

# EL PERFIL MAGNÉTICO EN LINKEDIN

---

GUÍA DEFINITIVA PARA  
CREAR UN PERFIL EN  
LINKEDIN OPTIMIZADO  
PARA VENDER

Christian Garavito

zumomarketing

# 01

## INTRODUCCIÓN

Hola, estoy encantado de que tengas esta guía.

Tengo que decirte que cada vez que alguien la utiliza, sé que es el comienzo de algo grande.

No puedo enfatizarlo lo suficiente.

Porque lo que parece ser una guía más, es en realidad el comienzo de un cambio sustancial.

Como propietario o líder de un negocio, es posible que hayas tenido este pensamiento:

“Las redes sociales están sobrevaloradas. No hay forma de generar oportunidades de negocio y clientes ahí, es una total pérdida de tiempo...”

Honestamente, tuve los mismos pensamientos, las mismas dudas, pero LinkedIn no es como otras redes sociales.

Lejos de eso.

LinkedIn está por encima del resto, te ofrece el potencial de generar posibles clientes de alta calidad.

Verás...

## 02

Probablemente te interesa esta guía porque estás pasando algunos desafíos para captar más clientes aprovechando LinkedIn.

Y te preguntas si estás haciendo las cosas mal. O si realmente es solo una pérdida de tiempo.

Quizás has escuchado historias de éxito y has pensado "Parece fácil, voy a hacer lo mismo". Y luego te das cuenta que es mucho más difícil de lo que parece.

De alguna manera fuiste capaz de resolver algunas cosas por tu cuenta.

Tal vez incluso viste resultados prometedores durante un corto período de tiempo.

Pero tu impulso se estancó porque carece de una estrategia sólida y un proceso probado.

No tienes un marco para generar resultados de forma consistente.

Y puede que estés a punto de darte por vencido...

Hasta que te has topado con ZumoMarketing.

En esta guía verás como crear un perfil en LinkedIn que atraiga a tu cliente potencial y te ayude a generar oportunidades de negocio.

# 03

Esto es solo una pequeña, pero importante, parte del método que utilizamos en ZumoMarketing.

Que está diseñado específicamente para ayudar a emprendedores y empresarios a crear sistemas de marketing y ventas que generan citas de venta y clientes consistentemente, como un reloj.

*(Si te interesa conocer el método completo, al finalizar la guía tienes información de cómo acceder él).*

Voy a enseñarte lo que he aprendido trabajando con cientos y cientos de clientes ayudándolos con su estrategia para generar clientes B2B aprovechando LinkedIn.

Si ya estás familiarizado con LinkedIn, estoy seguro que también encontrarás mucho valor.

No solo será un buen repaso de algunos conceptos fundamentales. También te puede proporcionar algunas ideas inesperadas.

Bien, a por ello...



**Christian Garavito**  
@ ZumoMarketing

# 04

## ANTES DE EMPEZAR

Antes de hacer cualquier cambio en tu perfil en LinkedIn tienes que tener claro cuál es tu objetivo.

¿Qué es lo que estás buscando lograr?

¿Cómo te quieres presentar?

¿Qué valores quieres transmitir?

¿A quién quieres atraer?

Entre más foco, mejor.

No se trata de quedar bien con todos, se trata de atraer a tu público objetivo, a tus futuros clientes, a tus clientes...

A tu Cliente Ideal.

Por lo que todo lo que hagas tiene que ser atractivo para él o ella, en especial tu perfil en LinkedIn.

Sobre esto entramos en detalle en el método completo, pero para efecto de esta guía simplemente ten en cuenta que el objetivo es ser relevante para tu cliente ideal, el resto no importa.

