



MÓDULO 2
2019

MÓDULO 2.

1 Comportamientos en LinkedIn.

- 1.1. Entender las vías por las cuales las empresas usan la red LinkedIn.
- 1.2. Formular una política de conexión.
- 1.3. Ver cómo funcionan los grados de conexión.
- 1.4. La clave de tu perfil está cuando realizas una búsqueda avanzada.
- 1.5. Usa palabras clave.
- 1.6. Tu foto debe ser profesional.
- 1.7. Añadir elementos visuales a tu perfil de LinkedIn.
- 1.8. El protocolo de LinkedIn.
 - 1.8.1. Incluye un párrafo sobre cómo te gustaría ser presentado.
 - 1.8.2. Para qué utilizas la introducción.
 - 1.8.3. Cuál es tu objetivo.
 - 1.8.4. Aporta valor para tener éxito.
 - 1.8.5. Agradece el tiempo que te dedican.
 - 1.8.6. Devuelve esa ayuda.
- 1.9. Comprender la importancia de cómo hacer recomendaciones.
 - 1.9.1. Haciendo uso de las notificaciones.
 - 1.9.2. Personaliza y ordena las actualizaciones de tu red.
- 1.10. LinkedIn no es distinto.

2 Optimiza el resultado de tus mensajes.

- 2.1. Las distintas formas de comunicarnos.
- 2.2. Estructura que debes aplicar a los mensajes o a un InMail.
 - 2.2.1. El asunto.
 - 2.2.2. La credibilidad.
 - 2.2.3. Descubrir sus Insight.
 - 2.2.4. CTA llamada a la acción.

3 Personalizar la petición a conectar.

- 3.1. Tipos de invitación.
- 3.2. Pasos que debes dar para personalizar tu invitación.
 - 3.2.1. Buscar.
 - 3.2.2. Conectar.
 - 3.2.3. Añadir nota.
 - 3.2.4. Público similar.
- 3.3. Personalizar tu invitación desde el móvil.

4 LinkedIn Sales Navigator y búsqueda avanzada.

- 4.1. Diferencias en la versión Premium.
- 4.2. La cuenta Premium de Sales Navigator.
- 4.3. Que hacer la primera vez que entras en Sales Navigator.
 - 4.3.1. Definir preferencias.
 - 4.3.2 Sincronizar CRM.
- 4.4.

Reconocimiento del escritorio.

4.4.1. Barra de texto

4.4.2. Buzón de mensajes.

4.4.3. Bloques del cuerpo.

4.4.3.1. El bloque uno.

4.4.3.2. Bloque dos o bloque central.

4.4.3.3. Bloque tres

4.5. Empezando a prospectar.

4.5.1. La caja de búsqueda.

4.5.2. La lupa.

4.5.3. Lead Builder.

4.5.4. Categorías cargos en empresa.

4.5.5 Tipos de mercado.

5 Tips de LinkedIn Sales Navigator.

5.1. Aprovecha al máximo los mensajes inMail.

5.2. Busca perfiles OpenProfile.

5.3. Filtro Teamlink.

5.4. Clonar a tus mejores prospectos.

5.5. Etiquetar a tu posible prospecto.

5.6. Mapea tu comité de compra.

5.7. Profundiza en tu mercado.

5.8. Encuentra prospectos que hayan compartido contenido.

5.9. Organiza tus leads.

5.10. Widget CRM.

5.11. Sincronizar Salesforce con Sales Navigator: preguntas frecuentes.

5.12. LinkedIn Premium

5.12.1 Professional.

5.12.2 Team. Team Link.

<https://www.linkedin.com/premium/switcher/sales>

6 Etiquetado básico prácticas. Prácticas.

7 Programas, herramientas y extensiones de Chrome.

7.1. Alexa.

7.2. AddToAny.

7.3. ByPath.

7.4. Boomerang.

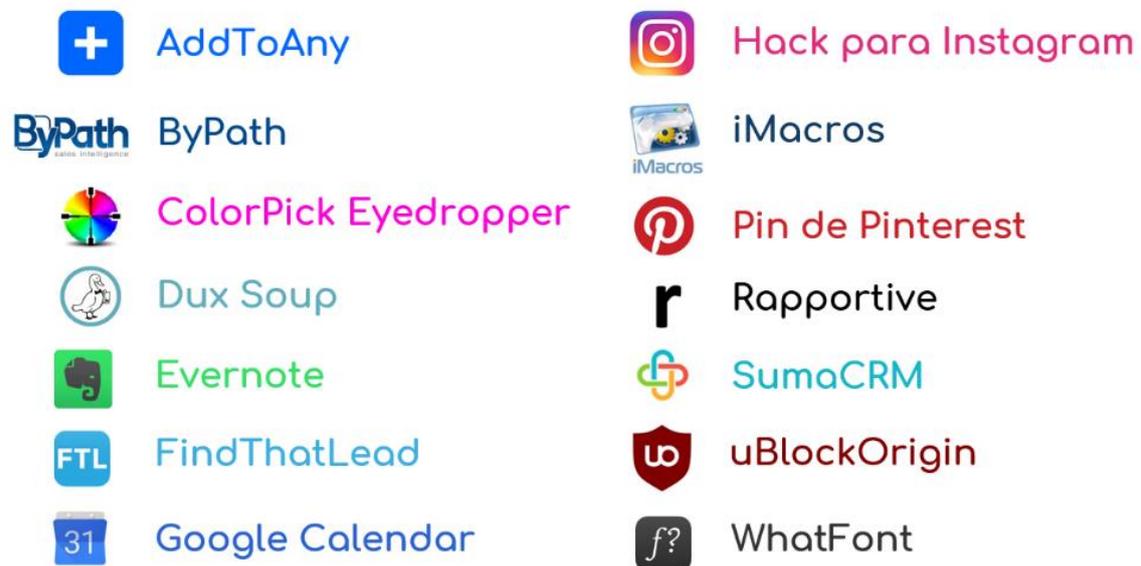
7.5. ColorPickEyedropper.

7.6. DuxSoup.

7.7. Evernote.

7.8. FindThatLead

- 7.9. Google Calendar.
- 7.10. Hangouts
- 7.11. I Macros.
- 7.12. Inbox de Gmail
- 7.13. Linked Herper
- 7.14. Loom
- 7.15. Pin de Pinterest.
- 7.16. Rapportive.
- 7.17. Similar web.
- 7.18. Streak CRM para gmail.
- 7.19. SumaCRM.
- 7.20. UBlockOrigin.
- 7.21. WhatFont.



8 Programas para implementar nuestro trabajo

- 8.1. Viwomail
- 8.2. Google Trends
- 8.3. Google Keyword Planner.
- 8.4. Google analytics
- 8.5. KW Finder
- 8.6. Alertas de google
- 8.7. Whostalkin.
- 8.8. Feedly
- 8.9. Scoop.it
- 8.10. Divr.it
- 8.11. Hootsuite
- 8.12. WiseStamp

- 8.14. MailTrack
- 8.15. Giphy Generador de Gif
- 8.16. Ágora pulse
- 8.17. Video Escribe

9 Apéndice: nuevas extensiones de Chrome 2019. IMPRESCINDIBLE.

1 Comportamientos en LinkedIn.

1 Comportamientos en LinkedIn.

En 2011 la empresa Facebook realizó un estudio denominado “Anatomy of Facebook” con todos los usuarios activos de su página en ese momento

721.000.000 miembros (alrededor del 10% de la población mundial) y se analizó el conjunto de amigos en común, para sacar el promedio de cuántos eslabones hay entre cualquier usuario y otro cualquiera.

