

# Lanza tu marca personal en LinkedIn



Lore Hoyuela

CONSULTORA DE MARCA PERSONAL



# ¿POR QUÉ LINKEDIN?

LinkedIn es una de las plataformas más poderosas para negocios B2B y B2C. **Con más de 1,000 millones de usuarios en más de 200 países,** esta red social permite a los negocios conectar con tomadores de decisiones, construir comunidades y generar leads de alta calidad.

**Loré. Hoyuela**

CONSULTORA DE MARCA PERSONAL





# El poder de LinkedIn para negocios

- El 94% de los marketers B2B usan LinkedIn para compartir contenido y construir confianza.
- LinkedIn es la plataforma más efectiva para alcanzar a una audiencia profesional de alta intención.
- El 80% de los leads B2B provenientes de redes sociales se generan en LinkedIn.

# Capítulo 1: Optimiza tu Perfil o Página de Empresa





# 1. Foto de Perfil y Banner

---

- **Foto de Perfil:** Usa una imagen profesional y de alta calidad que refleje tu profesionalismo y personalidad. Te recomiendo que preferiblemente estés sonriendo para que te muestres mas cercano y confiable.
- **Banner:** Diseña un banner que actúe como una valla publicitaria. Incluye una frase que resuma lo que haces, los países a los que llegas, clientes que atiendes o has atendido y cómo tu empresa se destaca.

## 2. Información de la Empresa

---

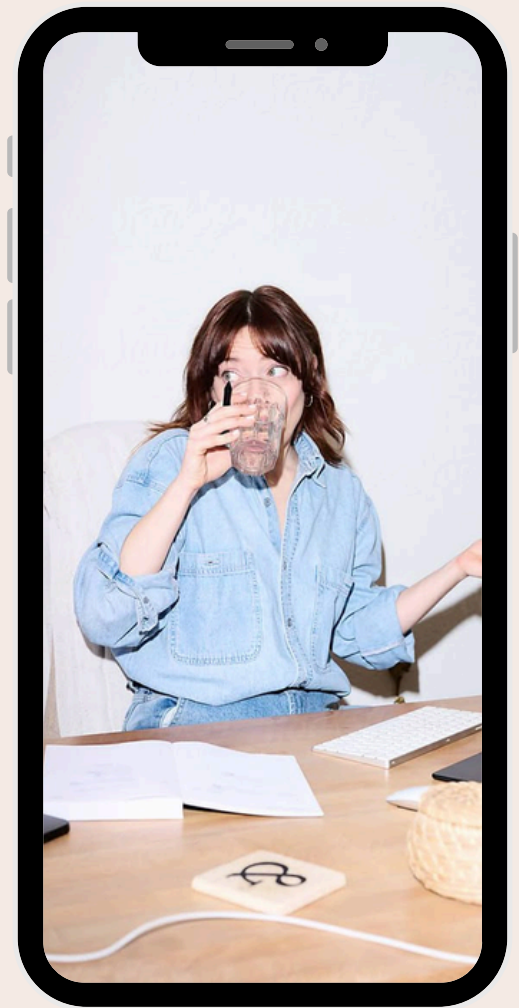
- **Descripción:** Redacta una descripción clara que detalle cuáles son los servicios y el propósito de tu empresa. Coloca palabras clave relevantes para mejorar la visibilidad y el SEO en búsquedas dentro de LinkedIn.
- **Ubicación y Contacto:** Asegúrate de que la información de contacto y ubicación esté actualizada para facilitar que potenciales clientes te encuentren.
- Añade tus especializaciones en la sección "Servicios" para destacar lo que ofreces.

# EJEMPLO PRÁCTICO

Lore,  
Hoyuela

Imagina que eres consultora de negocios y deseas atraer clientes corporativos. Para optimizar tu perfil:

- ✓ Foto de perfil: Usa una imagen profesional con fondo neutro, vestimenta acorde a tu industria y buena iluminación.
- ✓ Banner: Diseña un banner con tu propuesta de valor. Ejemplo: "Ayudo a empresas a aumentar su rentabilidad con estrategias financieras probadas."
- ✓ Titular estratégico: En lugar de "Consultora de negocios", prueba: "Ayudo a CEOs y CFOs a escalar sus empresas con estrategias financieras inteligentes."
- ✓ Acerca de: Redacta en primera persona con un llamado a la acción. Ejemplo:  
"Con más de 10 años ayudando a empresas a optimizar sus finanzas, he trabajado con clientes en EE.UU. y Latinoamérica. Mi misión es ayudar a empresas a crecer de forma sostenible. Si necesitas mejorar tu estrategia financiera, agenda una sesión conmigo."
- ✓ Experiencia: En lugar de solo listar cargos, muestra logros con datos específicos:  
"Como CFO, reduje costos operativos en un 25% y aumenté la rentabilidad en un 15% en un año."
- ✓ Servicios: Activa la sección "Servicios" para que clientes potenciales puedan encontrarte fácilmente.