# 05

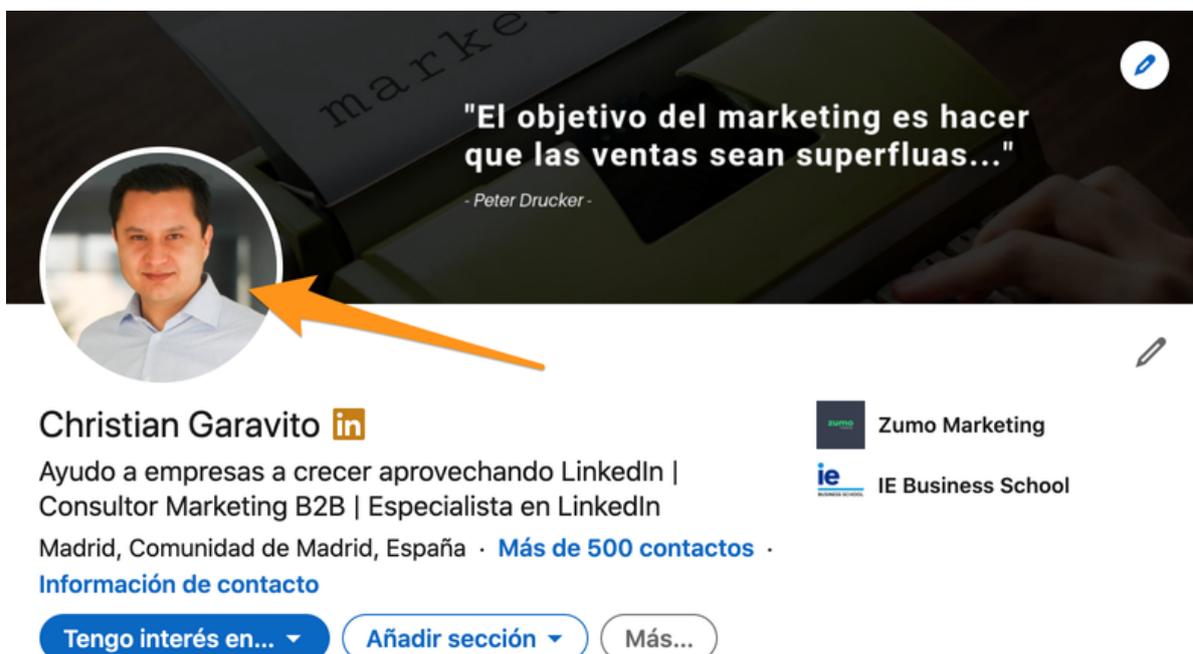
## FOTO DE PERFIL

Algunas veces sonreír en tu foto de perfil da una buena primera impresión.

Pero a veces, es bueno romper el molde y ser serio.

Puedes ser muy profesional, siempre que no parezcas demasiado serio.

Todo depende de ti, de tu marca y por supuesto de a quién te dirijas, de tu cliente ideal.



"El objetivo del marketing es hacer que las ventas sean superfluas..."  
- Peter Drucker -

**Christian Garavito** 

Ayudo a empresas a crecer aprovechando LinkedIn |  
Consultor Marketing B2B | Especialista en LinkedIn

Madrid, Comunidad de Madrid, España · [Más de 500 contactos](#) ·  
[Información de contacto](#)

Tengo interés en... ▾    Añadir sección ▾    Más...

 Zumo Marketing  
 IE Business School

# 06

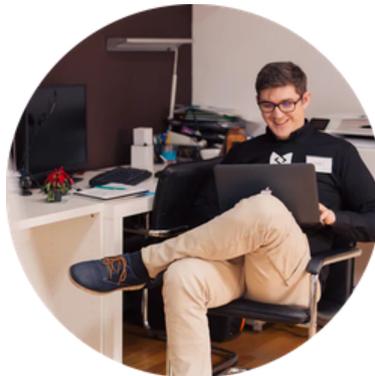
## Recomendaciones:

- Una foto que te muestre como profesional.
- En primer plano (medio plano, segunda opción)
- Vístete como quieres presentarte ante tu Cliente Ideal.

