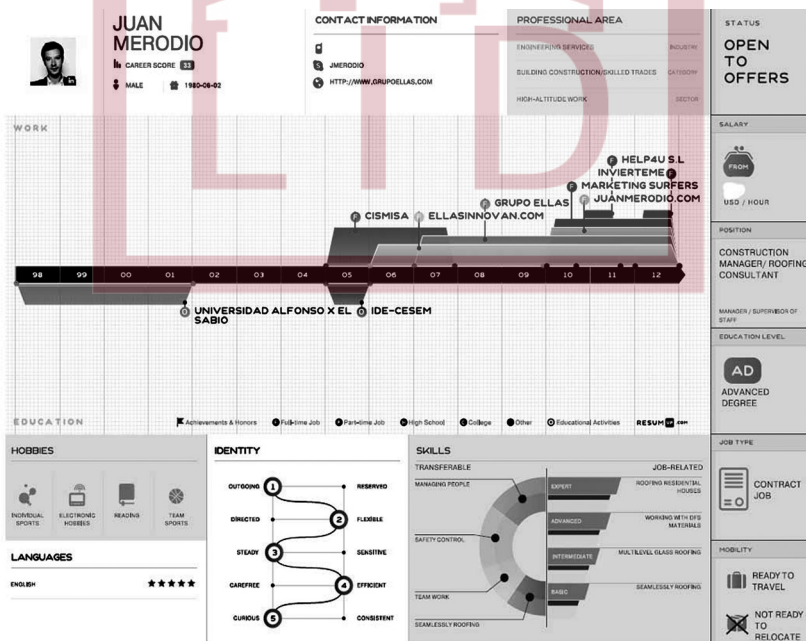
### **4. Nuestra identidad digital**

Al igual que las empresas se preocupan por lo que dicen sus clientes de ellos en Internet, tú debes interesarte de lo que dicen y aparece de ti en buscadores y redes sociales, por lo que el primer paso es buscar tu nombre en un buscador como Google, revisar las dos primeras páginas de resultados y comprobar si aparece algo malo de ti, alguna foto o vídeo que consideras que puede manchar tu imagen profesional. Si encuentras algo de este tipo intenta, en la medida de lo posible, borrarlo de la página en la que aparezcas.

Ten en cuenta que las opiniones de los demás sobre ti conforman tu identidad digital y esta afecta directamente a la imagen y decisión que un reclutador pueda tener y tomar sobre ti.

Hay muchas herramientas que te facilitarán el trabajo y una de ellas es <http://resumup.com>, que te ayuda a crear un currículum en formato infografía con la información acumulada en tu perfil de Facebook y LinkedIn y que también puedes usar para analizar la información que hay de ti en las redes sociales ya que te ayudará a ver cómo te puede ver un reclutador, y valorar si vas por el camino que te interesa o no.

Para usarlo entra en su página web y loguéate tanto con la cuenta de Facebook como la de LinkedIn para que muestre toda la información posible. Generará un documento en PDF similar a este:





## 5. ¿Qué redes sociales vas a utilizar?

Es probable que ya seas usuario de distintas redes sociales —como, por ejemplo, Facebook— y que su uso no responda a motivos laborales, sino más bien a otros de índole personal. En este caso no hay problema, siempre y cuando tengas cuidado con los contenidos que subes. Evita todo aquello que pueda dañar tu imagen profesional, así como cualquier tipo de comentarios que den lugar a distintas opiniones —como pueden ser la religión o la política—, no es la primera vez que un simple comentario hace cambiar de decisión a un reclutador de personal.

Debes valorar en función de tus objetivos qué redes vas a utilizar. Está claro que LinkedIn debe estar entre ellas, pero también podrás usar Facebook, Twitter, YouTube y Slide-share. Te recomiendo que tomes la decisión en función de tu objetivo (*target*) ya que si, por ejemplo, estás buscando trabajo en Alemania te puede interesar tener presencia en la red social profesional Xing.

Ten también en cuenta Skype, ya que quizá sea una buena vía para una primera vídeo entrevista, sobre todo si buscas un puesto de trabajo lejos de tu residencia; eso sí, ten cuidado con el nombre de tu cuenta de Skype, ya que algo como gatitapeleona24 o elgintonicsdelbarrio da una mala imagen de cara al reclutador, por lo que es preferible que te abras una nueva cuenta, a ser posible con tu nombre y apellido.

## 6. ¿Creamos un blog personal?

Una buena idea para mejorar tu presencia como profesional es crear un blog en el que hables de lo que sabes, es decir, si eres un abogado experto en nuevas tecnologías, ¿por qué no crear un blog explicando cómo afecta la normativa a las distintas acciones de marketing en Internet? Seguro que

muchas personas de este campo lo encuentran muy útil y te ayudará a ir creándote tu marca profesional.

Para ello utilizamos el llamado marketing de contenidos (o *content marketing*) cuyo objetivo es generar argumentos que llamen la atención hacia los diferentes segmentos de tu objetivo y que consigan irte posicionando en su mente de tal manera que cuando tengan la necesidad se acuerden de ti.

