

CREA CONTENIDO DE CALIDAD EN LINKEDIN

Guía práctica con consejos
para una estrategia
con sentido

KOOPLA
growth marketing

LA IMPORTANCIA DE CREAR CONFIANZA A TRAVÉS DEL CONTENIDO EN LINKEDIN

En nuestro mundo cada vez más digital, enfrentamos el desafío de ampliar los canales para conectarnos con nuestro público objetivo. Con sus más de 745 millones de usuarios en todo el mundo y 17 millones sólo en España en 2023, LinkedIn se presenta como una herramienta ideal para alcanzar a una audiencia altamente cualificada. Además, se destaca por la autenticidad de los datos de sus usuarios que, en su mayoría, utilizan información real para su perfil profesional, lo que garantiza la fiabilidad de la información compartida.

Ampliando nuestros canales de conexión con el público objetivo

En este entorno digital en constante evolución, las empresas se ven impulsadas a llegar a su audiencia de maneras más variadas. Si bien tradicionalmente se enfocaban en canales offline como la publicidad tradicional o las relaciones públicas, en los últimos años, han surgido nuevas oportunidades en línea, como las redes sociales.

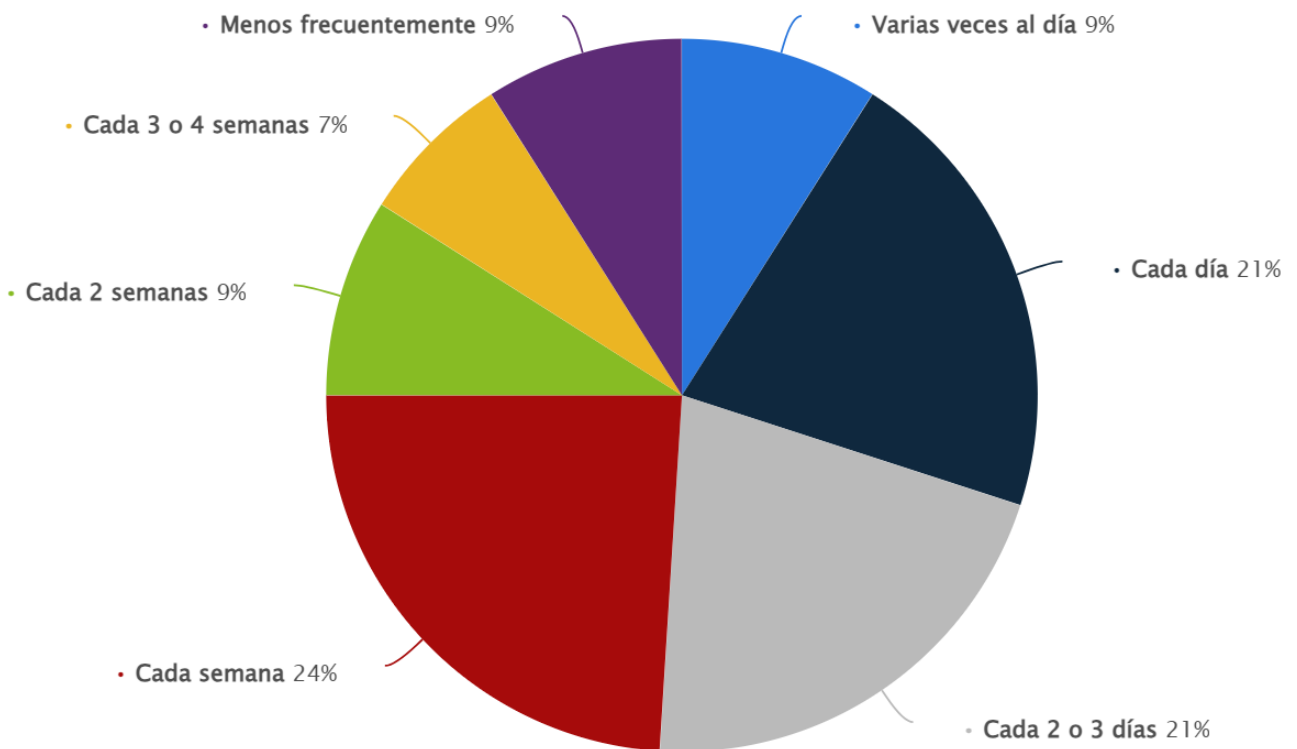
LinkedIn, una plataforma profesional, ofrece a las empresas la posibilidad de conectarse con una audiencia selecta. Los usuarios de LinkedIn son profesionales activos que buscan oportunidades laborales, formación y colaboración. Nos brinda una plataforma efectiva para dirigirnos a un público altamente calificado.