## Ejemplo adecuado:



## Ejemplo no adecuado:



## 07

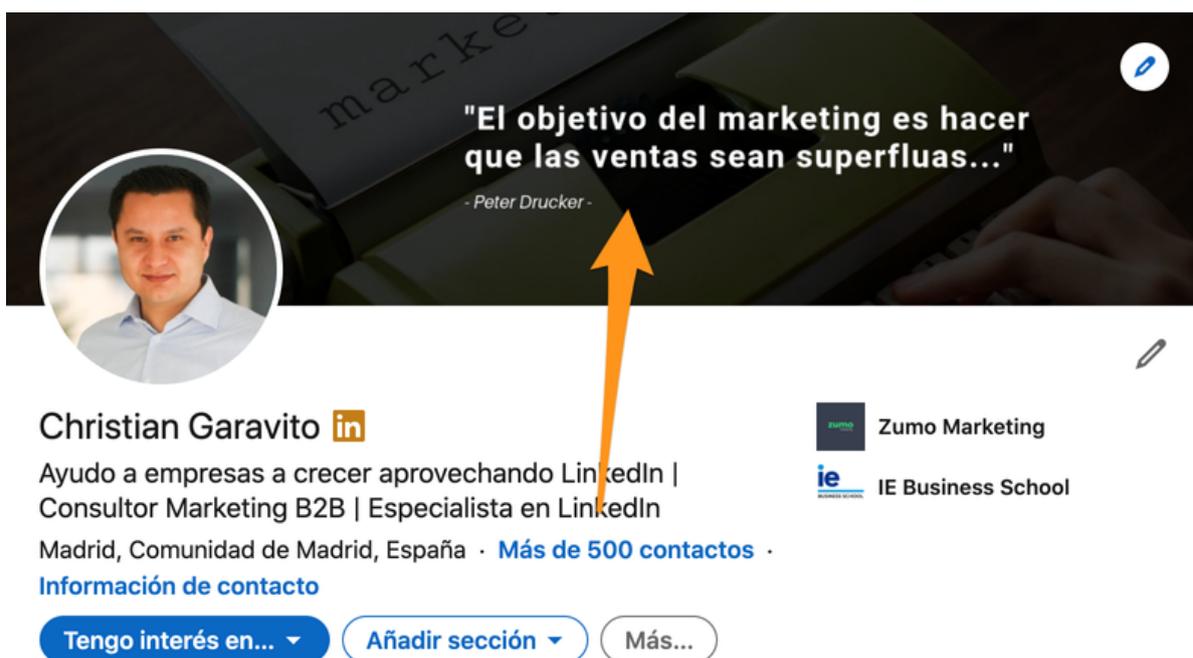
## FOTO DE PORTADA

La foto de portada es igual de importante que la foto de perfil.

Sirve para muchos propósitos. Puede usarse para transmitir tus valores; como una representación visual de tu trabajo; o como una llamada a la acción.

El truco consiste en elegir la foto correcta.

Las fotos de ciudades, de un espacio que represente tu especialidad o fotos tuyas hablando frente a una audiencia son una buena opción.



**Christian Garavito** 

Ayudo a empresas a crecer aprovechando LinkedIn |  
Consultor Marketing B2B | Especialista en LinkedIn

Madrid, Comunidad de Madrid, España · [Más de 500 contactos](#) ·  
[Información de contacto](#)

[Tengo interés en...](#) [Añadir sección](#) [Más...](#)

 Zumo Marketing  
 IE Business School

# 08

## Recomendaciones:

- Utiliza una foto limpia con colores neutros que no desentonen demasiado con los colores de LinkedIn.
- También puedes agregar un texto que ayude a posicionarte (ej: cita, frase, etc).

## Ejemplos adecuado:



## Ejemplos no adecuado:



# 09

## EL TITULAR

El titular es lo segundo que la gente lee después de tu nombre.

Hay diferentes tipos de título:

Centrado en tí.

Centrado en tu misión.

Centrado en el cliente.