De esta prueba se excluyó a celebridades y famosos. Los resultados mostraron que el 99,6% de pares de usuarios estuvieron conectados por 5 grados de separación. Esta es la prueba más cercana de la teoría a la fecha de hoy y da un resultado aproximado de 4,75 eslabones.

Hay 10 pautas que tienes que tener en cuenta para trabajar en LinkedIn son:

1.1. Entender las vías por las cuales las empresas usan la red LinkedIn. Debes entender cómo funciona y ver la red como parte de tu trabajo.

1.2. Formular una política de conexión. La red LinkedIn se basa en el marco de conocer a personas, por ello debes hacer lo posible por interactuar con tu red y tu mensaje debe ser personalizado porque es clave para la continuidad de la conversación.

1.3. Ver cómo funcionan los grados de conexión. LinkedIn te permite una funcionalidad clave y es la capacidad de visualizar los 3 grados de separación de otros usuarios de LinkedIn.

Las personas con las que conectas se convierten en conexiones de primer grado y las conexiones de primer grado de sus conexiones aparecen como conexiones de segundo grado.

Las conexiones de primer grado que tienen conexiones de segundo grado, para ti son tus conexiones de tercer grado.

Debes saber que el valor de la red está en tus conexiones de segundo grado.

1.4. La clave de tu perfil está cuando realizas una búsqueda avanzada. LinkedIn es un escaparate que está abierto siempre, si quieres que te busquen primero tendrás que dar opciones a que te encuentren, la búsqueda avanzada es primordial para que te localicen y debes asegurarte de que has optimizado las partes clave de tu perfil y que apareces en los resultados de búsqueda.

1.5. Usa palabras clave. Practica con el buscador de google, que palabras clave utilizan en tu sector al realizar búsquedas de tu producto. Descubre estas palabras en el desplegable que te da google.

1.6. Tu foto debe ser profesional, tu nombre y apellidos claros y tu título profesional debe indicar como ayudas a las empresas.

1.7. Añadir elementos visuales a tu perfil de LinkedIn. Tu perfil te brinda la posibilidad de agregar elementos visuales y es la forma de mostrar cuál es nuestra experiencia profesional, como videos, documentos pdf, etc...

1.8. El protocolo de LinkedIn Las introducciones son una de las funcionalidades principales que proporciona LinkedIn. Si solicitas una

introducción de contacto ten en cuenta esto:

- 1.8.1. Incluye un párrafo sobre cómo te gustaría ser presentado.
- 1.8.2. Para qué utilizas la introducción.
- 1.8.3. Cuál es tu objetivo.
- 1.8.4. Aporta valor para tener éxito.
- 1.8.5. Agradece el tiempo que te dedican.
- 1.8.6. Devuelve esa ayuda.

1.9. Comprender la importancia de cómo dar y recibir recomendaciones.

- 1.9.1. Haciendo uso de las notificaciones.
- 1.9.2. Personaliza y ordena las actualizaciones de tu red.

1.10. LinkedIn no es distinto, y esto es extensible a la mayoría de las redes sociales, al mundo real.

Todos hemos aprendido unos protocolos de respeto social, entiende la red de la misma manera.

2 Optimiza el resultado de tus mensajes.

2 Optimiza el resultado de tus mensajes.

2.1. Las distintas formas de comunicarnos. Todos tenemos una forma determinada de comunicarnos, pero LinkedIn nos brinda diferentes vías de hacerlo, ya sea para hacer una petición de conexión, para continuar la conversación una vez ya estamos conectados con esa persona, para escribir un InMail o bien para utilizar la mensajería interna de LinkedIn.

De forma paralela cuando alguien comparte o publica, una información tenemos una oportunidad para aportar valor y esto es primordial en ventas.

Si te dedicas a vender tienes distintas formas para comunicarte con tu cliente, aportando valor con un comentario que haga, aportando valor personalizando tu mensaje al conectar con él para que se interese en conectar contigo, escribiendo un mensaje que le haga conectar o hacerte una llamada, etc...

Un mensaje mal escrito es considerado por tu interlocutor como spam, está claro que lo que queremos con nuestro mensaje es que nuestro interlocutor lo abra y nos responda, y para ello debe contener un buen asunto.

2.2. Estructura que debes aplicar a los mensajes o a un InMail dirigido a un contacto de primer grado debe ser:

2.2.1. **El asunto:** Es la clave de la apertura del mensaje.

2.2.2. **La credibilidad:** Es muy importante como establecerla hablando de él y no de ti, que sienta interés por lo que puedas aportarle.

2.2.3. **Descubrir sus Insight y qué le ofreces para solucionarlos:** *Anglicismo que hace referencia a una motivación profunda del consumidor en relación a su comportamiento hacia un sector, marca o producto. Se basa en percepciones, imágenes o experiencias del consumidor con la marca. Término que hace referencia a la psicología del consumidor, importante en marketing directo para conectar con el consumidor de forma individual y que se sienta identificado con el mensaje propuesto y que actúe en consecuencia.*
Fuente: Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo

Es la parte más difícil y es donde se decide, debes observar su perfil de empresa, la información y noticias de la empresa y qué oportunidades y soluciones le puedes aportar a sus posibles problemas.

2.2.4. **CTA Es una llamada a la acción** haciendo que tu prospecto mueva ficha para que se genere una llamada o una visita.

3 Personalizar la petición a conectar

3 Personalizar la petición a conectar

3.1. Tipos de invitación.

Antes de conectar con una persona en LinkedIn debes mirar su perfil. Es lo primero que hará ella antes de aceptar tu invitación, es mirar si has visualizado su perfil.

Las invitaciones pueden ser standard o personalizadas, esta última es importante para que nos guíe hacia un siguiente paso que es la conversación que queremos iniciar una vez hayamos conectado con esa persona.

Podríamos definir el mensaje standard como un mensaje pasivo y el mensaje personalizado como un mensaje proactivo.

Para el mensaje personalizado o proactivo debes tener una estrategia, ya que cuando envíes un mensaje para conectar debes de darle a la otra parte algo de su perfil que sea reactivo y proactivo para que acepte tu invitación.

3.2. Pasos que debes dar para personalizar tu invitación.

3.2.1. Buscar. Busca la persona a la que quieres pedir petición para conectar.

3.2.2. Conectar. Una vez hayas entrado en su perfil pulsa el botón de conectar.

3.2.3. Añadir nota. Te saldrá un mensaje por omisión, ignóralo y pulsa "añadir una nota", aquí es donde debes poner tu mensaje personalizado con una extensión máxima de 300 caracteres.

3.2.4. Público similar. Una vez hayas enviado el mensaje te saldrán otras posibles personas para conectar, siempre que conectes con ellas sin mirar su perfil el mensaje enviado será el standard de LinkedIn, añadiendo 0 valor a tu invitación, no debes hacerlo.

