



LinkedIn en el sector turístico

Elisabet Cañas,
CEO en Descubriendo LinkedIn y Directora
comercial en HotelJuice

#LinkedInMurcia

Turismo y Social Media

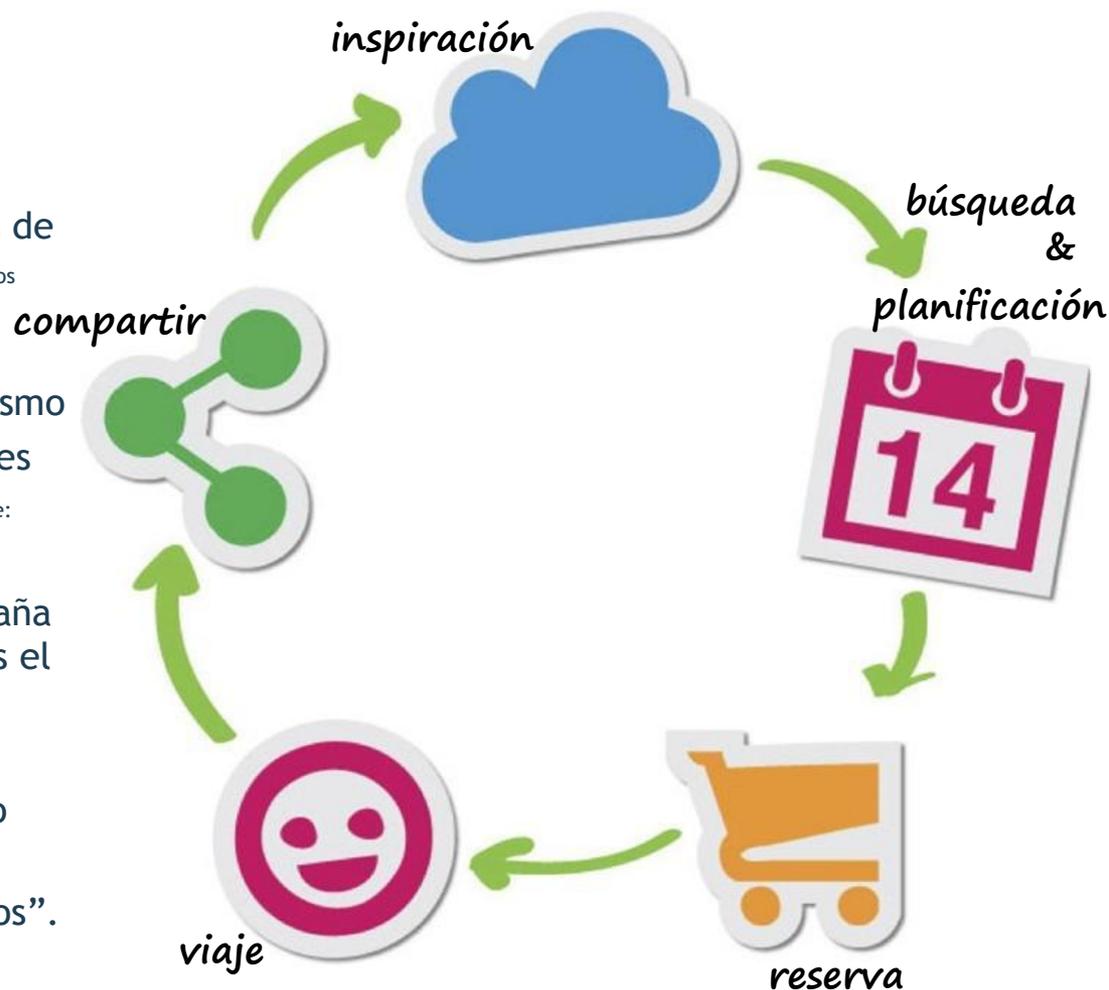
Un **83%** de los viajeros utiliza internet para planificar su viaje (fuente: Tripadvisor, TripBarometer 2013).

El **65%** de los turistas que viajan por ocio empiezan a buscar información online antes de haber decidido donde quieren viajar (fuente: Ipsos MediaCT).

Un comprador habitual de productos de turismo visitará **22** páginas web en múltiples sesiones antes de realizar la compra de un viaje (fuente: Atmosphere Research Group).

El Barómetro del Social E-commerce en España (Social-Buy.com.) confirma que el sector turístico es el que más uso hace de las redes sociales.

El **84%** de las empresas dice haber utilizado alguna vez las redes sociales “con fines de promoción y/o venta de productos o servicios”.



¿Y por qué debería desarrollar una estrategia de comunicación en LinkedIn para mi negocio?

Dicen que lo inteligente es ir a **pescar dónde hay peces...**

... y a poder ser, con las mejores herramientas (una buena caña, un cebo de calidad...) y con algunos truquitos que ayuden a llevarse a las mejores piezas.



¿Y por qué debería desarrollar una estrategia de comunicación en LinkedIn para mi negocio?

¿Dónde están tus clientes?
¿Quiénes son? ¿Cómo se comportan? ¿Cómo se relacionan? ¿De qué hablan?
¿Qué leen? ¿Dónde se informan para tomar sus decisiones de viaje?...



Si la respuesta es que tus clientes son...

- **Empresas** (decision makers para viajes, eventos, etc. corporativos)
- **Perfiles profesionales concretos** (business travellers)

Entonces: **debes ESTAR en LinkedIn**



Empresas turísticas en LinkedIn

Las páginas de empresa como eje de comunicación



Actualizaciones recientes

Travelscene Corporate American Express and Exhale create exclusive airport spa, Da
Worth: <http://ow.ly/qghKI>



American Express and exhale Create Exhale Spa
ow.ly · The award-winning exhale and American Express partnered to create exhale spa at The Centurion Lounge

Recomendar (2) · Comentar · Compartir · hace 1 día

Justine Stewart-Crompton y CCE Weblog



CTM Business Intelligence

CTM's new Business Intelligence suite offers two market leading, real-time reporting tools; u-control and u-explore. U-control offers a high end visual representation of your travel program's performance by providing data online at any time, including air travel, hotel and car hire spend. It...

Recomendar · Compartir

1 recomendación



Award Winning Travel Services

Based upon the principles of return on investment (ROI) and transparency, CTM's highly personalised service model and commitment to innovation in both technology and ideas has earned CTM awarded the Australian Federation of Travel Agents Best National Corporate Travel Management Company

1 recomendación



Empresas turísticas en LinkedIn

Antes de empezar a trabajar la página de empresa en LinkedIn deberán definirse 3 cosas:

1. ¿Cuál es el **objetivo de negocio** de participar en esta red social en concreto?
2. ¿Cuál y cómo es el **público** objetivo al que nos vamos a dirigir?
3. ¿Con qué **mensaje** debemos participar?



¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

Lo primero y más importante es definir **para qué** va a servir la página de empresa en LinkedIn:

Convertirse en una **fuentes de información útil** o un **punto de encuentro** para tu **público objetivo**.

- Branding
- Herramienta de venta (directa o indirectamente)
- Dar a conocer el offering de la empresa
- Herramienta de atención al cliente
- Poder realizar acciones sobre una audiencia perfectamente segmentable
- Linking social
- ...

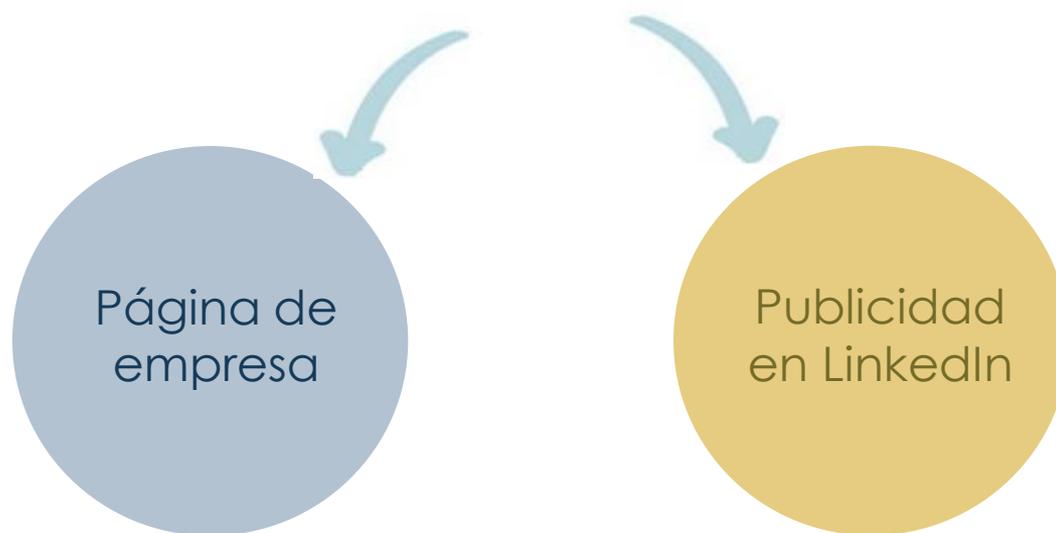


¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

Objetivos de una **agencia de viajes corporate**:

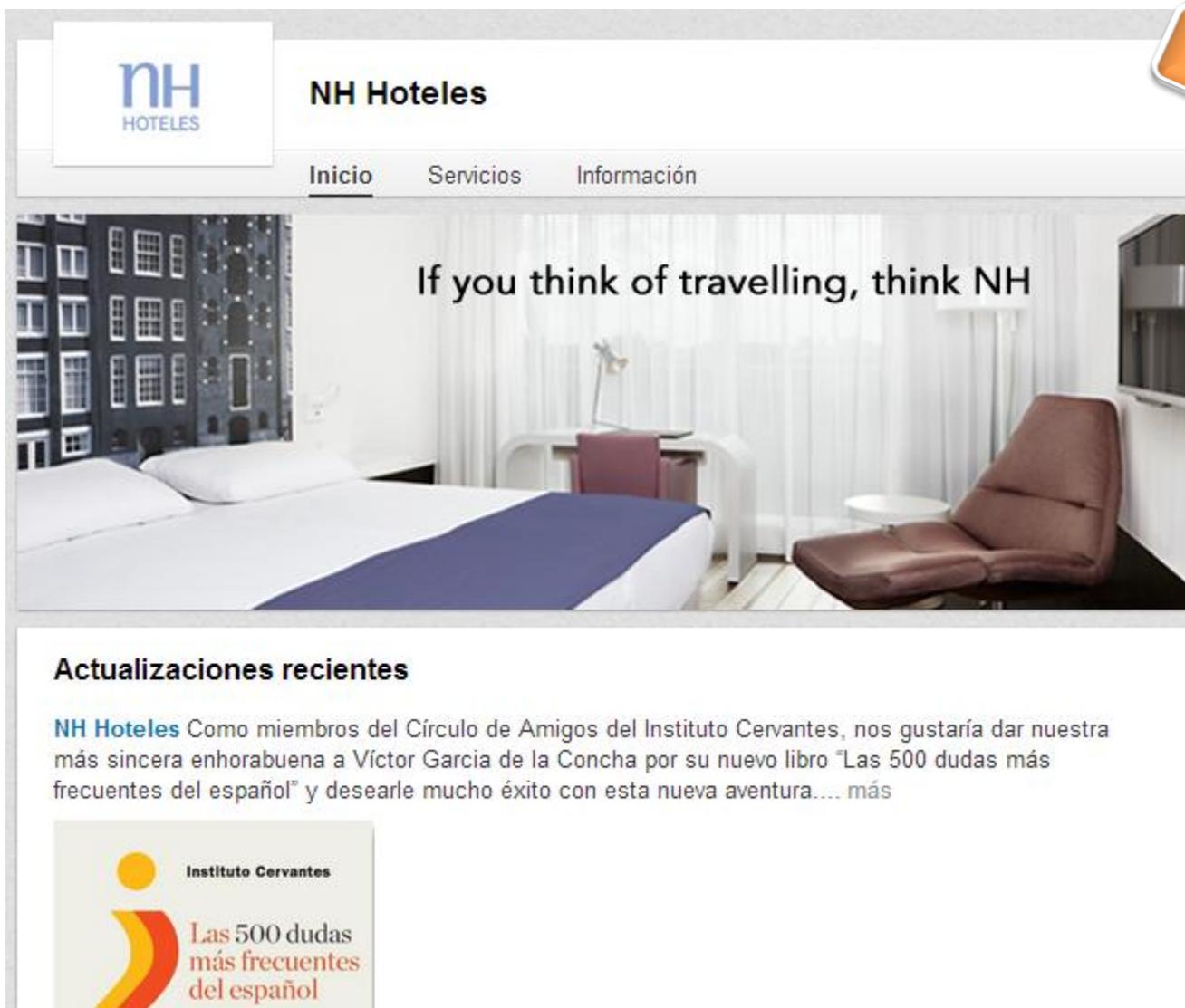
ejemplo

1. Construir una comunidad de **decisores de compra** sobre viajes corporativos.
2. Desarrollar una **comunicación continuada** con la base de seguidores de la marca.
3. Posicionarse como la **empresa de referencia** para el sector viajes.



¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

ejemplo



NH Hoteles

[Inicio](#) [Servicios](#) [Información](#)

If you think of travelling, think NH

Actualizaciones recientes

NH Hoteles Como miembros del Círculo de Amigos del Instituto Cervantes, nos gustaría dar nuestra más sincera enhorabuena a Víctor Garcia de la Concha por su nuevo libro "Las 500 dudas más frecuentes del español" y desearle mucho éxito con esta nueva aventura.... más



Instituto Cervantes
Las 500 dudas más frecuentes del español

¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

ejemplo



Actualizaciones recientes

Iberia Iberia, galardonada como la empresa con mejor estrategia en redes sociales en la X edición de los premios "Los mejores de PR". El premio destaca el uso de las redes sociales como una de las principales herramientas para difundir la nueva imagen ... más



Iberia Iberia mejora sus conexiones con Ecuador, convirtiéndose en la única aerolínea en realizar vuelos directos desde Quito a Europa. Más información: [iberia.com](#)



Recomendar (17) · Comentar (1) · Compartir · hace 17 días

Carlos Gómez Repollés, José Manuel Delgado Mendoza y 15 personas más

Begoña del Río Landaluce
hace 14 días

Añadir un comentario

Iberia Miguel Henales, Director de Negocio Digital de Iberia, explica en Digital Business (R)evolution las novedades en nuestra estrategia digital y la importancia de la movilidad para el futuro del negocio. No te lo pierdas en <http://bit.ly/15W9K4t>.



"Movilidad" por Miguel Henales

youtube.com · Miguel Henales, Director de Negocio Digital de Iberia; explica en Digital Business (R)evolution las novedades en la estrategia digital de la aerolínea y la importancia de la movilidad para el futuro del negocio.

Recomendar (15) · Comentar (2) · Compartir · hace 24 días

DAVID BAYON, Manuel Sánchez Barrasa y 13 personas más

Brian Rousseau Congratulations
hace 22 días

Jesus Navarro Delgado Ahora puedes encontrar las ofertas de iberia en

¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

HILTON
WORLDWIDE

Hilton Worldwide

191.033 seguidores

Inicio Empleo Productos y servicios Información

Rome, Italy

Share our passion for hospitality.
Join us now to experience a world of opportunities.

About Hilton Worldwide

Hilton Worldwide plans to double our presence throughout the Middle East and Africa in the coming years. New properties will include hotels and resorts in popular tourist destinations and business centers throughout the United Arab Emirates, Iraq, Egypt, Lebanon, Nigeria, South Africa and other strategic locations. We invite you to join us in filling the earth with the light and warmth of hospitality and helping our guests experience the world-class service for which Hilton Worldwide is known.

- [Careers](#)
- [About Us](#)
- [Corporate Responsibility](#)
- [Grow With Us](#)
- [Campus](#)

Gente en Hilton Worldwide

Alejandro luis saldaña
Sous Chef

Empleos en Hilton Worldwide

Senior Analyst Workforce Analytics
Greater Memphis Area

ejemplo

¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

Atrapalo.com
Inicio Productos Información

DISFRUTAR DEL TIEMPO LIBRE ES UN DERECHO DE TODOS

Actualizaciones recientes

Atrapalo.com ¿Quieres ser un talento atrapado? Buscamos Programador PHP 5 para nuestro Departamento Técnico.

atrapalo.cvtools.com
atrapalo.cvtools.com ·
Recomendar (4) · Comentar · Compartir · hace 1 mes

Sonia Rocho, Atrapalo.com y 2 personas más

Añadir un comentario

Atrapalo.com Tan solo necesitas tres minutos y tres rápidos consejos para brillar en una entrevista!

Tres minutos para ser el mejor candidato
expansion.com · Aunque parezca imposible, a menudo lograr un puesto de trabajo en la empresa que todo profesional anhela puede depender de tres minutos: el tiempo necesario para desplegar todas sus capacidades cara a cara con el entrevistador. La fase final de un...

Recomendar (8) · Comentar · Compartir · hace 5 días

Arantxa Valenzuela Izquierdo, Oskar Gil Cabañeros y 6 personas más

Atrapalo.com El departamento de Testing necesita más revolución. Buscamos Ingeniero QA #dejateatrapar

atrapalo.cvtools.com

atrapalo.cvtools.com ·

Recomendar (4) · Comentar (1) · Compartir · hace 16 días

ANGEL MORA, Ramon Masses López y 2 personas más

Antonio LORENTE ANDÍA "La creatividad en los productos de una empresa son el valor añadido y el aporte determinante para diferenciarlos de la competencia" hace 16 días

Añadir un comentario

Atrapalo.com Un artículo curioso!



Las 15 preguntas más curiosas que Google plantea en las entrevistas...

iprofesional.com · Aunque muchos sueñan con trabajar en la tecnológica, no todos pasan el filtro. El gigante de Internet suele proponer acertijos y preguntas...

Recomendar (5) · Comentar · Compartir · hace 1 mes

Nicolas Esteban Sotelo Vionnet, Pablo Fernandez Florez y 3 personas más

Añadir un comentario

Atrapalo.com Buscamos un Project Manager para trabajar en nuestro Departamento Técnico.