Herramienta recomendada:

- ✦ Canva: Para diseñar tu banner profesional.
- ✦ ChatGPT o Grammarly: Para mejorar tu redacción y hacerlo más persuasivo.

EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO



# Capítulo 2: Construcción de una Comunidad Activa



# EMPIEZA POR ESTOS 4 PASOS...



01

## DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Identifica claramente a tu audiencia ideal, considerando factores como industria, tamaño de la empresa y ubicación geográfica.



02

## PROMOCIÓN DE SERVICIOS

Utiliza la sección "Servicios" en tu perfil para destacar las soluciones que ofreces, facilitando que los clientes potenciales comprendan cómo puedes ayudarlos.



03

## SEGUIMIENTO ACTIVO

Interactúa regularmente con las publicaciones de tus conexiones para mantenerte visible y relevante.

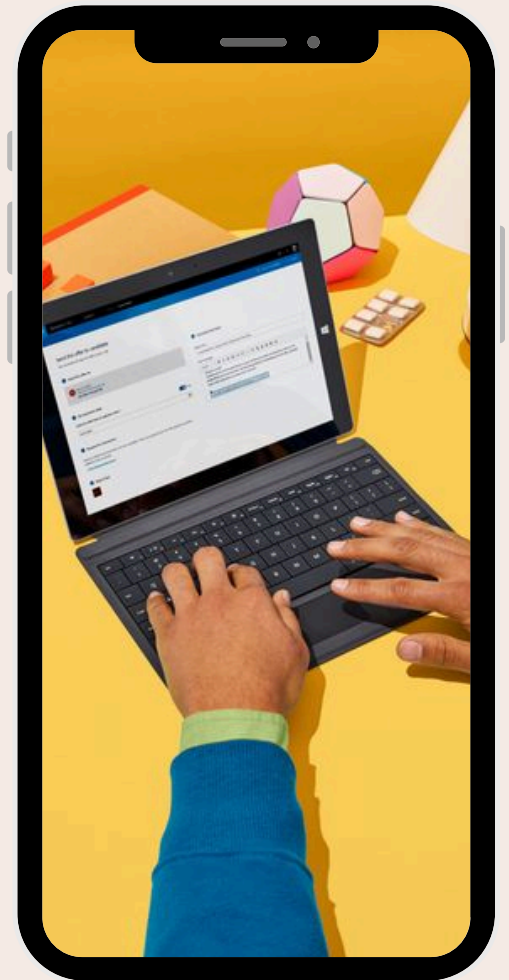


04

## ESTRATEGIAS DE CONEXIÓN

- Invitaciones Personalizadas: Envía solicitudes de conexión personalizadas, mencionando intereses comunes o cómo puedes aportar valor.
- Participación en Grupos: Únete a grupos relevantes de tu industria y participa activamente compartiendo conocimientos y respondiendo preguntas.
  - Un tip importante: verifica los participantes del grupo. Si es un grupo interesado en resolver una dolencia específica y tu empresa o marca personal la resuelve, puedes ir directamente a estas personas y tratar de conectar con ellas.





# Capítulo 3: Estrategias de Creación de Contenido





## 1. Desarrollo de Contenido de Liderazgo

- Publica artículos que aborden tendencias de la industria, estudios de caso y consejos prácticos. Esto te posiciona como un líder de pensamiento y genera confianza.
- No temas dar conocimiento gratuito creyendo que de esta manera no te van a comprar. Al contrario, esto generará credibilidad y te posicionará como experto.