Sin embargo, si lo que buscas es clientes, te recomiendo que crees uno centrado en el cliente.

Es muy simple: explica lo que haces y para quién.

**Christian Garavito** 

Ayudo a empresas a crecer aprovechando LinkedIn |  
Consultor Marketing B2B | Especialista en LinkedIn

Madrid, Comunidad de Madrid, España · [Más de 500 contactos](#) ·



Zumo Marketing



IE Business School

# 10

## Recomendaciones:

- Aprovecha el límite de caracteres.
- Si tienes espacio, agrega las palabras clave por las cuales te quieres posicionar.

## Ejemplos:



LinkedIn profile of Juan Carlos Fontcuberta. The profile picture shows a man in a blue shirt. The background image shows a man in a dark shirt speaking to an audience. The profile text includes: "Juan Carlos Fontcuberta · 1er  Ayudo a empresas técnicas a potenciar su músculo comercial y su rentabilidad sin sumar estructura o gasto / Coach ventas Barcelona y alrededores · [Más de 500 contactos](#) · [Enviar mensaje](#) [Más...](#) miembro de **IMPULSO Coaching de Negocios S.L.**



LinkedIn profile of Charo Toscano. The profile picture shows a woman with long brown hair. The background image shows a large audience in a lecture hall. The profile text includes: "Charo Toscano · 1er *“Si al final de una campaña los votantes no entienden aún lo que el candidato intenta decirles, eso es culpa del candidato, no de los votantes”* Joseph Napolitan <https://www.linkedin.com/cc>  **Universidad Complutense de Madrid** [Enviar mensaje](#) [Más...](#) Miembro de **Universidad Complutense de Madrid**

# 11

## ACERCA DE

Lo primero que tienes que lograr en esta sección es llamar la atención de tu público objetivo.

Tienes muy pocos segundos para llamar su atención, si no lo logras no leerán el resto.

Luego tienes que dejar claro qué es lo que puedes hacer por ellos y cómo lo logras.

Y por supuesto, tiene que haber una llamada a la acción.

Es decir tienes que decirle, a quien lo está leyendo, cuál es el siguiente paso...

Hablar contigo, ver un webinar, visitar tu página web, etc.



# 12

## Recomendaciones:

- No tiene que hablar de ti, tiene que hablar de tu cliente ideal.
- Puedes responder a las siguientes preguntas para crearlo: qué, cómo y por qué.

## Ejemplo:

### Acerca de

Si vendes un servicios B2B, te puedes ayudar generar clientes consistentemente, para que puedas ayudar a más personas, ganar más dinero y dedicar más tiempo a hacer lo que te gusta. Todo sin complicaciones tecnológicas ni técnicas de venta agresivas.

Te ayudamos a...

- 1) Crear una oferta irresistible que solucione mejor que nadie los problemas de tus clientes.
- 2) A diseñar una conversación de ventas que convierta prospectos en clientes de una forma natural.
- 3) Crear un sistema que atraiga a las personas hacia ti, que cree una conexión con ellos y que te diferencie.

Para que un negocio basado en el trabajo con clientes sea exitoso necesitas saber solucionar un problema específico. Pero, siento desilusionarte, esto no es suficiente. Sí, lo primero es ser capaz de generar valor para otros, pero falta algo más.

Falta mostrar que eres capaz de solucionar los problemas de tus clientes. De nada sirve ser muy bueno en tu especialidad, si no tienes clientes. Necesitas tener demanda para tus servicios o productos.

Necesitas un método para obtener clientes. El método que utilizamos, logra que las personas o empresas que tienen un problema o necesidad, quieran contratar tus servicios o productos para solucionar o suplir su necesidad.

Si estás interesado(a) en triplicar tu ventas y atraer clientes premium en los próximos 60 días, sin complicaciones tecnológicas ni técnicas de venta agresivas...

Contacta conmigo directamente por LinkedIn o ve el taller en donde explico en detalle cómo obtener 10-21 citas de ventas altamente cualificadas mes tras mes sin pagar por publicidad.