atrapalo.cvtools.com

bit.ly ·

Recomendar (10) · Comentar (1) · Compartir · hace 1 mes

Mónica San Miguel, Víctor Coronado Porras y 8 personas más

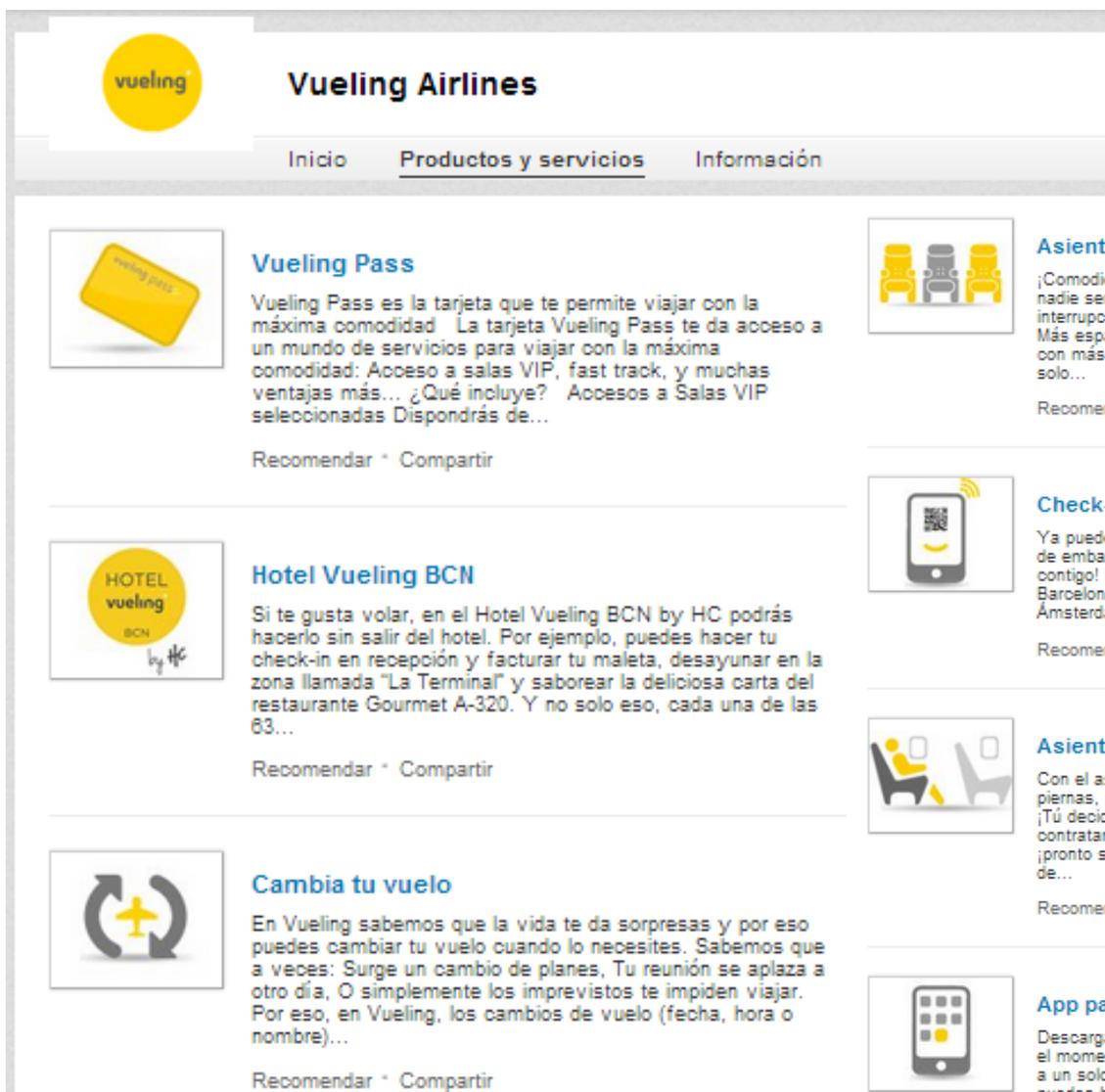
BSP Wine Experience Tours Priorat Buenísimo! hace 23 días

Añadir un comentario



¿Qué objetivo persigue una empresa turística en LinkedIn?

ejemplo



vueling **Vueling Airlines**

Inicio Productos y servicios Información

Vueling Pass
Vueling Pass es la tarjeta que te permite viajar con la máxima comodidad. La tarjeta Vueling Pass te da acceso a un mundo de servicios para viajar con la máxima comodidad: Acceso a salas VIP, fast track, y muchas ventajas más... ¿Qué incluye? Accesos a Salas VIP seleccionadas. Dispondrás de...

Recomendar * Compartir

Hotel Vueling BCN
Si te gusta volar, en el Hotel Vueling BCN by HC podrás hacerlo sin salir del hotel. Por ejemplo, puedes hacer tu check-in en recepción y facturar tu maleta, desayunar en la zona llamada "La Terminal" y saborear la deliciosa carta del restaurante Gourmet A-320. Y no solo eso, cada una de las 63...

Recomendar * Compartir

Cambia tu vuelo
En Vueling sabemos que la vida te da sorpresas y por eso puedes cambiar tu vuelo cuando lo necesites. Sabemos que a veces: Surge un cambio de planes, Tu reunión se aplaza a otro día, O simplemente los imprevistos te impiden viajar. Por eso, en Vueling, los cambios de vuelo (fecha, hora o nombre)...

Recomendar * Compartir



Asiento Excellence

¡Comodidad y exclusividad! Más cómodo: Viajarás sin nadie sentado a tu lado, así podrás trabajar o descansar sin interrupciones, el asiento central estará libre ¡garantizado! Más espacio: En la fila 1 del avión en ventanilla o pasillo, y con más espacio para estirar tus piernas. Este asiento solo...

Recomendar * Compartir



Check-in móvil

Ya puedes recibir de forma gratuita en tu teléfono tu tarjeta de embarque. Olvídate del papel, ¡el móvil siempre va contigo! Este servicio está disponible para volar desde Barcelona, Madrid, Bilbao, Mallorca, Málaga, París (Orly) y Amsterdam a cualquier destino Vueling.

Recomendar * Compartir



Asiento XL

Con el asiento XL, disfrutarás de más espacio para las piernas, para trabajar con el portátil o para leer el periódico. ¡Tú decides cómo aprovechar tu espacio! No te olvides de contratar tu asiento durante el proceso de compra, ya que ¡pronto se acaban! Además, te permitirá imprimir la tarjeta de...

Recomendar * Compartir



App para tu móvil

Descarga la app para iPhone, Android o Samsung. Ahora es el momento. Tendrás todo Vueling en tu pantalla de móvil y a un solo clic. Más fácil de usar y más cómodo. ¿Qué puedes hacer con esta aplicación? Buscar y seleccionar tus vuelos. Hacer el check-in online. Seleccionar tu asiento.

¿Cómo determino e identifico a mi público objetivo?

¿Qué perfil tiene el cliente al que quiero llegar?

¿Pertenece a un tipo concreto de empresas? ¿Tiene cierto tipo de cargo? ¿Se dedica a cierto tipo de sector?

¿Qué tipo de empresas, en qué sectores? ¿Qué tipo de cargos?

¿Qué tipo de formación? ...

O si nuestro cliente no es la "persona" sino la "organización"... ¿quién dentro de la organización suele tener el poder decisión?



¿Cómo determino e identifico a mi público objetivo?

LinkedIn cuenta ya con más de **259 millones** en todo el mundo...





¿Cómo determino e identifico a mi público objetivo?



Todo

- Personas
- Empleos
- Empresas
- Grupos
- Universidades
- Buzón

Relación ▲

- Todo
- Contactos de 1er gr.
- Contactos de 2º g...
- Miembros del gr...
- Contactos de 3er gr...