3.3. Personalizar tu invitación desde el móvil.

Busca la persona a la que quieres pedir petición para conectar. No pulses el botón de conectar, debes esperar porque te enviará la petición de conexión sin personalizar.

Dentro del perfil de la persona verás tres puntos en forma vertical arriba a la derecha, si pinchas en ellos, pulsa la segunda opción que es "personalizar la invitación".

4 LinkedIn Sales Navigator y búsqueda avanzada.

4 LinkedIn Sales Navigator y búsqueda avanzada.

Son tantos los cambios introducidos últimamente en Sales Navigator que recomiendo dar preferencia a la vista de los videos.

4.1. Diferencias en la versión Premium. Para entrar en Sales Navigator, cuando entres en tu perfil debajo de los 4 iconos que figuran en la parte superior derecha, verás que debajo te figura el texto *"prueba una cuenta premium gratis"*.

Tienes 30 días para probar la cuenta, te saldrán 4 cuadros y en el nº 4 de color morado, verás que están identificados por colores, es el que corresponde a Sales Navigator.

Su coste mensual es de unos 60,00€ + IVA, con 30 días gratis.

LinkedIn Sales Navigator es la versión Premium de LinkedIn para fuerzas de ventas o equipos comerciales y es diferente a la versión gratuita.

Es diferente porque te da tres datos de forma directa que son:

- Datos de tu red de contacto.
- Información de Internet y qué relevantes son las empresas de tu red.

- Tus cuentas, personas y contenidos en base a tus preferencias.

Estos 3 inputs unidos ponen a tu alcance una unión de contenidos para que puedas empezar a extraer valor y ponerte manos a la obra.

Tus cuentas, me refiero a empresas, las personas de tu red, así como tus preferencias identificadas, ponen a tu alcance un filtro que es solamente lo que a ti te interesa y te aporta de verdad valor.

4.2. La cuenta Premium de Sales Navigator te da:

- 20 inMails para cuentas particulares y 30 para cuentas de empresa.
- Los 3 inputs.
- **Búsqueda avanzada.** Es la herramienta más potente para realizar búsquedas. Quién ha visto tu perfil. En la versión Premium ves las personas que han visto tu perfil en los últimos 30 días y con una profundidad mucho mayor que la versión gratuita, en la que solo ves cinco.
- **Búsquedas de perfiles de forma ilimitada**, perfiles de tu primero, segundo, tercer nivel y de conexión, así como los grupos.
- LinkedIn te ofrece **recomendaciones de posibles** clientes, así como de toda la actividad de personas que tengas guardadas para realizar el seguimiento.

4.3. Que hacer la primera vez que entras en Sales Navigator.

4.3.1. Definir preferencias.

Lo primero que debes completar son los datos con tus preferencias para que tengas unos parámetros organizados para las búsquedas.

Consiste en 4 datos principales y que siempre que quieras podrás cambiar, actualizar o incluso borrar y poner nuevos.

Estos parámetros consisten en: La región, la industria, la función y cargo. Recuerda que estas preferencias puedes modificarlas para acotar más tu target, al cual vas destinado.

4.3.2 Sincronizar CRM.

Una vez completes las preferencias, te pedirá más abajo si quieres sincronizarlo con algún CRM, en este caso te dirá si quieres sincronizar con Sales Force.

Si dispones de Sales Force, debes familiarizarte antes con la herramienta antes de hacer cualquier sincronización con este CRM, teniendo en cuenta que los leads de Sales Force, deben de estar asignados a ti para poder integrar toda la información de LinkedIn con tu CRM.

Si no dispones del CRM Sales Force, no hay problema, continuas con tu proceso de completar las preferencias y listo.

Una vez continuemos con el proceso de preferencias, te pedirá que

compruebes la cuenta de correo donde quieres recibir las notificaciones.

Un ejemplo, si haces una búsqueda de una persona y lo salvas como lead, es decir, como posible cliente, toda actualización que haga a esa persona, ya sea publicar contenido, compartir, darle likes u otros, recibirás una notificación por inMail. Dispondrás en Sales Navigator de toda la información con toda la monitorización de esa persona.

Esta acción te facilita estar informado en todo momento sobre lo que está haciendo tu prospecto y de forma adicional la recibes por inMail.

Puedes ver que, en función de las cuentas, empresas en este caso o leads, posibles clientes o personas que des de alta para monitorizarlos, estás centrándote en tu target de clientes y cuentas y sólo actúas en base a sus cambios de estado, publicaciones...

4.4. Reconocimiento del escritorio.

Una vez que selecciones tus preferencias, ya tienes tu escritorio y puedes comenzar a trabajar.

4.4.1. Barra de texto. Lo primero que vas a ver es una barra de texto que contiene inicio, cuentas (empresas), posibles clientes (personas), gestión de licencias (más enfocada a un administrador) y buzón de mensajes.

4.4.2. Buzón de mensajes.

El buzón de mensajes de LinkedIn es totalmente diferente al buzón de mensajes de Sales Navigator, así que dispones de dos buzones.

Si te das de baja de Sales Navigator, pierdes toda la información que contiene ese buzón, así como los mensajes incluidos dentro de ese buzón.

4.4.3. Bloques del cuerpo.

Lo segundo que vas a encontrar son tres bloques y a medida que guardes leads (personas o empresas) verás que podrás filtrar e identificar estos tres bloques de información.

4.4.3.1. El bloque uno contiene filtrado de actualizaciones, donde podrás ver las más importantes o las más recientes, además podrás ver por tipo y qué contiene, cambio de empleo, podrás ver dentro de tu red si alguien cambió de empleo y felicitarlo, posibles clientes sugeridos, por ejemplo, si tienes un rango de perfil te aparecerán similares a ese perfil, noticias de posibles clientes compartido por posibles clientes, noticias de empresa, vas enterarte de toda la información que publican esas empresas que te interesan.

4.4.3.2. En el bloque dos o bloque central aparecerá todas las actualizaciones de las empresas y personas que hemos guardado.

4.4.3.3. En el bloque tres se encuentran otros subgrupos de información que contiene:

- Me permite compartir una actualización, ya sea a nivel global o solo para mi red de contactos.
- Tienes tu SSI siempre visible y debajo el número de personas que hayan visto tu perfil en los últimos 3 días, y debajo encuentras las visualizaciones recientes que realizaste a personas o empresas.
- Para realizar búsquedas tenemos que profundizar en Lead Builder, la herramienta de búsqueda más potente de LinkedIn Sales Navigator.
- Lead Builder es totalmente diferente a la herramienta de búsqueda de LinkedIn, **el potencial es de hasta 23 filtros.**

4.5. Empezando a prospectar.

Para buscar o prospectar tienes dos vías:

- Por prospecto (persona)
- Por empresa.

Dentro de estas dos vías tienes 3 formas de búsqueda y cada una de ellas cada vez con mayor precisión.

4.5.1. La caja de búsqueda. Tecleando directamente la caja de búsqueda, ejemplo busca el nombre Carmelo, buscará todos los Carmelo que hay dados de alta en LinkedIn. Si no filtras o segmentas, por mucho que busques un nombre no extraerás el valor que necesitas.

El primer filtro será si quieres buscar por persona o por empresa. Si buscas por persona, aparecen una serie de filtros que comienzan desde palabras clave, seguido de ubicación, relación primer grado, segundo grado, tercer grado o grupos.