La relevancia de LinkedIn como red de profesionales y la veracidad de sus datos

LinkedIn es reconocido por la autenticidad de sus datos. Los usuarios verifican su identidad y perfiles profesionales, lo que garantiza que la información compartida es precisa y confiable en su gran mayoría. Esto convierte a LinkedIn en la elección perfecta para llegar a una audiencia cualificada. Al enfocarnos en usuarios verificados, tenemos la certeza de que nuestra comunicación llega a profesionales genuinos interesados en nuestros productos o servicios.

Distribución porcentual de los usuarios de LinkedIn en España en 2023 por frecuencia de uso



Fuente: [statista.com](https://www.statista.com)

La importancia de construir confianza a través del contenido en LinkedIn

El contenido desempeña un papel fundamental en la creación de confianza y credibilidad en LinkedIn. Cuando compartimos contenido relevante, de alta calidad y actualizado, demostramos nuestro conocimiento y compromiso en el sector. Este contenido debe estar orientado a un público específico, relevante para sus intereses, y ser informativo y actualizado para mantener la atención de los lectores.

Compartir contenido de calidad nos permite mostrar nuestra experiencia en el sector y estar al tanto de las últimas tendencias, lo que, a su vez, fomenta la confianza y la credibilidad entre nuestros posibles clientes.



CÓMO CREAR CONTENIDO DE CALIDAD EN LINKEDIN PARA QUE GENERE INTERÉS

1

Elige un tema relevante para tu público objetivo

¿Quieres que tu contenido en LinkedIn genere interés y te ayude a alcanzar tus objetivos?

Lo primero que tienes que hacer es pensar en quién quieres llegar. ¿A qué tipo de personas les interesa tu contenido? ¿Cuáles son sus intereses y necesidades?

Una vez que sepas a quién te diriges, puedes elegir un tema que sea relevante para ellos. Esto te ayudará a captar su atención y a que tu contenido sea más útil e interesante.

¿Cómo saber si un tema es relevante para mi público objetivo?

Hay algunas cosas que puedes hacer para saber si un tema es relevante para tu público objetivo:

Piensa en los intereses y necesidades de tus lectores. ¿Qué les preocupa? ¿Qué les interesa aprender? ¿Qué tipo de contenido consumen? ¿Cuáles son sus canales de comunicación favoritos?

Haz una investigación sobre tu público objetivo. Realiza encuestas o sondeos para conocer sus intereses.



Una empresa de marketing que quiere llegar a profesionales del sector podría escribir un artículo sobre las últimas tendencias en marketing digital. Este tema sería relevante para su público objetivo, que está interesado en temáticas de digitalización.

2

Investiga tu tema a fondo

No basta con elegir un tema relevante. También tienes que investigarlo a fondo para asegurarte de que tienes la información correcta.

¿Cómo investigar un tema?

Hay muchas maneras de investigar un tema. Puedes leer artículos, libros y blogs sobre el tema, o incluso entrevistar a expertos. Deja que tu curiosidad te guíe y no descartes ningún medio. ¡Y cuida siempre que las fuentes sean fiables!



Una empresa de tecnología que quiere escribir un artículo sobre la inteligencia artificial podría entrevistar a expertos en el campo y leer artículos académicos sobre el tema. Esto le ayudaría a escribir un contenido de calidad que sea informativo y preciso.



3

Escribe un contenido claro y conciso

Las personas están ocupadas y no tienen mucho tiempo para leer contenido largo o difícil de entender. Por eso, es importante escribir un contenido que no tenga demasiados desvíos y vaya directo al grano. También es importante guiar la lectura resaltando las palabras claves y estableciendo una estructura gráficamente identificable.

¿Cómo escribir un contenido claro y conciso?