## 2. Uso de Herramientas Nativas de LinkedIn

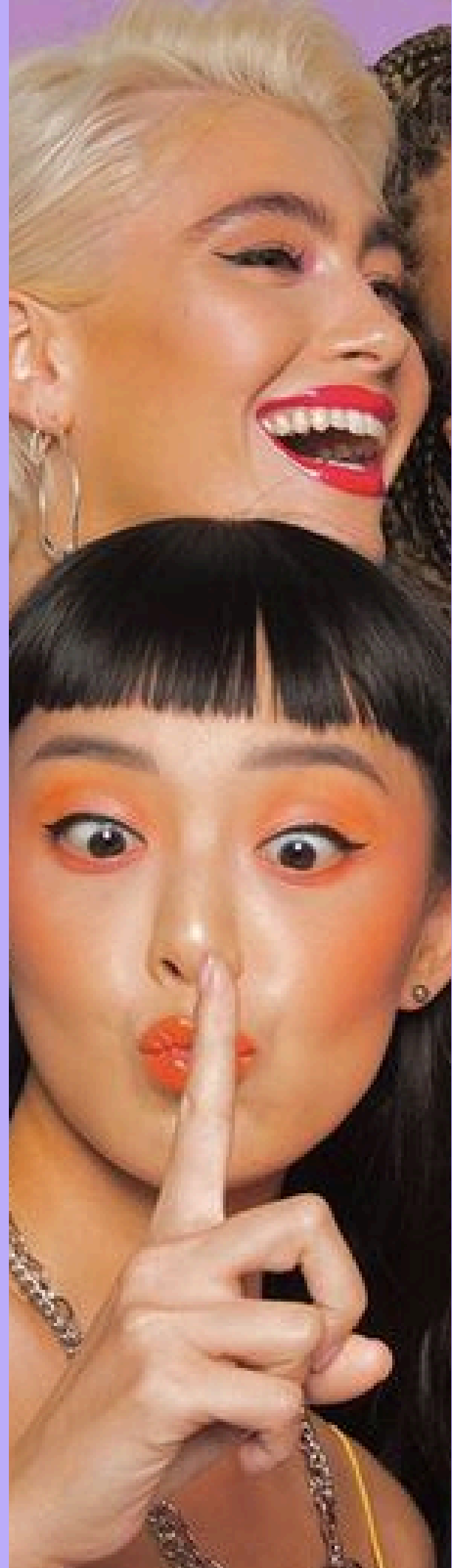
- Hashtags: Incorpora hashtags relevantes para ampliar el alcance de tus publicaciones.
- LinkedIn Live: Realiza transmisiones en vivo para interactuar en tiempo real con tu audiencia, compartir novedades o realizar sesiones de preguntas y respuestas.
- Encuestas y Kudos: Publica encuestas para involucrar a tu comunidad y utiliza kudos para reconocer logros.

## 3. Participación del Equipo

- Anima a los miembros de tu equipo a compartir y comentar las publicaciones de la empresa para aumentar el alcance y demostrar cohesión interna.

## 4. Tipo de contenido

- Nuestro mejor consejo es que pruebes diferentes formatos e identificas cuál funciona mejor para ti. Sin embargo, los contenidos tipo blog, artículos o con imágenes o pdfs de apoyo funcionan muy bien.







# Capítulo 4: Estrategias de Publicidad Pagada



---

## CREACIÓN DE CAMPAÑAS EFECTIVAS

- **Objetivos Claros:** Define si la campaña busca generar leads, aumentar el tráfico al sitio web o mejorar el reconocimiento de marca.
  - **Segmentación Precisa:** Enfócate en cargos específicos, industrias y empresas relevantes.
- 

## FORMATOS DE ANUNCIO

Utiliza anuncios en carrusel, video o documentos descargables para captar la atención de tu público.