Y a continuación empresa, puedes buscar por empresa actual, empresa anterior, actual o anterior y actual no anterior.

Otros filtros de los que dispones son sector, tamaño de empresa, función, cargo, nivel de antigüedad, la profundidad de filtros es muy grande y puedes añadir todavía más filtros.

4.5.2. Avanzada.

La opción número 2, es la mejor, es la búsqueda avanzada de LinkedIn Sales Navigator.

Un ejemplo para que veas hasta donde llega, imagina que quieres vender los servicios de una empresa, para ello irás a localizar a los CTOs de esa empresa e introducirás los siguientes parámetros:

- "Introduce la palabra clave", y pondrás CTO, puedes buscar palabras clave booleanas.
- La ubicación, en la que pondrás España.
- Relación, le dirás que busque en 2º y tercer grado.
- Seleccionarás el sector Vgr^a: software y telecomunicaciones.
- En función, seleccionarás por ejemplo tecnologías de la información.
- En el cargo seleccionarás CTO
- En el nivel de antigüedad, Director.

Una vez introducidos estos parámetros saldrá un número de resultados total: 150.

4.5.3. Categorías cargos en empresa.

Cuando hablamos de **CEO, CFO, CIO, y otras siglas** nos referimos a los principales altos cargos de una empresa. Si bien los hispanohablantes tenemos diferentes nombres para estos puestos de trabajo, actualmente se usan las siglas procedentes del inglés. En este artículo definiremos qué tipo de cargos son y qué función tienen.

- **CEO** (Chief Executive Officer). Consejero delegado o director ejecutivo, es el **máximo responsable de la gestión y dirección administrativa de la empresa**. Podría decirse que el CEO es el pilar de la empresa, ya que es el fundador y quien formula el propósito, la visión y la misión de la compañía. Asimismo, conecta el negocio con el mercado, tiene la última palabra en cuanto a decisiones de presupuestos e inversiones y dirige las estrategias de la empresa para que alcance sus objetivos. La palabra que más le define sería probablemente "líder", ya que guía al equipo, remueve obstáculos y provee recursos.
- **COO** (Chief Operating Officer). Director de Operaciones, **supervisa cómo está funcionando el sistema de creación y distribución de los productos** de la empresa para asegurarse de que todos los sistemas funcionen bien. Muchas veces trabajar como CCO sirve de entrenamiento para la posición de CEO: es un paso natural, puesto que el director de operaciones ya entiende la misión y los objetivos de la empresa y es la mano derecha del director ejecutivo.
- **CMO** (Chief Marketing Officer). Es el responsable de las actividades de Marketing, que incluyen **la gestión de ventas, el desarrollo de productos, la**

publicidad, estudios de mercado y servicio al cliente. Su principal preocupación es mantener una relación estable con los clientes finales y comunicarse con todos los demás departamentos para que se involucren en las actividades de Marketing.

- **CFO** (Chief Financial Officer). Director Financiero, se encarga de la planificación económica y financiera de la compañía. **Es quien decide la inversión, la financiación y el riesgo con el objetivo de conseguir que aumente el valor de la empresa** para sus propietarios (ya sean accionistas o socios). Aporta el conocimiento financiero, contable y en general una mirada analítica al negocio. En muchos casos también es el consejero de asuntos estratégicos para el CEO.
- **CIO** (Chief Information Officer). Responsable de los sistemas de tecnologías de la información de la empresa a nivel de procesos y desde el punto de vista de la planificación. El CIO analiza **qué beneficios puede sacar la empresa de las nuevas tecnologías**, identificar cuales le interesan más a la compañía y evaluar su funcionamiento. Se centra en la mejorar la eficiencia de los procesos internos con el fin de garantizar una comunicación efectiva y mantener la organización funcionando de manera eficiente y productiva
- **CTO** (Chief Technology Officer). Responsable técnico del desarrollo y el correcto funcionamiento de los sistemas de información desde el punto de vista de la ejecución. Generalmente es el **responsable del equipo de ingeniería y de implementar la estrategia técnica** para mejorar el producto final. A veces **pueden confundirse los puestos de CTO y CIO**, puesto que en algunas empresas comparten tareas. La diferencia clave es que un CIO se centra en los sistemas de información (flujo de trabajo de comunicación), con el objetivo de aumentar la eficiencia, mientras que un CTO es el responsable de la estrategia tecnológica orientada a mejorar el producto final.
- **CCO** (Chief Communications Officer). Se encarga de manejar la **reputación corporativa**, contactar con los **medios de comunicación** y desarrollar las estrategias de **Branding**. Conoce a los medios y tiene buena relación con ellos para que la marca sea visible y, siempre que sea posible, esté relacionada con mensajes positivos. El CCO debe jugar un papel relevante en su gestión de la

comunicación para que la imagen corporativa sea buena o, en otras palabras, que la opinión de los clientes potenciales sea favorable.

- **CDO (Chief Digital Officer).** Director Digital.

4.5.4. Tipos de mercado.

- **B2C Business to Consumer.** Ventas realizadas por una a empresa a un particular.
- **B2B Business to Business.** Cuando la relación entre cliente y proveedor es entre dos empresas.
- **H2H Human to Human.** Relación de compra-venta entre dos personas.

Empieza tu búsqueda avanzada de posibles clientes 0 resultados **Búsqueda** x

Filtros principales

Palabras clave <input type="text" value="Introduce palabras clave..."/> x	Ubicación +	Relación +
Empresa Actual ▾ +	Sector +	Empleados en la empresa +
Función +	Cargo Actual ▾ +	Nivel de antigüedad +
Etiqueta +		

Otros filtros

Código postal +	Universidad +	Grupos +
Años en el puesto actual +	Años en la empresa actual +	Años de experiencia +
Empresa anterior +	Tipo de empresa +	Nombre +
Apellidos +	Idioma del perfil +	Miembro desde +
Palabras clave de contenido publicadas <input type="text"/>		

De forma adicional Sales Navigator te aportará más valor y te dice que 4 personas de esos 150 han cambiado de empleo en los últimos 90 días (aquí ya tienes 4 leads para atacar) y 5 personas han sido mencionadas en noticias sobre su empresa, esta información tiene mucho valor para comenzar una

conversación con un posible prospecto.

Y de las 150, 15 de ellos han publicado recientemente en LinkedIn, cosa muy importante porque en base de lo que hayan escrito, puedes comentar y aportar valor para tener engagement.

De todos los perfiles vistos en cada uno de ellos tienes dos llamadas a la acción:

- **Guardar como posible cliente**, para que te figure en la pestaña de posibles clientes.
- Donde aparecen 3 puntos que puedes hacer: **"conectar"** con ellos (puedes escribir un mensaje mayor al que te da la versión gratuita), **"ver el perfil"** (en la búsqueda no has visto aún el perfil de esa persona) y **"ver similares"** (te da recomendaciones de otros perfiles similares al que has seleccionado).
- Y como última opción te permite **enviar un mensaje InMail**, un mensaje InMail es poder enviarle un mensaje directo a un contacto que no está dentro de tu red sin que sea de tu primer nivel. Los mensajes InMails no tienen límite, puedes enviarle uno a un CEO si el receptor te contesta.