Ubicación ▲

- Todo
- Estados Unidos (737383)
- España (501623)
- India (169507)
- Reino Unido (162797)
- Madrid y alrededores... (158701)
- + Añadir

Empresa actual ▲

- Todo
- IBM (4262)
- Accenture (3205)
- Hewlett-Packard (3161)
- Deloitte (2889)
- Microsoft (2887)
- + Añadir

Sector ▼

Empresa anterior ▼

Universidad ▼

Idioma del perfil ▼

Grupos ▼

Años de experiencia ▼

Función ▼

Nivel de experiencia ▼

Interesados en ▼

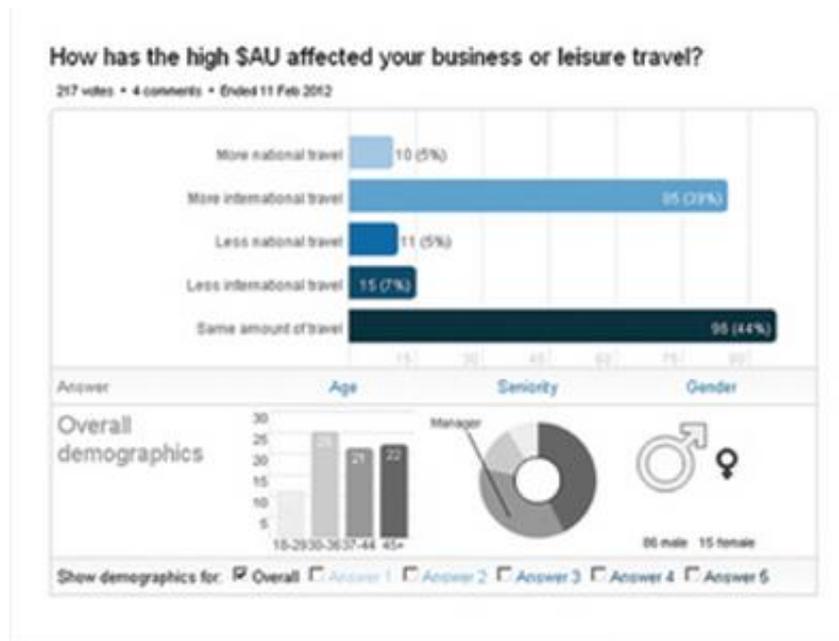
Tamaño de empresa ▼

Fortune ▼

Miembros desde ▼

Más poder de búsqueda
Limita los resultados por años de experiencia, grupos, función y más.

¿Cómo determino e identifico a mi público objetivo?



Podemos seleccionar **una muestra** y ver cómo se registran estos perfiles, cómo se comportan, qué tipos de noticias siguen, qué tipo de contenidos comparten, qué tipo de empresas siguen, a qué grupos pertenecen, etc

Para después diseñar una **línea de comunicación** que encaje a estos perfiles.

Caso práctico



profesiones en las que mas se viaja



Internacionalización
Creación de Empresas en

Portada Gestión Documental Economía y Empresa Gestión Financiera Formación Empresarial Estrategia Empresarial Marketing Recursos Humanos

SOBRE EL AUTOR

Beatriz Soto



Licenciada en Sociología con un Máster en Gestión y Administración de los Recursos Humanos. Tras algunas experiencias laborales en los campos del telemarketing, marketing y selección de personal en una ETT, actualmente trabajo de redactora freelance para diversos medios, entre los que se encuentra *Gestion.org*.

Más Artículos



RELACIONADOS



Profesiones donde se tiene que viajar

Profesiones mas demandadas- Profesiones en las que hay que viajar, conoce algunas de las profesiones en las que mas se viaja para elegir la que mas se adapte a ti.

Recursos Humanos | Jueves 28 febrero 2013 por Beatriz Soto



Temas relacionados: [profesiones demandadas](#) | [trabajo](#) | [viajes](#) |

Se el primero en votar. 0

Existen muchas profesiones en las que la base de la profesión se encuentra en el **viajar**, y este es un atractivo para muchas personas que quieren combinar el trabajo con el placer de viajar y conocer muchos sitios.

Algunas personas quieren saber cuáles son estas profesiones para evitarlas, y otras porque simplemente quieren experimentar nuevas sensaciones y conocer nuevos lugares a la vez que se trabaja

<http://www.gestion.org/recursos-humanos/37148/profesiones-donde-se-tiene-que-viajar/>

Caso práctico

1. De **visitador médico**, se puede viajar por toda la Comunidad Autónoma e incluso hay quien lo hace más a nivel nacional.
2. Como **agente comercial**. Muchos comerciales tienen que viajar como parte de su trabajo. Normalmente se desplazan en coche por la Comunidad Autónoma o en terreno nacional, e incluso en ocasiones se viaja fuera.
3. **Camioneros** o transportistas o conductores de autobús o taxis, tienen que recorrer muchos sitios, aunque algunos tienen unas rutas predeterminadas y al final se las acaban conociendo todas.
4. **Marinero**. Dependiendo del tipo de marinero que sea, se puede ir a un mismo sitio, a algunos sitios o a muchos más. Se recorren muchos lugares, en algunos hay tiempo a conocer la zona y en otros no hay tiempo ni de llegar a mar.
5. Los **pilotos y azafatas**, al tener que hacer tantos vuelos generalmente a sitios distintos conocen nuevos lugares en el propio país y el extranjero. En muchos de esos vuelos pueden pasar algún día en que conocer los sitios en que se encuentran.
6. **Antropólogo**, mucha de la base de esta profesión es conocer nuevas culturas, por eso muchos de ellos se van a otros países a estudiar nuevas culturas.
7. **Negocios internacionales**. Personas que se encargan de realizar negociaciones para la empresa a nivel internacional pueden tener que viajar mucho, o con menos frecuencia, pero conocerán nuevos sitios e incluso lo harán “de lujo”.
8. **Reporteros de viajes o periodistas**. Para cubrir noticias o hacer reportajes tienen que trasladarse a donde se encuentra la noticia, y por ello tienen que viajar mucho.
9. **Diplomáticos**, viajan y lo hacen en un nivel alto.
10. **Intérpretes o traductores**. En muchas ocasiones tienen que desplazarse con un cliente al país para poder traducir las conversaciones, por lo que es una profesión en la que hay que viajar, y en ocasiones mucho, aunque hay quien lo hace en el propio país (en cuyo caso también hay que viajar) o localidad (menos acceso a clientes).

Caso práctico

visitante médico

Buscar

Avanzada >

Todo

Personas

Más...