<https://zumomarketing.com/taller-clientes-online/>

# 13

## OTRAS SECCIONES

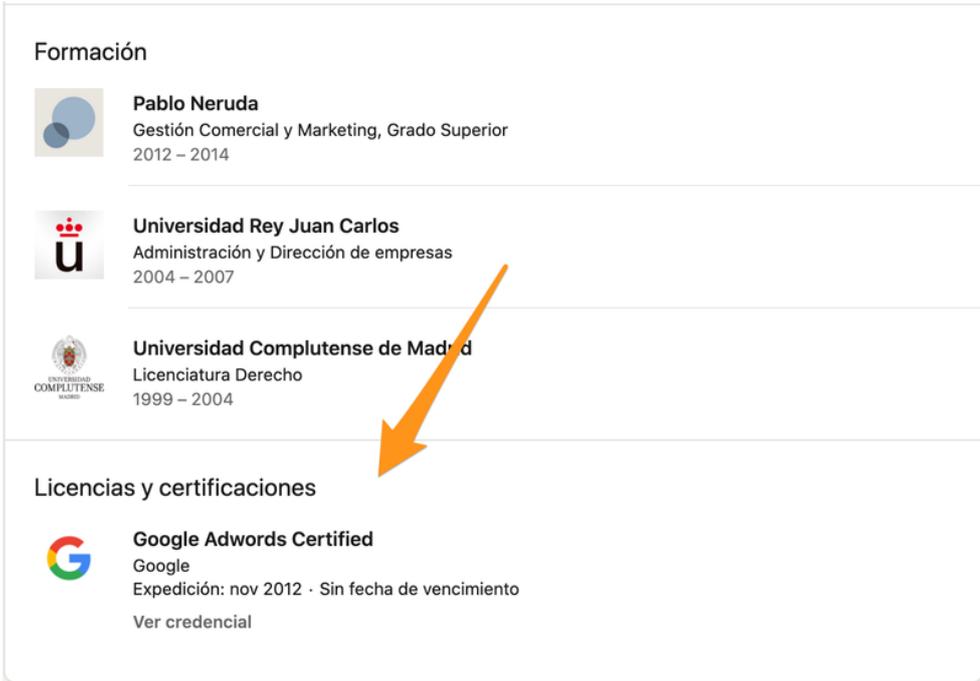
Si utilizas o quieres utilizar LinkedIn para generar clientes utiliza el resto de secciones de forma estratégica.

Por ejemplo, solo incluye las formaciones relevantes para tu objetivo actual. O si por ejemplo tu experiencia pasada no es relevante para tu objetivo actual puedes omitirlo.

Por el contrario, si tienes experiencias pasadas, títulos relevantes o certificaciones que ayudan a darte credibilidad...

Hazlos visibles.

Ejemplo:



**Formación**

-  **Pablo Neruda**  
Gestión Comercial y Marketing, Grado Superior  
2012 – 2014
-  **Universidad Rey Juan Carlos**  
Administración y Dirección de empresas  
2004 – 2007
-  **Universidad Complutense de Madrid**  
Licenciatura Derecho  
1999 – 2004

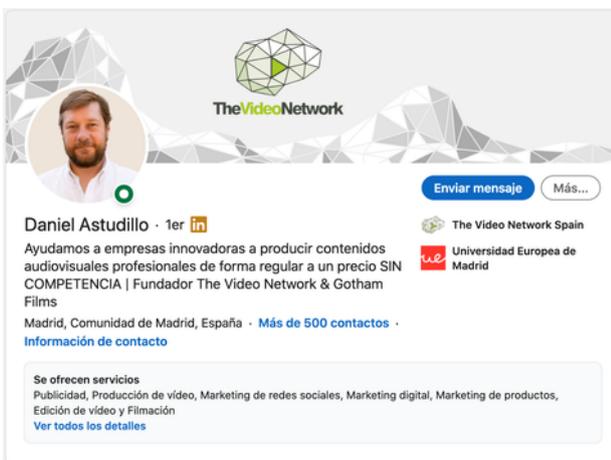
**Licencias y certificaciones**

-  **Google Adwords Certified**  
Google  
Expedición: nov 2012 · Sin fecha de vencimiento  
[Ver credencial](#)