Un contenido organizado y sin florituras es más fácil de entender y de retener. Esto es importante para cualquier tipo de contenido, ya sea un artículo, una presentación o una campaña de marketing.

Un texto limpio y breve también es más probable que sea leído y compartido por los demás. Esto se debe a que los lectores están más dispuestos a dedicar su tiempo a leer contenido que es fácil de entender y que les aporta valor.



ELIGE UN LENGUAJE SENCILLO

Evita el uso de jerga técnica o palabras complejas que puedan dificultar la comprensión del lector.



ESTRUCTURA TU CONTENIDO

Divide el contenido en secciones o párrafos cortos para que sea más fácil de leer.



REVISA Y EVITA ERRORES

Utiliza un corrector ortográfico y gramatical. Esto te ayudará a asegurarte de que tu contenido está bien escrito y es de fácil lectura.

4

Incluye imágenes o vídeos

¿Una imagen vale más que mil palabras? Sí, nuestro cerebro lleva muchos millones de años decodificando lo que ve. Lo hace muy bien y sin pensarlo.

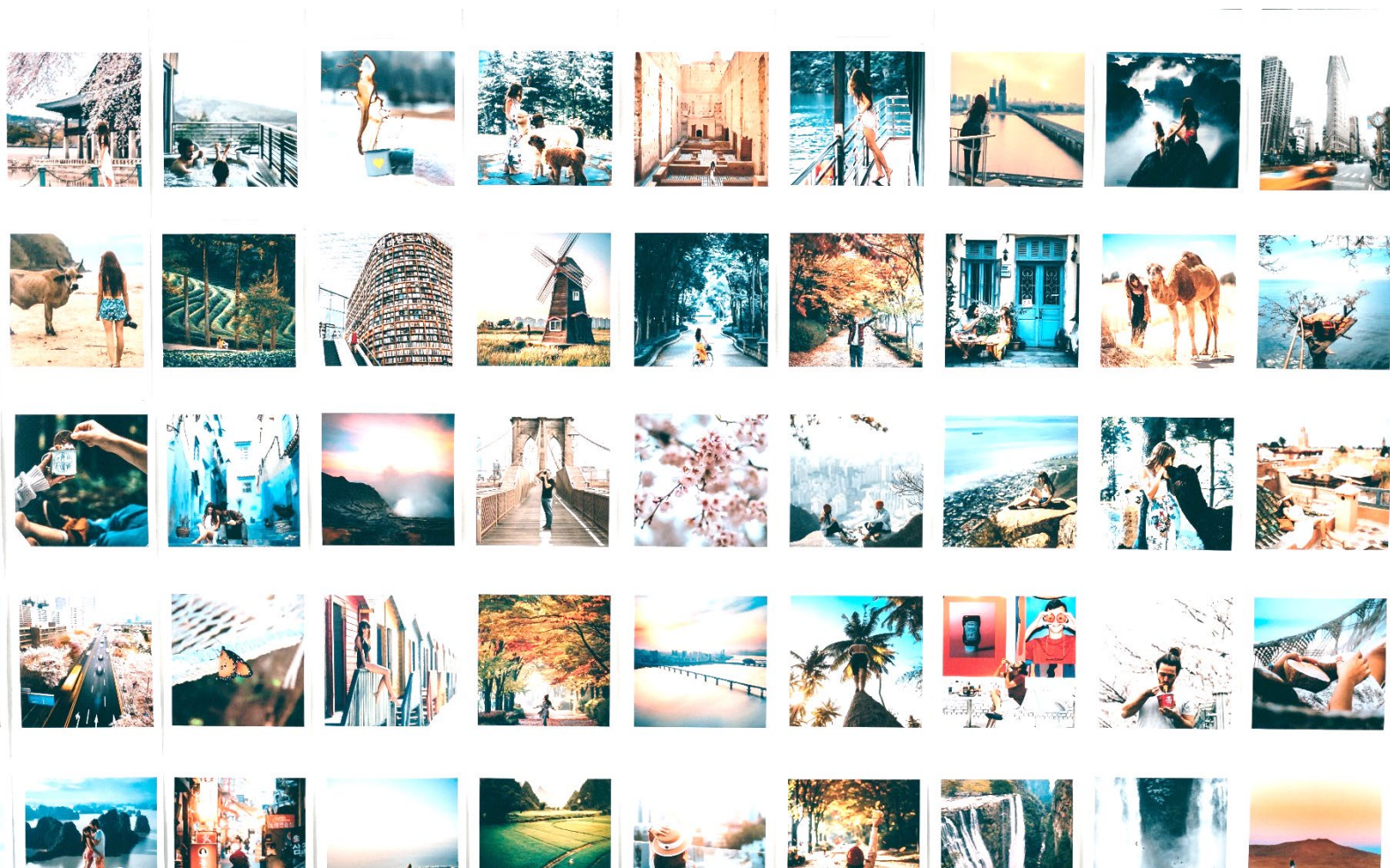
Las imágenes y los vídeos pueden ayudar a captar la atención de los lectores y a hacer que tu contenido sea más atractivo. Aprovechalas para ilustrar tu idea o para complementar un concepto.