LinkedIn te premia y te devuelve ese InMail como crédito si percibe que aportas valor, aportar valor implica que esa persona al cuál le envías el InMail te da una contestación.

Toda la información que tienes de las personas que buscas te da diferentes filtros y parámetros para que puedas interactuar con ellos.

Concretando, de los 150 resultados te guardas las 2 primeras personas dentro de la pestaña de posibles clientes, además de guardar las 2 empresas dentro de cuentas.

Las primeras cuentas que te saldrán cuando entres serán estas dos que has guardado y las dos personas, en total 4 registros.

De forma adicional, si vuelvo a la página de los 150 registros, te dirá que dos han sido guardados y si has visto el perfil de alguno te saldrá un icono con un ojo, donde te alerta que ya has visto ese perfil.

Una vez tengas la lista de los 150 registros debes guardar la búsqueda, pulsa en guardar y recuerda que cualquier cambio que ocurra en base a ese filtro recibirás una notificación, ya sea diaria, semanal o mensual.

De esta forma adicional, esta búsqueda te permite siempre volver a ella de forma rápida y acceso a todos los datos.

5 Tips de LinkedIn Sales Navigator.

5 Tips de LinkedIn Sales Navigator.

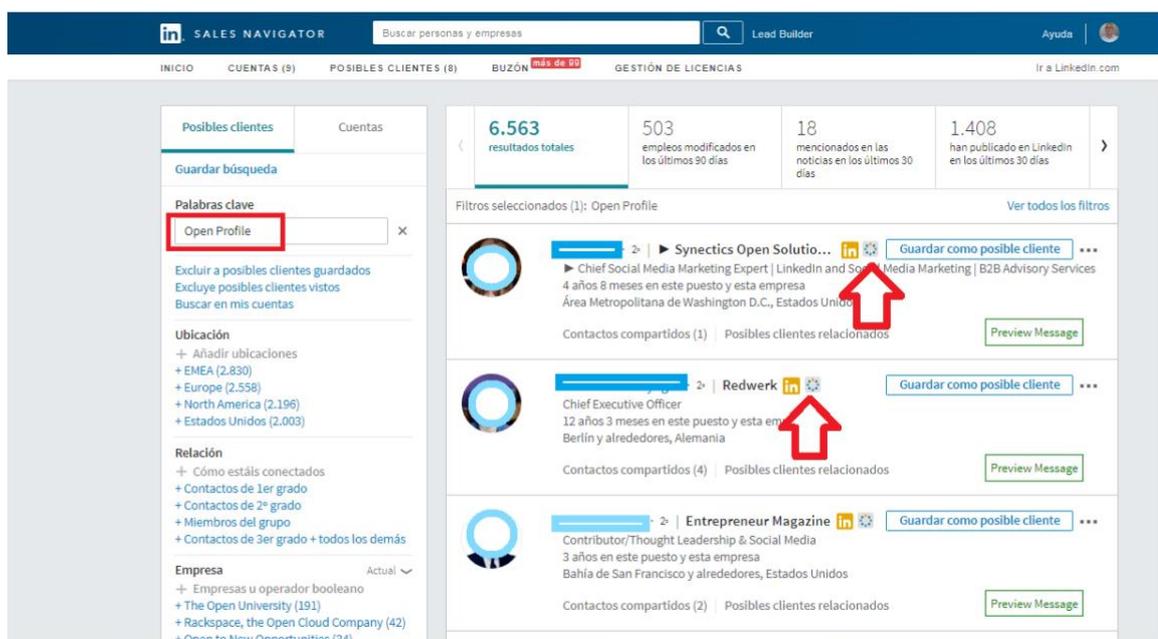
5.1. Aprovecha al máximo los mensajes inMail: es un tipo de mensaje directo que puedes enviar a un contacto de 2º o 3er grado sin tener que estar conectado con él.

Es una forma directa de aportar valor, ya que si hay respuesta por el lado de tu interlocutor, LinkedIn le devuelve ese email porque considera que es una conversación que genera interés, porque hay respuesta en la misma.

Las cuentas de empresa que tienen una licencia única tienen acceso a 15 inMail, en cambio las cuentas individuales, por ejemplo, suscripciones de forma personal, solo tiene acceso a 15 inMail.

5.2. Busca perfiles OpenProfile.

Si necesitas enviar más mensajes inMail, tienes que seleccionar un target de personas que tenga disponible Open Profile, círculo con diferentes estrellas que figura a la derecha del nombre. Al tener Open Profile no computan los mensajes inMail, con lo cual puedes extender tu envío de mensajes a este tipo de perfil.



The screenshot shows the LinkedIn Sales Navigator interface. At the top, there's a search bar with 'Buscar personas y empresas' and a 'Lead Builder' button. Below the search bar, there are navigation tabs: 'INICIO', 'CUENTAS (5)', 'POSIBLES CLIENTES (8)', 'BUZÓN más de 90', and 'GESTIÓN DE LICENCIAS'. On the right, there's an 'Ayuda' button and a user profile icon.

The main content area is divided into two columns. The left column contains search filters: 'Palabras clave' (with 'Open Profile' entered and highlighted by a red box), 'Ubicación' (with options like EMEA, Europe, North America, and Estados Unidos), 'Relación' (with options like 'Contactos de 1er grado', 'Contactos de 2º grado', etc.), and 'Empresa' (with options like 'The Open University', 'Rackspace', etc.).

The right column shows search results. At the top, there are statistics: '6.563 resultados totales', '503 empleos modificados en los últimos 90 días', '18 mencionados en las noticias en los últimos 30 días', and '1.408 han publicado en LinkedIn en los últimos 30 días'. Below these are filters: 'Filtros seleccionados (1): Open Profile' and 'Ver todos los filtros'. The results list three profiles:

- Synectics Open Solutio...**: Chief Social Media Marketing Expert | LinkedIn and Social Media Marketing | B2B Advisory Services. 4 años 8 meses en este puesto y esta empresa. Área Metropolitana de Washington D.C., Estados Unidos. 'Open Profile' icon (circle with stars) is highlighted with a red arrow.
- Redwerk**: Chief Executive Officer. 12 años 3 meses en este puesto y esta empresa. Berlín y alrededores, Alemania. 'Open Profile' icon is highlighted with a red arrow.
- Entrepreneur Magazine**: Contributor/Thought Leadership & Social Media. 3 años en este puesto y esta empresa. Bahía de San Francisco y alrededores, Estados Unidos.