Palabras clave

visitador médico

Nombre

Apellidos

Cargo

Empresa

Universidad

Ubicación

Ubicado en o cerca de:

687 resultados para visitador médico

Contactos de 1er grado x Contactos de 2º grado x Miembros del grupo x

Sector: Industria farmacéutica x Sector: Servicios médicos x

Sector: Atención sanitaria y hospitalaria x Sector: Sanidad, bienestar y ejercicio x

Restablecer

Eric Admetlla Vidal 2º

Visitador Médico y Farmacéutico
Barcelona y alrededores, España

Industria farmacéutica

2 contactos compartidos · Similares

Anterior: Visitador médico at Quintiles S.L

Conectar

Silvia Ventura Gevani 2º

Field Sales Manager en Covidien
Barcelona y alrededores, España

Atención sanitaria y hospitalaria

8 contactos compartidos · Similares

Anterior: Visitador Médico especialistas at Dermofarm

Conectar

Juan Francisco Perez Hurtado 2º

Field Market Access en Alcon Laboratories, Inc.
Madrid y alrededores, España · Industria farmacéutica

2 contactos compartidos · Similares

Anterior: Visitador Médico Hospitales at Janssen-Cilag

Conectar

David Cortina 2º

visitador medico en Recordati

Conectar

Ubicación

Ubicado en o cerca de:

País

España

Código postal

Búsqueda

Buscar Restablecer

Relación

Ubicación

Empresa actual

Sector

Todo

Industria farmacéutica (604)

Servicios médicos (34)

Atención sanitaria y ho... (26)

Sanidad, bienestar y e... (23)

Marketing y publicidad (19)

+ Añadir

Caso práctico

Grupos



Busco Empleo en la I...
+ Únete



DELEGADOS HOSPIT...
+ Únete



INDUSTRIA FARMACÉ...
+ Únete



PROFESIONALES DE ...
+ Únete



Procesos de Selecci...
+ Únete



Red de Profesionales...
+ Únete



VISITADOR@S MEDIC...
+ Únete

Siguiendo

Noticias



Pharmaceuticals
153.877 seguidores
+ Seguir

Empresas



Boehringer Ingelheim
Industria farmacéutica
+ Seguir



Otsuka Pharmaceut...
Industria farmacéutica
+ Seguir



Pfizer
Industria farmacéutica
+ Seguir



Novartis
Industria farmacéutica
+ Seguir



AbbVie
Industria farmacéutica
+ Seguir



Shire Pharmaceutic...
Industria farmacéutica
+ Seguir



Amgen
Biotecnología
+ Seguir



Laboratorios Ordes...
Industria farmacéutica
+ Seguir



IMS Health
Servicio de información
+ Seguir



GSK
Industria farmacéutica
+ Seguir



BIOELIGA SRL
Industria farmacéutica
+ Seguir



Laboratorios Bagó ...
Industria farmacéutica
+ Seguir



Laboratorio Reig Jo...
Industria farmacéutica
+ Seguir



Servier
Industria farmacéutica
+ Seguir



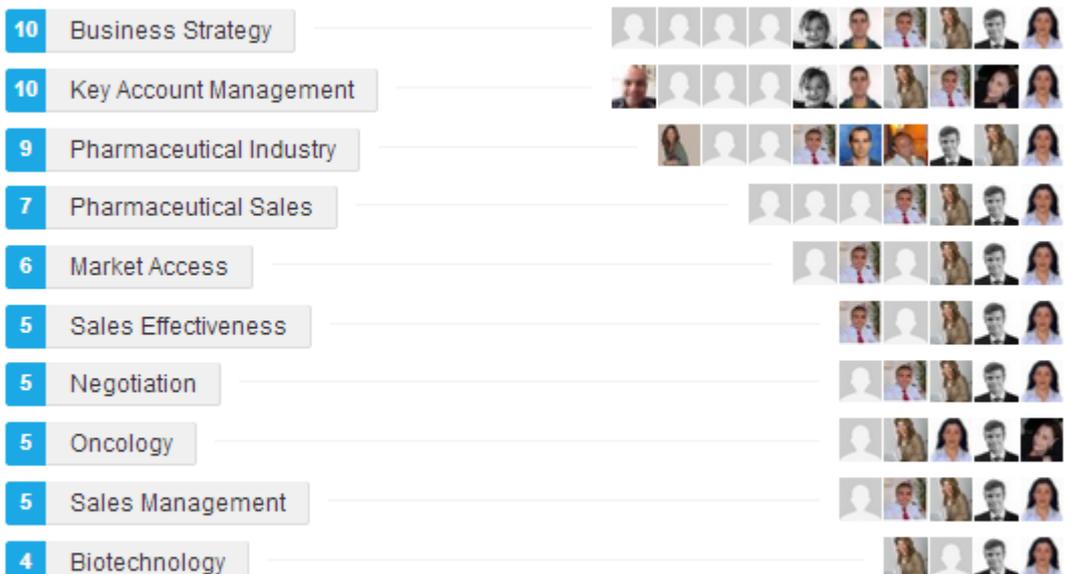
Ver menos

Caso práctico



Aptitudes y conocimientos

Con el mayor número de validaciones para:

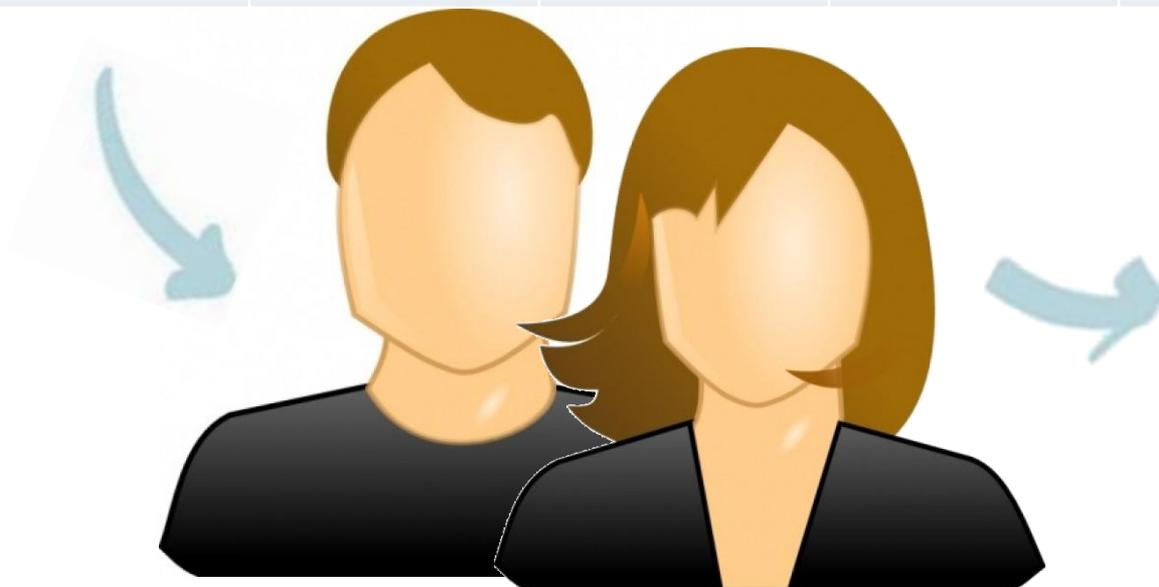


Juan Francisco también sabe de...