---

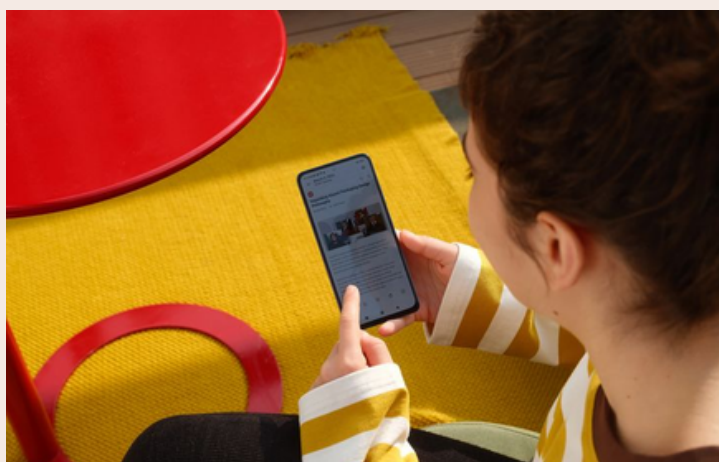
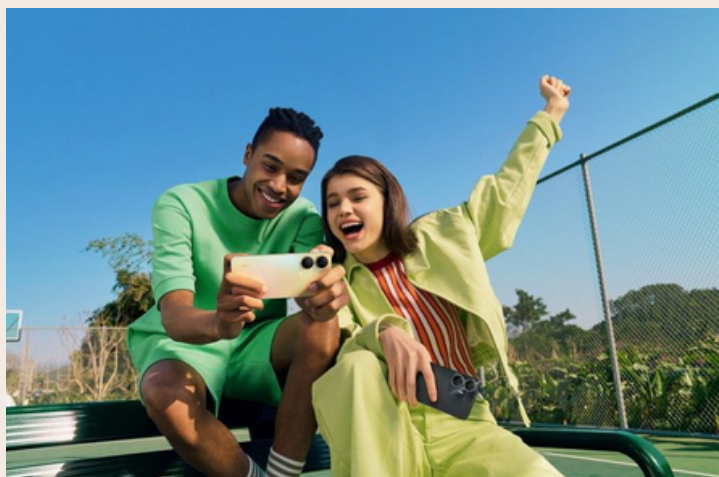
## INTEGRACIÓN DE CAMPAÑAS ORGÁNICAS Y PAGADAS

Promociona contenido orgánico exitoso para amplificar su alcance.

---

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

Utiliza LinkedIn Campaign Manager para medir impresiones, clics y conversiones.





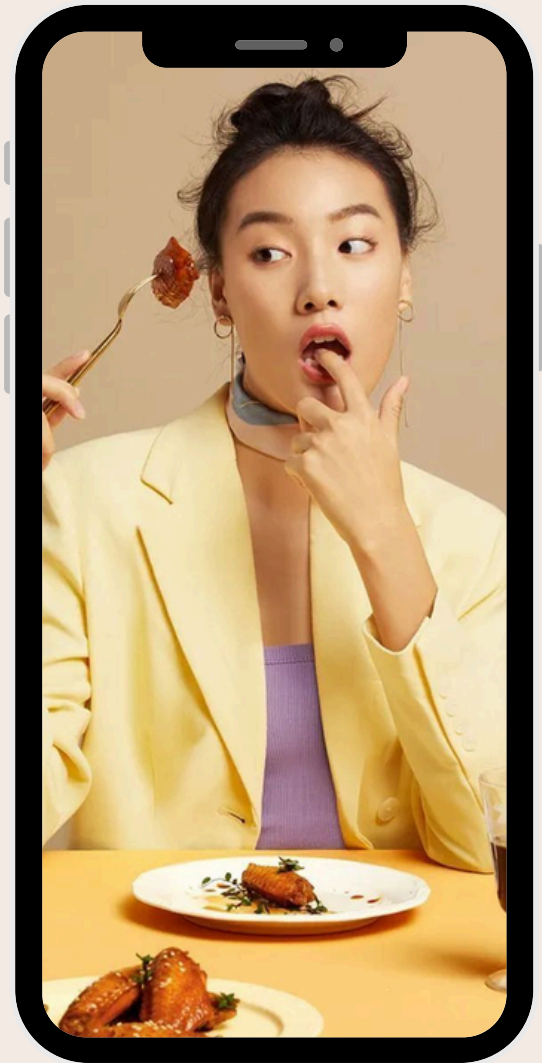
# EJEMPLO PRÁCTICO

Caso real: Un asesor de inversiones quiere atraer empresarios que buscan diversificar su portafolio.

- ✓ Objetivo de la campaña: Generación de leads.
- ✓ Segmentación: Empresarios con ingresos de más de \$500K, ubicados en LATAM y EE.UU., interesados en inversiones.
- ✓ Formato: Anuncio en carrusel mostrando casos de éxito con gráficos claros.
- ✓ Llamado a la acción: "Descarga nuestra guía gratuita sobre cómo invertir de manera segura en el mercado internacional."
- ✓ Análisis de resultados: Después de 2 semanas, revisa métricas como tasa de clics (CTR) y costo por lead (CPL).

Herramienta recomendada:

- 📌 LinkedIn Campaign Manager: Para configurar y analizar anuncios.
- 📌 Google Analytics: Para medir tráfico y conversiones.