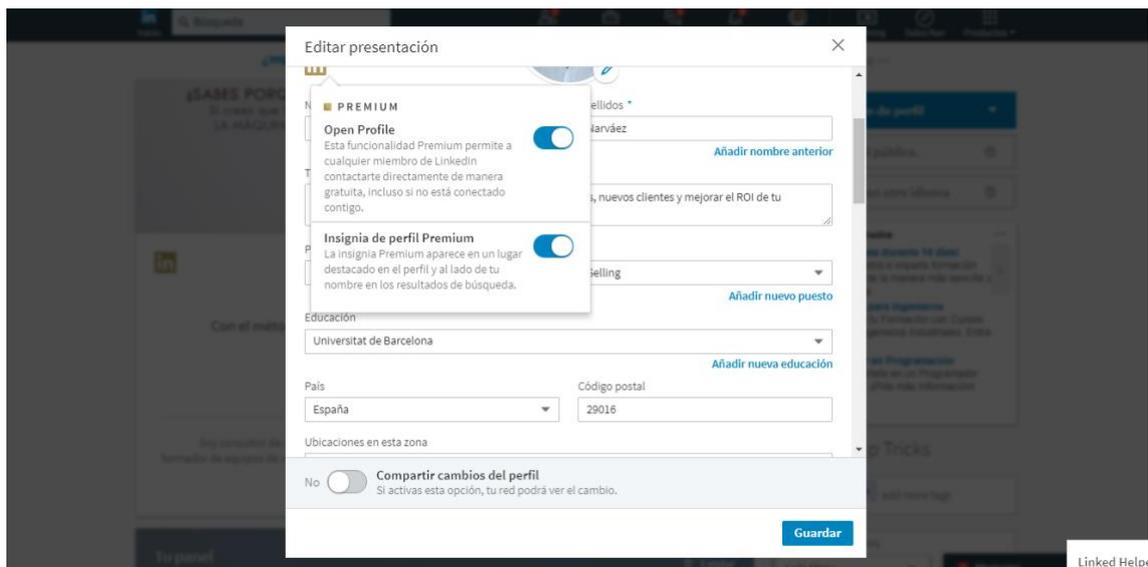
 Each result has a 'Guardar como posible cliente' button and a 'Preview Message' button.

La funcionalidad Premium Open de perfil, cualquier persona en LinkedIn para contactar con un miembro Premium gratis, incluso si no tenga cuenta en la red del remitente. Todos los miembros de LinkedIn pueden ver los perfiles completos de los usuarios Premium que han activado Open Profile. Para ser un miembro de Open Profile, debe tener una suscripción Premium.

Open Profile permite a otros miembros de LinkedIn enviarte mensajes sin ningún coste, sin utilizar inMail. Para ello, primero tendrás que activar la visibilidad de perfil Premium.

Una vez que hayas activado la visibilidad Premium perfil, tienes para asegurarte de que puedes aceptar mensajes de Open Profile:

- Haz clic en el Me icono en la parte superior de tu página de inicio de LinkedIn.
- Selecciona Ver perfil.
- Haz clic en el Editar icono en la esquina de tu perfil, a la derecha de tu foto.
- En el logotipo dorado de LinkedIn en la parte superior izquierda de la ventana emergente, haz clic en el Editar icono.
- Junto a Open Profile, cambiar la activación a la derecha para permitir que cualquier usuario de LinkedIn enviarte mensajes aunque no están conectados contigo. Cambiar la activación a la izquierda para desactivar a esta configuración.
- Pulsa en Guardar.



5.3. Filtro Tealink: Según LinkedIn, tienes 5 veces más posibilidades de generar un nuevo lead si haces uso de Tealink.

Tealink te ayuda a encontrar el camino más rápido para conectar con una nueva persona, mostrándote las mejores rutas a través de tus contactos directos o incluso a través de los contactos de tu misma empresa.

Lo que hace Tealink es cruzar datos sobre tus contactos, pero además rastrea sobre un grupo de personas que tienen una cuenta *Premium* de empresa. En definitiva, se trata de acortar el proceso dándote alternativas para localizar la mejor forma de conexión.

Teamlink está disponible sólo para cuentas de empresas de LinkedIn Sales Navigator, si tu cuenta Premium es particular no tienes acceso a Teamlink.

5.4. Clonar a tus mejores prospectos: ¿Te imaginas poder clonar a tu Buyer persona? Localiza un prospecto, me refiero a persona, y una vez listado a la derecha de nombre de perfil, te aparecerán 3 puntos, lo que tienes que hacer es hacer clic en esos 3 puntos para buscar similares y ya está, ya tienes un clon de tu prospecto, con lo cual sabes por donde atacar.

5.5. Etiquetar a tu posible prospecto: Lo mismo no es el momento de clonar a tu prospecto, pero sí de darle un seguimiento futuro a esa persona que consideras relevante y que se asemeja al Buyer persona que tienes seleccionado.

En este caso, en la misma búsqueda que realizaste en el paso anterior, pulsa en los 3 puntos que te aparecen a la derecha, en su nombre y selecciona etiquetar.

Por omisión LinkedIn te da 6 etiquetas, Cliente, Decisor, Seguimiento, Alto potencial, Influencers y Oportunidad.

Si quieres tú te puedes crear las etiquetas que quieras, por ejemplo, crear etiquetas por campañas que sean las mismas que tienes en tu CRM, es decir, en el CRM dentro de la campaña puedes incluir un link, la URL de la persona que te lleve directamente a la lista de las personas que etiquetaste.

5.6. Mapea tu comité de compra: Tener un Lead es importante pero no suficiente porque en un proceso de compra hay una media de 5,4 personas involucradas, con lo cual tienes que conocer lo máximo de ellas.

Primero el organigrama y segundo ir un paso por delante sabiendo quienes serán los otros interlocutores que participaran del proceso de compra, para ello debes mapear quién es el comité de compra o como es el organigrama de esa empresa y aprovechando cada reunión con tu cliente, contrasta toda tu labor de búsqueda que previamente realizaste.

5.7. Profundiza en tu mercado: ¿Quieres saber qué está ocurriendo en tu mercado? Lo primero que debes hacer es guardar a tu empresa como cuenta, una vez la guardas a tu derecha verás 3 puntos, si haces clic en los "en ellos" verás un desplegable que te da acceso a ver similares a tu empresa.

Pincha en "**similares**" y tendrás acceso a todas las empresas similares a la tuya, tú mejor que nadie conoces tu mercado, así que guarda tus máximos competidores como conductores de información sobre lo que está ocurriendo en tu mercado.

5.8. Encuentra prospectos que hayan compartido contenido: Recuerda que todas las búsquedas de prospectos que tengas guardadas, puedes tener acceso a conocer quién ha publicado en LinkedIn en los últimos 30 días.

Si quieres dar comienzo a una conversación con un posible prospecto, lo primero que deberás hacer es aportar valor interactuando ofreciendo información.

Para ello hay dos formas, uno, dando un **like** a la noticia que haya compartido tu prospecto y dos, ir un paso más allá y además de dar un **like** poner un comentario que aporte valor.

Si quieres que la persona quede notificada de forma inmediata sobre tu comentario de valor, en tu texto **tienes que añadir @ seguido de su nombre.**

5.9. Organiza tus leads: Sales Navigator le da acceso de forma rápida a la organización de las cuentas, para ello añadió hace poco el acceso rápido a notas y etiquetas. Esta acción te permite que tengas información a medida y tengas mayor efectividad en tu flujo de trabajo.

5.10. Widget CRM: LinkedIn Sales Navigator te permite monitorizar información que ya tienes en tu CRM, como Sales Force. Esta implementación de Sales Navigator con el CRM de Sales Force requiere la validación del administrador de la cuenta del profesional de Sales Navigator.

5.11. Sincronizar Salesforce con Sales Navigator: preguntas frecuentes

Sincronizar Salesforce con Sales Navigator te ahorra tiempo al importar automáticamente tus cuentas y contactos, así como al sincronizar continuamente con Salesforce a medida que añades nuevas cuentas y contactos.

