

Profesionales del marketing online

Entregable I — Separata 2 de 4



Para Andrea es habitual **aprovechar las posibilidades relacionales que le ofrece el ámbito online** para hacer networking y tratar de proyectar su imagen profesional. Antes de un evento o conferencia al que va a asistir suele **monitorizar** el hashtag o el nombre del evento para **identificar a personas que van a asistir** al mismo y con las que les pueda interesar contactar, previamente por redes o in situ durante el evento.

Y tiene sus truquillos. En toda conferencia a la que asiste tiene abierto su **HootSuite**: una columna para monitorizar las publicaciones con el hashtag del evento y localizar asistentes al acto, otras con las menciones a cada ponente, etc. A continuación visita el perfil de **LinkedIn** y a los que identifica como de interés profesional los mete en una lista pública en Twitter de asistentes a la conferencia, con una consecuencia inmediata: vía la notificación que reciben de Twitter, se enteran que Andrea existe y está en el evento. Ya solo queda dar el paso, acercarse a quienes le interesan y tratar de establecer una relación profesional. Networking lo llaman. Relaciones públicas (de uno mismo) de toda la vida.





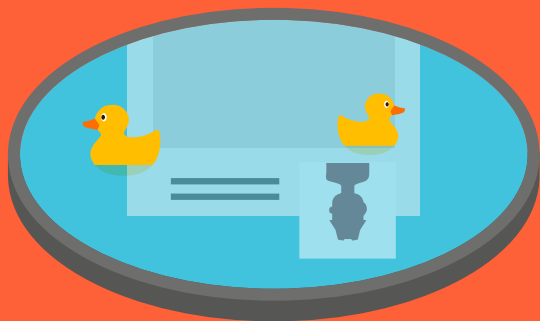
Pero en el día a día, Andrea también sabe sacar partido de las posibilidades que le ofrece el medio online. **Contacto profesional interesante que conoce en el OFF, contacto profesional que va al ON:** LinkedIn en cualquier caso, Facebook sólo si publica contenidos profesionales, y en Twitter a una lista privada de contactos nuevos. A partir de ahí, **un vistazo de vez en cuando a la lista** y en función de que Andrea los pueda ir considerando de interés los clasifica en las listas correspondientes: “para interactuar”, “fuentes de contenidos de calidad”, “que me vayan conociendo”, etc.

También suele **mencionar la fuente o el autor** de los contenidos que comparte en Twitter con un “vía” o “by” en su caso. Y suele seguir determinados hashtags para incorporarse a la conversación y darle visibilidad a su perfil profesional.

Estas son las cosas que Andrea no termina de comprender de Ana. Ya no recuerda el tiempo que su amiga lleva buscando trabajo. Ana hizo la carrera algunos años después que ella, pero pocas son las épocas en las que ha estado trabajando en alguna agencia de marketing o similar. Y todo lo que Andrea hace, **de un modo natural y casi automático**, podría serle muy útil a su amiga para buscar empleo en el sector. La última vez que Andrea echó un vistazo a los perfiles online de Ana lo que realmente vio fue nada: no había ninguna diferencia con otros miles de perfiles con los que, al fin y al cabo, compite por un puesto de trabajo.



¡Son las aptitudes personales reflejadas en su presencia y comportamiento online las que inclinan hoy en día a las empresas hacia un candidato!

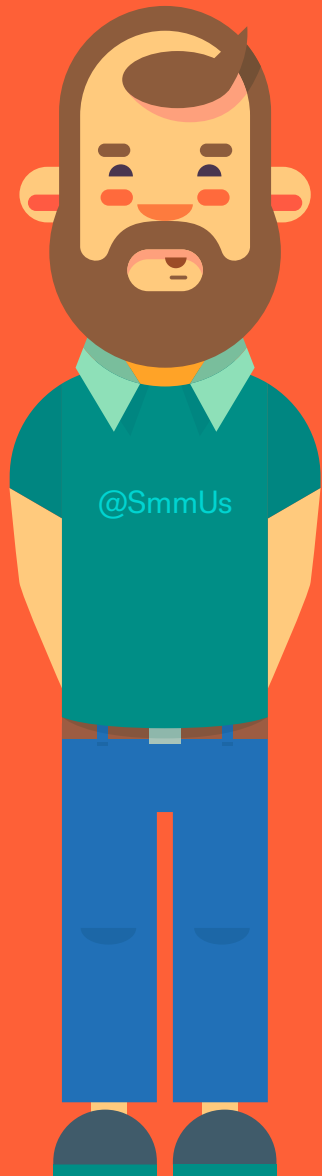


Lo que se lee en la biografía de los perfiles es el curriculum del medio online, su actividad, en qué temas participa, qué lectura puede hacerse del modo en que se comporta y el tipo de información que publica... todo son elementos que ayudan a **definir un perfil profesional** diferenciado. Hoy en día ya no se discute que los responsables de personal cada vez prestan más atención a la información que encuentran y ven de un candidato en el medio online.

La actividad en redes de Ana se limita a interactuar con sus amigos offline. Es divertido y a veces hasta útil. Pero también lo podría ser aprovecharlo, de paso, para su imagen profesional. ¿De verdad que a Ana, habiendo estudiado y dedicándose al sector al que se dedica, no se le ha ocurrido hacerse una lista en Twitter con las agencias de publicidad en las que le gustaría trabajar?

Pero no sólo eso, ni siquiera en Facebook, aprovechando que potenciales empleadores están conversando sobre temas relacionados con las empresas e internet, compartiendo contenidos, etc. Ni uno. Ni uno de sus amigos en Facebook tiene un perfil profesional interesante para Ana.





Sí, es verdad que también podemos tener espacios reservados sólo para lo personal, sin interferencias profesionales. Pero ¿y LinkedIn? ¿LinkedIn tampoco? La oportunidad de orientar un panel de información sobre ti como profesional hacia aquello en que cada momento te interese. La posibilidad de participar en grupos profesionales, que te den visibilidad y generen contactos. Incorporar a tu red personas que trabajan en empresas que te interesan. ¿Nada de eso? Ana tiene que cambiar.



En ese momento Andrea decide que ya es hora de que Ana empiece a trabajar su presencia profesional online, no será algo que suceda inmediatamente pero, cuando antes empiece, antes lo conseguirá. Es más, es algo que pueden hacer juntas, tampoco a ella le va a venir mal darle una nueva vuelta a sus perfiles, ha pasado tiempo desde su última actualización y en este medio todo está en continua renovación. Tienen todo un mes de vacaciones por delante para ponerse las pilas.

¡Vamos a poner en forma nuestra imagen de profesional 2.0!

#VeranoSmmUs es un proyecto del Programa de Social Media Marketing de la Universidad de Sevilla (SmmUs):

- **Master Propio “Marketing y Estrategia en Social Media”**
- **Experto Universitario “Community Manager”**
- **Experto Universitario Online “Iniciación al posicionamiento SEO”**
- **Experto Universitario Online “Análítica web con Google Analytics”**
- **Experto Universitario Online “Seguridad y legalidad online para la empresa”**

#Matricúlate

mastersmmus.org

info@mastersmmus.org

954 55 44 63