Puede que al principio te resulte difícil saber de qué hablar o cómo enfocar el blog, por lo que buscar la respuesta a las siguientes preguntas te va a ayudar:

1. ¿Eres capaz de generar contenido profesional sobre tu sector?
2. ¿De qué vas a hablar?
3. ¿Cuánto y cuándo vas a escribir?
4. ¿Dónde vas a publicarlo? Lo más recomendable es un blog en WordPress.
5. ¿Cómo vas a dar a conocer tu blog? Las redes sociales pueden ayudarte.
6. ¿Por qué vas a escribir sobre el tema que has elegido?

Una vez tengas las respuestas a estas preguntas tendrás más claro el objetivo y contenido de tu blog.

En el siguiente capítulo se explica cómo crear un blog gratuito.

## **7. Estrategia a seguir en cada red social**

¿Qué vas a hacer en cada una de las redes sociales? Puede que decidas seguir utilizando Facebook para amigos, pero quizá hayas decidido usar YouTube como canal para subir

tu vídeo currículum, Twitter para compartir e informarte acerca de noticias de tu sector y Slideshare para subir una presentación de tu trayectoria profesional.

En el caso de que decidas crear un vídeo currículum ten en cuenta que debe ser un vídeo muy directo, a ser posible que no dure más de un minuto, en el que debes reflejar tus actitudes y aptitudes más destacadas.

Si, por ejemplo, estás optando a puestos en los que el inglés resulta un requisito fundamental, es recomendable que hagas el vídeo currículum también en inglés, lo que ayudará al reclutador a ver tu nivel y capacidad de expresión.

Es típico el sentimiento de vergüenza que a todos nos invade al realizar el primer vídeo currículum, pero es algo que debes hacer. Tómate tu tiempo para grabarlo tantas veces como sea necesario y ten preparado lo que vas a decir para que salga de manera natural y mira siempre a la cámara, nunca a un papel que tengas cerca para leer.

Además, en LinkedIn, una estrategia que te puede ayudar la publicó la propia red social en mayo de 2012 mediante un estudio. En él afirmaba que nueve minutos al día es lo que necesitamos para crecer profesionalmente y lo detallaba en los siguientes nueve pasos (cada uno no debe llevarte más de un minuto):

1. Construye tu red de contactos: mantener las relaciones es un componente importante para tener una carrera exitosa.
2. Recomienda a las personas con las que has trabajado: a todo el mundo le gusta que le valoren su trabajo y LinkedIn te permite hacerlo.
3. Solicita recomendaciones de los contactos de tu red profesional, ya que la credibilidad es esencial.

4. Incluye en tu perfil logros y reconocimientos para que la gente los pueda saber.
5. Actualiza tu perfil cada día y asegúrate de que tu foto también lo está.
6. Amplía tu liderazgo: dirige un fórum o un grupo en LinkedIn, publica un artículo, empieza un blog, haz recomendaciones de libros en la aplicación de Amazon en LinkedIn.
7. Utiliza el poder de un vídeo y crea tu biografía en este formato para tu perfil en LinkedIn.
8. Selecciona a tu personal: elegir a los profesionales adecuados es una de las tareas más difíciles para un directivo. Si creas la comunidad de tu marca tendrás seguidores que querrán trabajar contigo.
9. Investiga: haz un esfuerzo para conocer más a tus clientes, socios y competidores. LinkedIn es un buen lugar para empezar.

## **8. ¿Cómo vamos a medir los resultados?**

Estamos en el último punto y uno de los más importantes: saber si lo que estamos haciendo va por buen camino para lograr nuestro objetivo o debemos cambiar algo.

Para ello vamos a elaborar un pequeño cuadro de mandos que contenga unos *indicadores* claves de rendimiento (KPI o *key performance indicators*).

Todo esto podríamos organizarlo en una hoja de Excel como la siguiente:

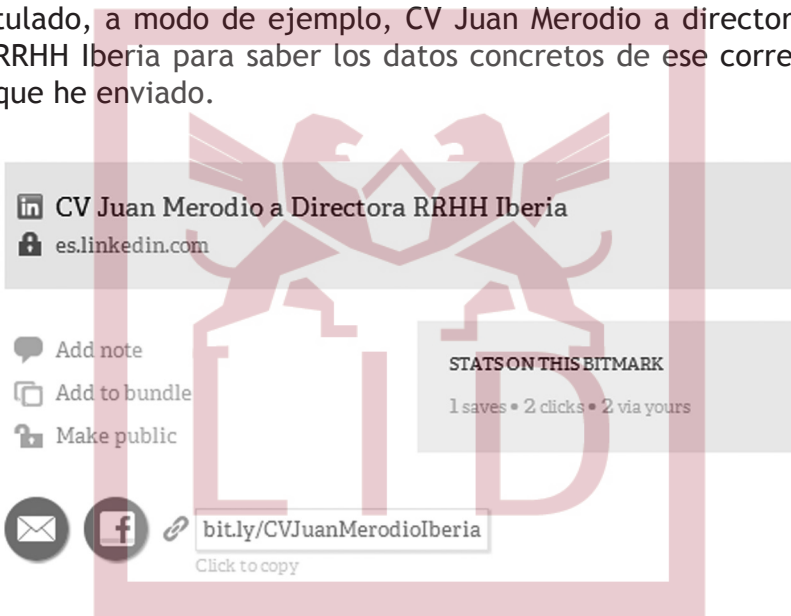
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
KPI						
Contactos LinkedIn						
Recomendaciones LinkedIn						
Seguidores Twitter						
Listas Twitter						
Visualizaciones YouTube						
Visualizaciones Slideshare						
Visitas mensuales blog						
Suscriptores blog						
Entrevistas de trabajo						