Averigua más haciendo clic en uno de los siguientes enlaces:

- [Sincronizar Salesforce con Sales Navigator](#)
- [Datos de Salesforce sincronizados con Sales Navigator](#)
- [Cuentas y contactos de Salesforce sincronizados con Sales Navigator](#)
- [Frecuencia de la sincronización de Sales Navigator con Salesforce](#)
- [Eliminar una sincronización de Salesforce con Sales Navigator](#)
- [Privacidad de los datos de Salesforce sincronizados con Sales Navigator](#)
- [No se ha importado ninguna cuenta después de sincronizar Salesforce con Sales Navigator](#)
- [¿Qué hago si veo un mensaje de error cuando sincronizo Salesforce con Sales Navigator?](#)

5.12. LinkedIn Premium

5.12.1 Professional. Tipos de cuenta:

<https://www.linkedin.com/premium/switcher/sales>
5.12.2 Team. TeamLink.

Los clientes que tienen una cuenta de Sales Navigator Team tienen también acceso a TeamLink, que es una herramienta que te permite ver y buscar los contactos de los miembros de tu equipo. TeamLink utiliza el poder de la red de tu equipo profesional para ayudarte a encontrar la mejor manera de contactar con un posible cliente:

1. Podrás ver los titulares de licencia de Sales Navigator en tu cuenta de equipo que son contactos de 1er grado a posibles clientes, incluso si no estás conectado a tu compañero de equipo.
2. Verás si alguien en tu empresa ha trabajado en el mismo lugar durante el mismo periodo que un posible cliente.

Gracias a la red ampliada de tu equipo, puedes ver fácilmente quién puede ayudarte a conectar con posibles clientes y lograr una presentación cordial. Nota: tus compañeros tendrán el mismo acceso a tus contactos.

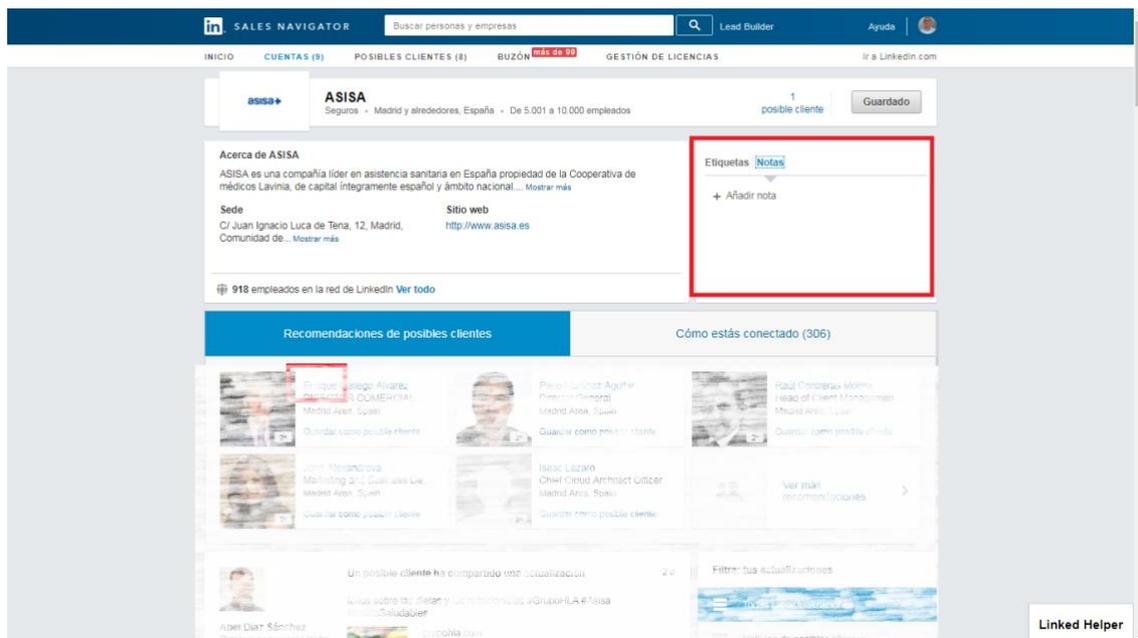
El filtro de búsqueda para contactos de TeamLink te permite a los posibles clientes de objetivo con el mejor modo de hacerlo.

Cuentas de Sales Navigator Team tengan acceso a TeamLink grupos, o un contrato de cross TeamLink, que te permite conectar varios contratos y amplía notablemente al conjunto de contactos de calidad.

Ayuda de LinkedIn.

6 Etiquetado básico prácticas.

6. Etiquetado básico prácticas.



The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface for the company ASISA. The top navigation bar includes 'SALES NAVIGATOR', a search bar, and 'Lead Builder'. The main header shows navigation options: 'INICIO', 'CUENTAS (8)', 'POSIBLES CLIENTES (8)', 'BUZÓN más de 90', and 'GESTIÓN DE LICENCIAS'. The company profile for ASISA is shown, including its name, location (Madrid), and employee count (5,001 to 10,000). A red box highlights the 'Etiquetas' (Tags) section, which currently contains a '+ Añadir nota' (Add note) button. Below the company profile, there are sections for 'Recomendaciones de posibles clientes' (Recommendations of potential clients) and 'Cómo estás conectado (306)' (How you are connected). The 'Recomendaciones' section shows several profiles with options to 'Guardar como posible cliente' (Save as potential client). The 'Cómo estás conectado' section shows a list of connections, including 'Rafael Contreras Moreno' and 'Ver más recomendaciones' (View more recommendations). At the bottom, there is a 'Linked Helper' button.

Práctico.

7 Programas, herramientas y extensiones de Chrome.



Imprescindible.



Te va a cambiar la vida.

7. Programas, herramientas y extensiones de crome.

Qué es una extensión de crome **Acerca** de las extensiones: son aplicaciones o pequeños programas que una vez instalados en el propio navegador facilitan la experiencia de usuario. En definitiva, son funciones adicionales que puedes añadir fácilmente a los navegadores web.

[Ayuda de Web Crome Store](#) [Cómo instalar una extensión.](#)

7.1. Alexa.

Ranking de tu página en internet. Lee este post.

<https://norfipc.com/internet/instalar-barra-alexa-navegador-ventajas-beneficios.php>

7.2.AddToAny ★



El plug-in compartir AddToAny WordPress ayuda a las personas compartir sus mensajes y páginas a cualquier servicio, tales como Facebook, Twitter, Pinterest, Google, WhatsApp, LinkedIn, Tumblr, Reddit, y más de 100 sitios y aplicaciones más compartir y sociales de los medios.

AddToAny es la plataforma de intercambio universal y plug-in de AddToAny es el más popular plug-in para WordPress cuota, por lo que los sitios de medios sociales listo desde 2006.

Aquí nos centramos solo en su versión como extensión de crome.

7.3. ByPath ★



De todas maneras, si hay algunas herramientas que pueden ayudar al comercial desde el móvil y en tiempo real, como byPath. Este proceso de compra cada día más complicado y estos prospectos seres inalcanzables, que no responden a tus llamadas y correos, puedes llevarlos en tu móvil

Además puedes conocer a los decisores de la compra, está comprobado que en muchos casos intervienen hasta cinco personas en dicho proceso de decisión, con lo que todavía se complica más el mapa.