¿Cómo incluir imágenes o vídeos en tu contenido?

Las imágenes y los vídeos deben ser relevantes para tu contenido y deben ayudar a transmitir tu mensaje. Hay repositorios gratuitos y con muy buen material que pueden ser muy útiles para mejorar el aspecto visual de tus publicaciones. Utiliza fotografías, iconos, video, infografías... ¡Diviértete!



Una empresa de viajes podría escribir un artículo sobre los mejores destinos para visitar en el verano incluyendo imágenes de los destinos y de las diferentes actividades para atraer la atención de los lectores.



5

Promociona tu contenido

Una vez que hayas publicado tu contenido, es importante promocionarlo para que llegue a más personas. Esto te ayudará a alcanzar tus objetivos en LinkedIn, ya sean aumentar tu visibilidad, generar leads o crear relaciones con otros profesionales.

¿Cómo promocionar tu contenido?

Hay muchas maneras de promocionar tu contenido en LinkedIn. Aquí tienes algunas ideas:



REDES SOCIALES

- Comparte tu contenido en otras redes sociales, como Twitter, Facebook o Instagram. Esto te ayudará a llegar a un público más amplio.



ANUNCIOS

- LinkedIn ofrece una plataforma de publicidad que te permite promocionar tu contenido a un público específico.



HERRAMIENTAS DE MARKETING

- Hay muchas herramientas de marketing que te pueden ayudar a promocionar tu contenido en LinkedIn, como Hootsuite o Buffer.

Para que tu contenido sea efectivo, es importante promocionarlo de forma estratégica.

Todo comienza con un título atractivo. Este es el primer contacto con tus usuarios, así que asegúrate de que sea intrigante y capte su atención desde el principio. Como comentamos anteriormente, las imágenes y los vídeos son aliados poderosos. Utilízalos para atraer a tu audiencia y hacer que tu contenido sea inolvidable.

¡Y no te olvides del llamado a la acción! Deja en claro qué quieres que hagan tus usuarios, ya sea que desees que lean tu artículo, vean tu vídeo o visiten tu sitio web.

La promoción no debe ser ocasional. No esperes a lanzar nuevo contenido para promocionarlo. Comparte tus artículos y vídeos anteriores de manera regular para que lleguen a más personas.

¡Bonus!

Y para generar más interés en tus lectores recuerda:

▶ **Sé original y creativo**

No te conformes con repetir lo que ya han dicho otros. Intenta aportar algo nuevo y original a la conversación.

▶ **Sé auténtico**

Las personas pueden detectar cuando alguien está siendo falso. Sé honesto y transparente en tu contenido.

▶ **Sé paciente**

Crear contenido de calidad lleva tiempo y esfuerzo.

Conclusión

En resumen, la creación de contenido de calidad desempeña un papel esencial en nuestra estrategia de marketing en LinkedIn. Al compartir contenido pertinente, de alta calidad y actualizado, demostramos nuestro conocimiento y compromiso en el sector, lo que contribuye a generar confianza y credibilidad entre nuestros posibles clientes.



Prohibido el uso con finalidades comerciales. Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Requiere autoría.

¿Te ayudamos?

www.koopla.marketing

KOOPLA
growth marketing



Síguenos en LinkedIn