# 14

## PERFILES OPTIMIZADOS

Algunos ejemplos de clientes de ZumoMarketing



**Daniel Astudillo** · 1er 

Ayudamos a empresas innovadoras a producir contenidos audiovisuales profesionales de forma regular a un precio SIN COMPETENCIA | Fundador The Video Network & Gotham Films

Madrid, Comunidad de Madrid, España · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)

**Se ofrecen servicios**  
Publicidad, Producción de vídeo, Marketing de redes sociales, Marketing digital, Marketing de productos, Edición de vídeo y Filmación  
[Ver todos los detalles](#)

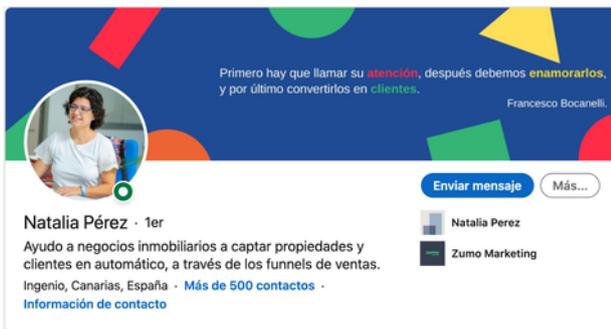


**Juan Carlos Fontcuberta** · 1er 

Ayudo a empresas técnicas a potenciar su músculo comercial y su rentabilidad sin sumar estructura o gasto / Coach ventas

Barcelona y alrededores · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)

**Se ofrecen servicios**  
Formación, Formación de directivos, Desarrollo de liderazgo, Consultoría empresarial, Integración de equipos, Negociación, Gestión de cambio estructural, Preparación de entrevistas, Formación corporativa y Coaching...  
[Ver todos los detalles](#)



**Natalia Pérez** · 1er

Primero hay que llamar su **atención**, después debemos **enamorarlos**, y por último convertirlos en **clientes**.  
Francesco Bocanelli.

Ayudo a negocios inmobiliarios a captar propiedades y clientes en automático, a través de los funnels de ventas.

Ingenio, Canarias, España · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)



**Luis Ríos** · 1er

"No puedes parar las olas, pero puedes aprender a surfear". Jon Kabat-Zinn.

Ayudo a profesionales exitosos a lograr una mente clara y enfocada para potenciar su rendimiento y lograr sus objetivos.

Madrid y alrededores · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)



**Romi Blanco García** · 1er

"Si crees que puedes, ya estás a medio camino."  
Theodore Roosevelt.

Ayudo a dueños de negocio a tomar el control de los números de su empresa, para que puedan tener un negocio rentable y duradero, sin tener que dedicar muchas horas a la administración ni renunciar a su vida familiar.

España · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)

**Se ofrecen servicios**  
Consultoría empresarial, Análisis financiero, Analítica empresarial y Asesoría fiscal  
[Ver todos los detalles](#)



**Charo Toscano** · 1er

"Si al final de una campaña los votantes no entienden aún lo que el candidato intenta decirles, eso es culpa del candidato, no de los votantes"  
Joseph Napolitano

Ayudo a organizaciones a que su mensaje llegue a los ciudadanos con marketing digital 2.0 | Consultora de Comunicación Política

Huelva, Andalucía, España · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)

# 15

## EN RESUMEN

Seré el primero en admitirlo...

No puedes convertirte en una máquina de generar clientes con LinkedIn de la noche a la mañana.

Debes esforzarte y estar activo en la plataforma.

Y tener una estrategia clara.

Pero tener un perfil optimizado es un buen primer paso.