# Capítulo 5: Generación de Leads y Relaciones



# EJEMPLO PRÁCTICO

Caso real: Un asesor de inversiones quiere atraer empresarios que buscan diversificar su portafolio.

- ✓ Objetivo de la campaña: Generación de leads.
- ✓ Segmentación: Empresarios con ingresos de más de \$500K, ubicados en LATAM y EE.UU., interesados en inversiones.
- ✓ Formato: Anuncio en carrusel mostrando casos de éxito con gráficos claros.
- ✓ Llamado a la acción: "Descarga nuestra guía gratuita sobre cómo invertir de manera segura en el mercado internacional."
- ✓ Análisis de resultados: Después de 2 semanas, revisa métricas como tasa de clics (CTR) y costo por lead (CPL).

Herramienta recomendada:

- 📌 LinkedIn Campaign Manager: Para configurar y analizar anuncios.
- 📌 Google Analytics: Para medir tráfico y conversiones.



EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO EJEMPLO PRÁCTICO



Generar leads en LinkedIn no se trata solo de aumentar la cantidad de contactos, sino de atraer a personas realmente interesadas en tus servicios. Aquí te presento estrategias efectivas para construir relaciones valiosas y convertirlas en oportunidades de negocio.

---

**TE REVELAMOS ALGUNAS DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS  
PARA ENCONTRAR LEADS DE CALIDAD EN LINKEDIN**

---



# 1. ESTRATEGIA DE CONTENIDO DESCARGABLE (LEAD MAGNET)

Un recurso gratuito de alto valor puede ayudarte a captar clientes potenciales y construir confianza.

Ejemplo práctico

Caso real: Un asesor de branding personal quiere captar clientes potenciales.

✓ Lead magnet: Guía descargable “Cómo construir una marca personal poderosa en LinkedIn.”

✓ Pasos para aplicarlo:

✚ Publica un post en LinkedIn con un caso de éxito y menciona la guía.

✚ Usa un formulario en Typeform o Google Forms para capturar datos (nombre y correo).

✚ Envíales un email con el recurso y un CTA: “Reserva una llamada para aplicar esta estrategia a tu negocio.”

Herramientas recomendadas:

✚ Hubspot: Para automatizar correos con el lead magnet.

✚ Canva o Beacon: Para diseñar la guía descargable.

## 2. LINKEDIN SALES NAVIGATOR: LA HERRAMIENTA CLAVE PARA GENERAR LEADS

Si buscas clientes potenciales de forma más estratégica, LinkedIn Sales Navigator te permite:

- ✓ Filtrar contactos por industria, cargo, ubicación y tamaño de empresa.
- ✓ Guardar leads y recibir alertas cuando cambien de trabajo o publiquen contenido.
- ✓ Enviar mensajes directos a personas fuera de tu red (InMail).

Caso real: Un asesor financiero busca CEOs interesados en inversión.

- ✓ Búsqueda avanzada: Filtra contactos con estos criterios:
  - ✦ Cargo: CEO, fundador o director financiero.
  - ✦ Ubicación: EE.UU. y LATAM.
  - ✦ Interés en inversión o crecimiento empresarial.

- ✓ Mensaje personalizado:  
“Hola [nombre], veo que lideras [nombre de la empresa] y que te interesa la inversión empresarial. Ayudo a CEOs a optimizar su estrategia financiera para maximizar rendimientos. ¿Te gustaría una llamada de 15 min para discutir ideas?”

Herramientas recomendadas:

- ✦ LinkedIn Sales Navigator: Para encontrar y contactar prospectos estratégicos.
- ✦ ChatGPT: Para adaptar mensajes según el estilo de comunicación del lead.

# 03

## 3. CREACIÓN DE CURSOS O WORKSHOPS GRATUITOS PARA CAPTAR LEADS

Una de las estrategias más efectivas para generar contactos es ofrecer cursos cortos o talleres gratuitos en los que demuestres tu expertise.

Caso real: Un experto en liderazgo quiere atraer ejecutivos interesados en coaching.

✓ Curso gratuito: “Cómo liderar equipos remotos de manera efectiva.”

✓ Pasos para aplicarlo:

- ✦ Crea un evento en LinkedIn y promociona el curso.
- ✦ Usa Zoom o Google Meet para realizar el workshop en vivo.
- ✦ Captura los correos de los asistentes para hacer seguimiento.
- ✦ Envía una oferta especial después del curso (ej. descuento en una consultoría 1:1).