Caso práctico

	Sectores a los que pertenece	Aptitudes registradas	Grupos que sigue	Empresas que sigue	Usuario participativo
target 1					
target 2					
target 3					
...					



¿Cuál es el mensaje que la empresa debe proyectar?

No basta con configurar correctamente una página de empresa, la clave para que funcione es:



Conocer para atraer

Línea de comunicación adecuada para
nuestra empresa en LinkedIn

Conocer para atraer

Es muy importante gestionar las **relaciones**

estamos en un mundo en el que **se ha automatizado todo**, sin embargo, estamos volviendo a centrarnos en las personas...

...existe una clara tendencia a humanizar las relaciones de negocios

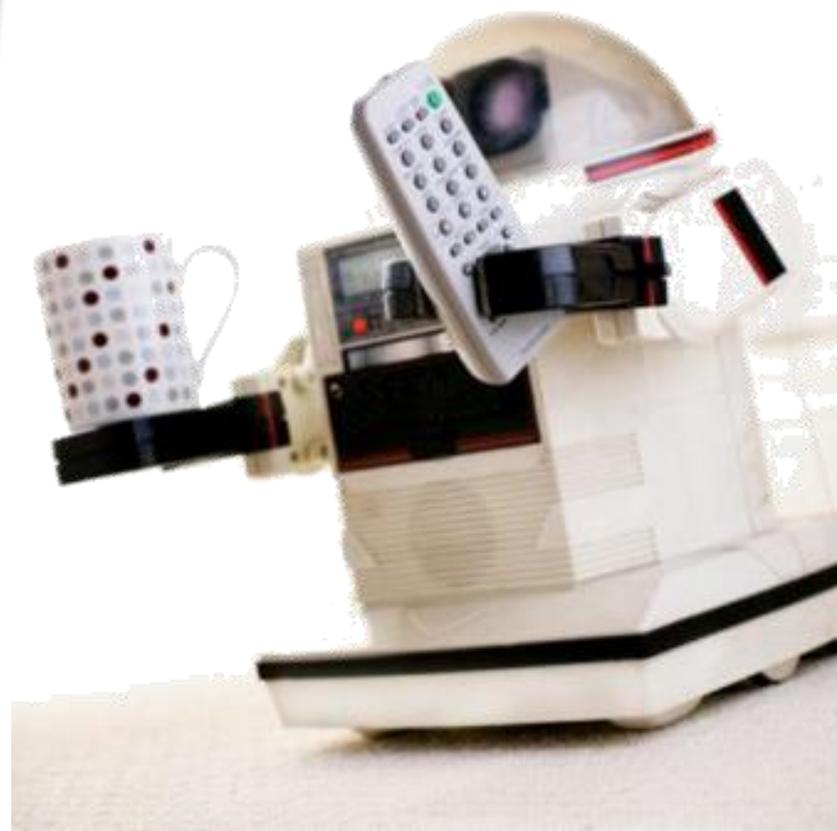
es decir, **ser como los tenderos de antes**



Conocer para atraer



ser como los tenderos de antes...



pero con la tecnología de ahora!

Mensaje adecuado, a la audiencia adecuada, en el medio adecuado



Las marcas deben generar contenido útil y de valor, adecuado a lo que el usuario espera encontrar en cada red social.

Mensaje adecuado, a la audiencia adecuada, en el medio adecuado

Un hotel, agencia de viajes, etc. deberá tener en cuenta cómo es su audiencia en esta red social, qué espera ésta de las comunicaciones de la empresa en este canal. Es decir, tendrá que adecuar su línea de comunicación al entorno para generar **interés** y **engagement** con los usuarios de LinkedIn.

Carlson Wagonlit Travel Even in a 24/7/365 world, not everyone is working every day. With only 78 days where everyone in the world is doing business, it can be a challenge to schedule meetings. Get the CWT 78 BizDays app to help you find the best days. Updated app available on iTunes: <http://bit.ly/78bizdays> menos



CWT 78 BizDays

[bit.ly](http://bit.ly/78bizdays) · Read reviews, get customer ratings, see screenshots, and learn more about CWT 78 BizDays on the App Store. Download CWT 78 BizDays and enjoy it on your iPhone, iPad, and iPod touch.

Información curiosa o interesante para profesionales que viajan y trabajan en ambientes internacionales

“Consejos” de equipaje para viajeros frecuentes

Travelscene Corporate Experienced business travellers go lightly. Here is an interesting comparison of top packing tips from frequent business flyers - <http://lnkd.in/bhc6Cra>



Lighten up when you travel

itbdigital.com · John Meacock hasn't checked in his luggage for a flight for 25 years. "Even if I go on a family skiing trip to Europe I refuse to do anything but hand luggage," says the New South Wales managing partner at business consultants Deloitte.

Mensaje adecuado, a la audiencia adecuada, en el medio adecuado

Hotel ALIMARA BARCELONA Siete salones diferentes, cada uno con su características y con un encanto especial. Celebra tu #evento aquí: <http://bit.ly/12rle8h>



Salas para reuniones, eventos, convenciones, o incluso dar a conocer servicios del hotel que este tipo de viajero pueda valorar, por ejemplo, su cercanía al aeropuerto, wifi, work center, posibilidad de desayunar antes de las 7h, servicio de planchado de traje, o incluso la posibilidad de reservar sólo las horas que el cliente que viaja por negocios realmente usará... pero no sólo!

La comunicación en LinkedIn deberá enfocarse en potenciar aquellos atributos que **tienen sentido**, o **serán más valorados**, en un **contexto de trabajo**.



¿Qué es?

El “*Engagement*” es lograr una **conexión con tu audiencia**, un vínculo emocional difícil de romper, que hace que la audiencia interactúe con la marca, comparta su contenido y la defienda siempre.