Simplemente piensa en quién es tu cliente y adapta todo para atraer su atención, siempre manteniendo una coherencia con tu marca.

De esto se trata.

Ahora ve y adapta tu perfil.

*P.D.*

*Cuando lo hagas escíbeme por LinkedIn para "echarle un ojo".*

# 16

## ¿LISTO PARA MÁS?

Esta guía es solo una pequeña pieza del puzzle necesario para construir un sistema de captación de clientes B2B aprovechando el mundo digital.

En ZumoMarketing utilizamos un método con el que serás capaz de generar citas de ventas cualificadas y clientes consistentemente como un reloj, mes tras mes.

Es el camino completo.

Son 3 pasos:

El primer paso se basa en... EL FOCO

Asegurarte de tener una Oferta Irresistible. Un servicio o producto que solucione los problemas de las personas o empresas a las que te diriges.

El segundo... se basa en LA SIMPLICIDAD

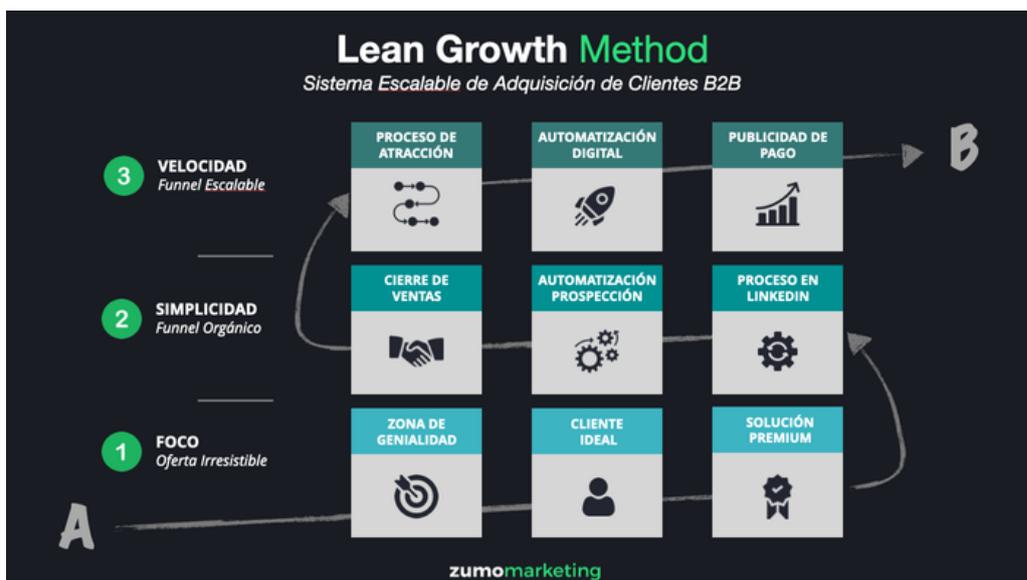
Crear un Funnel Orgánico con LinkedIn. Un Funnel o embudo Orgánico. Un proceso confiable y predecible que te genere un flujo constante y predecible de clientes sin necesidad de invertir en publicidad.

# 16

Y el tercero se basa en... LA VELOCIDAD

Crear un Funnel Escalable. Un embudo de marketing y ventas que te permita crecer rápidamente de forma extremadamente rentable. En el que cada euro o dólar que ingreses al sistema te regrese 5, 10 o 15.

Aquí puedes ver el método:



Es más fácil decirlo que hacerlo, lo sé.

Así que hice un taller que explica cómo hacerlo con el máximo detalle.

Puedes verlo haciendo click en el siguiente enlace:

[zumomarketing.com/taller-clientes-online](https://zumomarketing.com/taller-clientes-online)

¡Éxitos!

# ¿QUIERES CRECER TU NEGOCIO?

Ve el taller...

[zumomarketing.com/taller-clientes-online](https://zumomarketing.com/taller-clientes-online)

**zumomarketing**