Herramientas recomendadas:

- ✦ LinkedIn Events: Para registrar asistentes.
- ✦ Zoom o WebinarJam: Para impartir el curso.
- ✦ MailerLite: Para hacer seguimiento a los asistentes.



# 04

## 4. NETWORKING ESTRATÉGICO Y MENSAJES PERSONALIZADOS

Conectar con personas clave de forma estratégica te ayudará a generar leads de alto valor.

Caso real: Una consultora de negocios quiere atraer emprendedores latinos en EE.UU.

✓ Pasos para aplicarlo:

✦ Paso 1: Define a quién quieres contactar (ejemplo: dueños de empresas en EE.UU.).

✦ Paso 2: Personaliza tu solicitud de conexión:

“Hola [nombre], veo que lideras un negocio en EE.UU. y ayudas a la comunidad latina. Me encantaría conectar y compartir ideas.”

✦ Paso 3: Envía un mensaje de valor después de conectar, sin vender directamente.

✦ Paso 4: Interactúa con su contenido antes de hacer una oferta.

Herramientas recomendadas:

✦ LinkedIn Voice Messages: Para enviar mensajes de voz más personalizados.

✦ HubSpot: Para automatizar la conexión con leads estratégicos.

# 05

## 5. PUBLICACIONES ESTRATÉGICAS CON CTA DIRECTO

Publicar contenido con llamados a la acción claros puede ser una gran fuente de leads.

Caso real: Un abogado de negocios quiere atraer clientes.

✓ Ejemplo de publicación con CTA:

📌 Comparte un caso de éxito:

“Hace 6 meses, un cliente en EE.UU. enfrentaba problemas legales con su empresa. Después de aplicar mi estrategia, logró resolver su situación y expandir su negocio. Si tienes dudas sobre la legalidad de tu empresa en EE.UU., escíbeme en los comentarios o agenda una llamada gratuita.”

✓ CTA claro: “¿Quieres asesoría legal? Escribe ‘interesado’ en los comentarios y te envío más info.”

Herramientas recomendadas:

📌 Canva: Para crear gráficos llamativos en tus posts.

📌 ChatGPT: Para generar ideas de publicaciones efectivas.

# 6. CONTACTAR A LEADS FRÍOS CON UNA ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO

Muchas veces los leads no responden de inmediato. Tener una estrategia de seguimiento te permitirá cerrar más oportunidades.

Caso real: Un consultor de productividad contacta a CEOs de startups.

✅ Secuencia de seguimiento en LinkedIn:

- 📌 Mensaje 1: Conexión con un mensaje amigable (Día 1).
- 📌 Mensaje 2: Aporta valor con un artículo o caso de éxito (Día 3-5).
- 📌 Mensaje 3: Pregunta si le gustaría una reunión corta (Día 7-10).
- 📌 Mensaje 4: Último intento con un enfoque de escasez: "Sé que estás ocupado, pero esta oferta especial solo está disponible esta semana. ¿Te gustaría una llamada rápida para ver si encaja contigo?"

Herramientas recomendadas:

- 📌 HubSpot CRM o Pipedrive: Para gestionar leads y hacer seguimiento.



# 7. COLABORACIONES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Asociarte con otros expertos en tu nicho puede ayudarte a generar leads de calidad.

Caso real: Un coach de liderazgo colabora con una agencia de recursos humanos.

✓ Estrategia aplicada:

- ✦ Organizan un webinar conjunto sobre cómo mejorar la gestión del talento en empresas.
- ✦ Cada experto invita a su audiencia, duplicando el alcance.
- ✦ Al final del webinar, ambos ofrecen un descuento exclusivo para nuevos clientes.

Herramientas recomendadas:

- ✦ Calendly: Para facilitar la reserva de reuniones con prospectos.
- ✦ StreamYard: Para hacer entrevistas y colaboraciones en vivo.



# Resumen de Acciones Inmediatas

Espero que esta guía sea de valor para ti.

# BONO ESPECIAL:

Si quieres llevar tu estrategia de LinkedIn y marca personal al siguiente nivel, agenda una llamada gratuita conmigo aquí

[Agenda haciendo click aquí](#)

¡Nos vemos en mis redes sociales para recibir más contenido valioso!

 @lorehoyuela



Loré, Hoyuela

CONSULTORA DE MARCA PERSONAL