- No pienses sólo en cómo comunicar tu offering, un discurso de “**oferta, oferta, oferta**” es el mejor repelente en redes sociales.
- Publica el contenido relevante **para cada segmento** de tu audiencia, LinkedIn permite segmentar las publicaciones a tu base de seguidores. A cada uno, el mensaje adecuado (Puedes segmentar por tamaño de compañía, sector, puesto o geografía).



El famoso engagement

HOTELJUICE ¿Y tú? ¿Te atreves a ser audaz? Nuevo post en HotelJuice: <http://bit.ly/1dsDojV>



El mundo es de los audaces

bit.ly · ¿Quién mejor entonces que nosotros para ayudar al temeroso a que sea más audaz? ¿Quién más indicado para que el audaz tampoco se de muchos golpes, sólo los necesarios?

General ?

Segmentado para: Todos los seguidores

1.169	8	4	1,03%
impresiones	clics	interacciones	interactuación

Patrocinar actualización

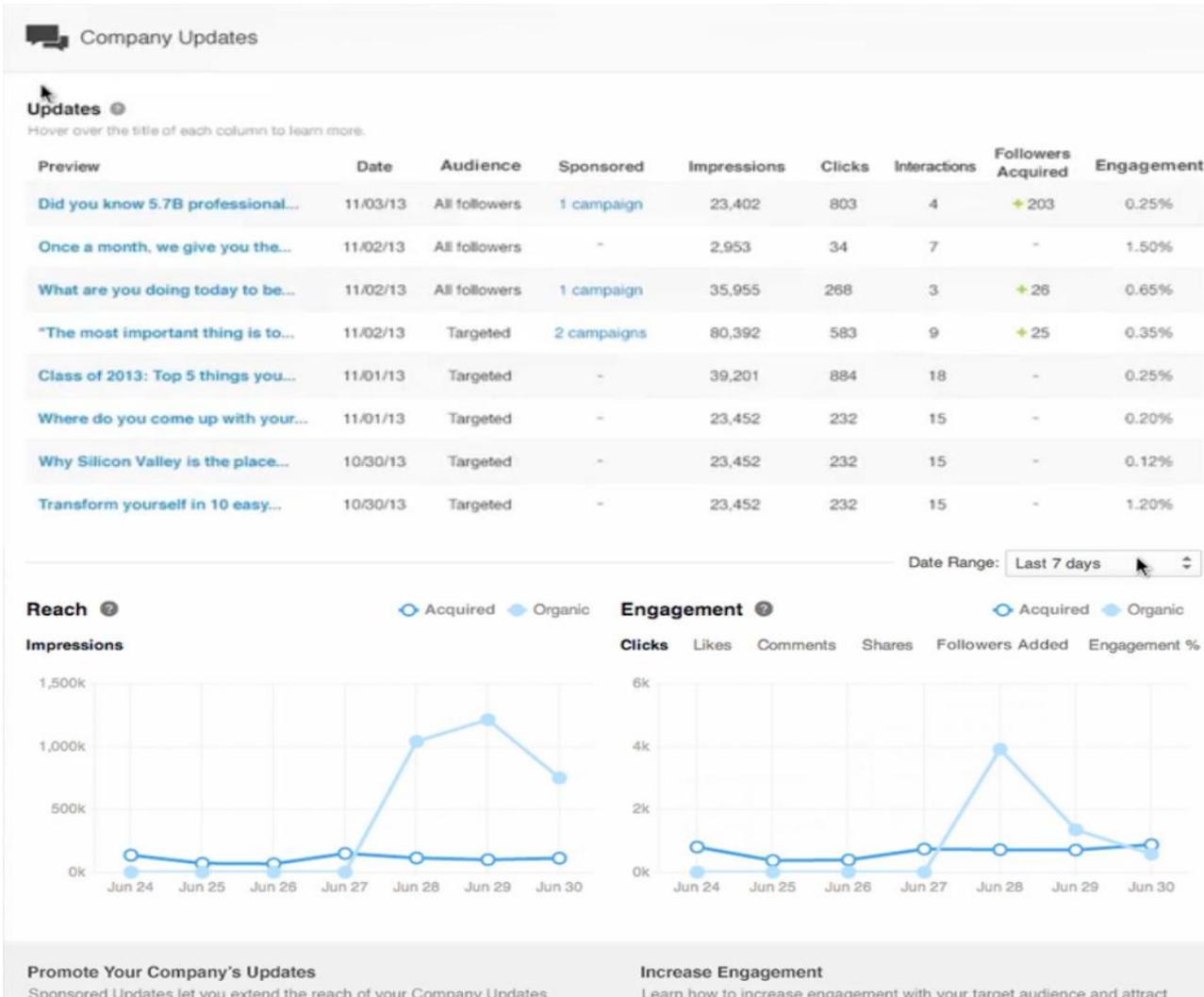
Impresiones: El número de veces que los miembros de LinkedIn vieron cada actualización.

Clics: El número de clics en tu contenido, el nombre de la empresa o el logotipo de la empresa.

Interacciones: El número de veces que la gente ha recomendado, comentado o compartido cada actualización.

Interactuación: El número de interacciones más el número de clics, dividido entre el número de impresiones.

Y todo medible!



- Identificar cuáles son las **actualizaciones** que generan mayor nivel de engagement.
- Filtrar **por tipo** de interacción y **por periodo**.
- Mayor detalle **demográfico** sobre los seguidores de tu página.
- Analizar el **crecimiento de tu audiencia** y compararlo con el de marcas similares a la tuya.

Hacer “lo de siempre”, ya **no basta**



Independientemente de cuál sea el objetivo de tu presencia el LinkedIn, debes establecer una **estrategia** basada en el **conocimiento del medio** pero sobre todo de nuestro **negocio** y de nuestros **clientes**.

Hacer “lo de siempre”, ya **no basta**



Es importante estar en contacto con los clientes no sólo para "venderles", sino para **aportarles algo**.

Hacer “lo de siempre”, ya **no basta**



¿La clave para que esto funcione? **Pensar en qué le interesa a tu audiencia y adaptar tus mensajes corporativos** de modo que consigan no sólo captar su interés, sino que fomenten la interacción.

|| Hacer “*lo de siempre*”, ya **no basta**



Lo más importante es que...

**hay que hacer
que las cosas
ocurran !!**



¡Muchas gracias!

Elisabet Cañas
elisabet@descubriendolinkedin.com



descubriendo **LinkedIn**

www.descubriendolinkedin.com
@Dlinkedin

 @elisabetcanas

 es.linkedin.com/in/elisabetcanas



www.hoteljuice.com
@HotelJuice

#LinkedInMurcia