Pero, además de medir estos parámetros, sería interesante que supieses si las personas a las que se lo hayas enviado por correo electrónico abren o no tu currículum y cuántas veces. Por ejemplo, imagínate que te dan el contacto de la directora de Recursos Humanos de una empresa en la que quieres trabajar y donde además tienen una vacante. Lo que deberías hacer es mandarle un mensaje adjuntándole el currículum. Pero, ¿sabes si lo ha abierto? La respuesta es no aunque, claro, nos interesaría saberlo. Para ello, por qué no, en lugar de adjuntarle el currículum, le enlazamos a nuestro perfil de LinkedIn o Slideshare para que lo vea y de esta manera podremos saber si ha hecho clic en el enlace y, por lo tanto, si lo ha abierto.

Para hacer esto vamos a utilizar los llamados acortadores de URL, en concreto, Bit.ly. Para ello entra en <http://bitly.com>, loguéate con tu cuenta de Facebook y, una vez dentro, pega el enlace de tu currículum en LinkedIn o Slideshare que quieras compartir donde pone «Paste a link here».



Ahora tienes que personalizar la URL, para ello haz clic en «Customize» y pon CV seguido de tu nombre y en «Title» CV + tu nombre + persona a la que lo has dirigido. Como puedes ver en el siguiente ejemplo, el enlace que compartiría en el correo electrónico sería <http://bitly.com/CVJuanMerodioLK>, que llevaría a mi perfil de LinkedIn y lo he titulado, a modo de ejemplo, CV Juan Merodio a directora RRHH Iberia para saber los datos concretos de ese correo que he enviado.



Este proceso debes repetirlo en cada correo que mandes, de manera que puedas saber en cada caso quién ha visto tu currículum, cuántas veces y desde dónde. Para ello dentro de Bit.ly debes ir a «Stats» y podrás ver con detalle cuántas personas lo han visto, cuántas veces, el día y hora concretos y desde qué país. Con esta información podrás valorar si volver a contactarles porque todavía no han visto tu currículum o saber si lo han visto varias veces, lo que puede denotar cierto interés.

## Juan Merodio - España | LinkedIn

es.linkedin.com/in/juanmerodio/

Nacido en 1980, es uno de los principales expertos en España en Marketing Digital y Redes Sociales. Fuente habitual en Congresos de reconocido prestigio internacional así como profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades. Merodio, autodidacta incansable además de contar con un Master en Dirección Comercial y Marketing por el IDE-CESEM, es un emprendedor nato.

1  
SAVE

0  
SHARES

2  
CLICKS

GLOBAL STATS



bit.ly/VjsSAh

COPY



2 clicks on this bitmark

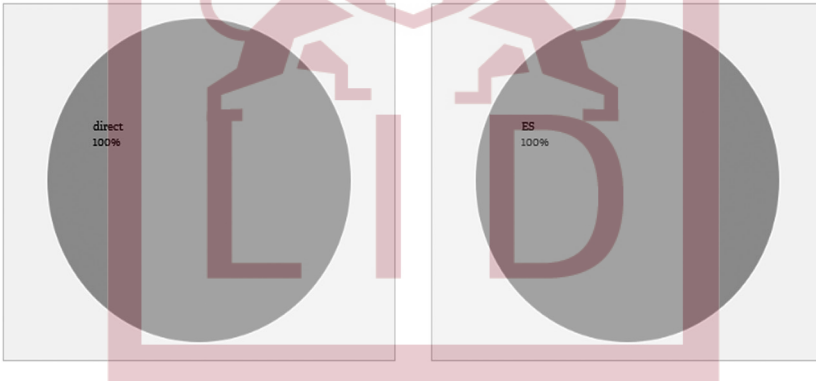
Total



All times are in UTC+1

Referrers

Locations: 1 Countries



Referrer	Clicks	Country	Clicks
Email Clients, IM, AIR Apps, and Direct	2	Spain (ES)	2

A continuación, con la finalidad de darte una guía que debes seguir para tu plan de trabajo, lee con detalle el siguiente ejemplo de plan de marca profesional. Es un plan ficticio de una chica que trabaja en una compañía de turismo en el sector de las aerolíneas.