La competencia en tu mercado cada vez es mayor. ¿Cómo puedes localizarla y conocerla íntimamente? La inteligencia artificial aplicada al bigdata analiza millones de datos que fluyen en internet, redes sociales y medios online. Tal y como se define a sí misma, ByPath es una Solución de Inteligencia Comercial B2B centrada en el análisis inteligente del Big Data.

Diseñada por y para comerciales, ByPath pone a tu disposición la información clave adaptada a tus necesidades y a tu mercado, permitiendo así ser lo más eficiente posible en cada una de las etapas del ciclo de ventas.

Con byPath consigues saber:

- Quién contactar.
- Porqué hacerlo.
- Como contactar, porque camino hacerlo.

Te permite, por ejemplo, ver el organigrama de una empresa para que sepas que personas van a decidir la compra, que, o quién, les puede influenciar y quien es tu competencia.

Empezamos, para configurar la aplicación, por definir mi zona de prospección. Tengo varios criterios de segmentación. También puedes importar los datos de tu CRM o tus contactos desde un Excel.

- Puedes añadir empresas por distintos criterios
- Zona geográfica
- Sector
- Tamaño
- Por departamento de la empresa

En el paso siguiente definirás tu ecosistema de trabajo, con esto lo que buscas es identificar riesgos y el grado de influencia de tus interlocutores. Para definir tu ecosistema puedes añadir

- Tus clientes
- Tus competidores
- Tus parthners

Con esto ya tienes configurada tu cuenta de ByPath. Ya has puesto a trabajar su algoritmo, configurando tú las distintas alertas que quieres que te haga llegar a tu móvil. Más fácil imposible.

ByPath incluye toda la información empresarial de la base de datos de Kompass. Esto facilita una visión de 360 grados que incluye datos financieros, Datos de las empresas (teléfono, dirección, web, etc.) Delegaciones, solvencia,....

Kompass es proveedor líder de información comercial y marketing a nivel internacional que lleva más de 60 años en el mercado. Tiene presencia en 60 países y cuenta con una base de datos de empresas y contactos cualificados en todos ellos. Ofrece a sus clientes acceso a servicios de información y visibilidad utilizando un sistema de clasificación único para empresas y servicios.

Su información es recolectada por diferentes fuentes y actualizada en tiempo real a lo largo del año.

Además de los datos facilitados por Kompass, ByPath se basa en la innovadora tecnología de recopilación de datos que le ha permitido adquirir una base de más de 100 millones de contactos de Internet. ByPath utiliza más de 200.000 fuentes de Internet, incluyendo redes sociales, blogs, medios de comunicación, Twitter, etc.

Si estás interesado en la aplicación te puedo poner en contacto con la responsable de ventas.

7.4. Boomerang



Boomerang for Gmail: recordatorio de emails y más

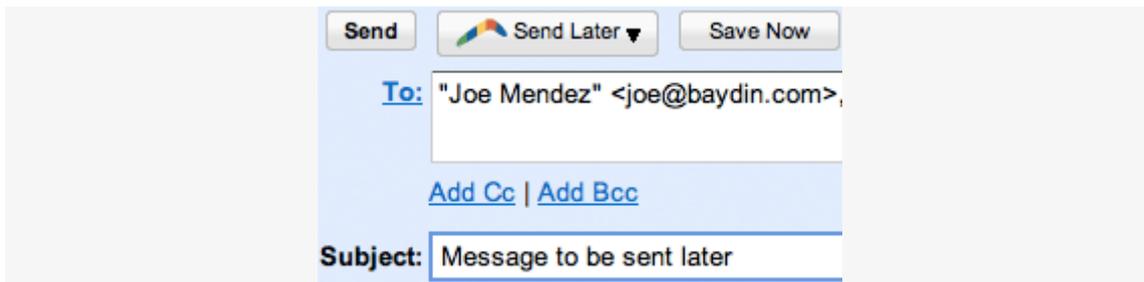
Usos principales para gestionar tareas

Las tareas que se pueden gestionar de forma fácil y automatizada son:

1. Enviar un email luego (envío temporizado)

A veces escribes un email pero es mejor que sea recibido en otro momento. Lo programas y saldrá cuándo tú quieras. Truco: también vale para recordarte

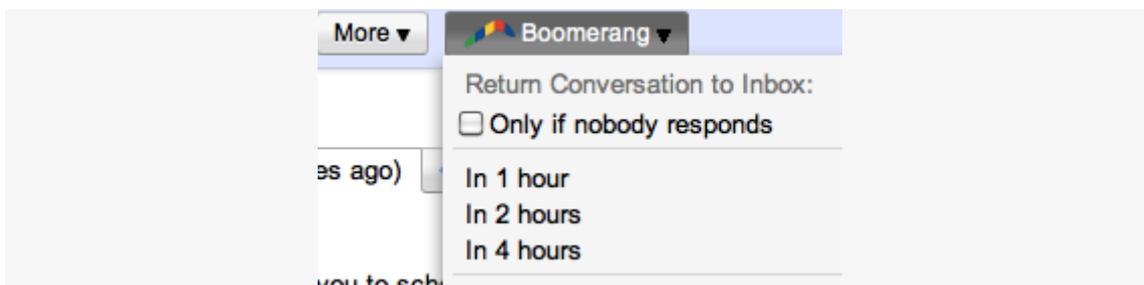
cosas por email a ti mismo



Enviar un email luego (envío temporizado) - Boomerang for Gmail

2. Recordar ver un email más adelante

Recibes un email pero ahora no lo quieres gestionar ¿qué hacer? No lo marques como “no leído” y llenes tu bandeja de entrada. Dile a Boomerang que te lo recuerde luego, lo guardará y cuándo le digas te lo recordará. Nota: todo lo que le digas a Boomerang queda registrado en tu cuenta y lo puedes revisar cuándo quieras.



Recordar ver un email luego - Boomerang for Gmail

Muchas veces recibo un email pero estoy ocupado con otras cosas, además de que ese email se puede esperar. Los que usan sistemas como el GTD saben muy bien de lo que hablo y todo el tiempo y energía que ésta metodología ahorra. Estimación de ahorro: 3 emails diarios x 2 minutos por email x 20 días laborables = 2 horas ahorradas al mes.

3. Recordar un email si no respondieron (o incluso si respondieron)

Muchas veces envías una propuesta comercial o una consulta técnica ¿qué pasa si no te responden? Ahora Boomerang te lo recuerda cuándo tú quieras. Es mi función preferida, y ya no se me escapa el seguimiento de nada. También te lo puede recordar aunque te respondan.



Recordar un email si no respondieron (o incluso si respondieron)

Una estimación de ahorro mensual es: 15 emails diarios x 2 minutos de seguimiento por email x 20 días laborables = 10 horas al mes ahorradas. Esto es debido a que no tengo que anotar nada en una hoja o Excel aparte: el sistema me lo recuerda, y siempre puedo ir a la ficha de esos emails pendientes de recordar.

4. Recordatorio de emails para móviles

En la versión Pro puedes tener todas éstas utilidades en tu móvil y sin instalar ninguna App.



Recordatorio de emails para móviles - Boomerang for Gmail

Precios y alternativas al Boomerang for Gmail

La versión gratuita del programa permite hasta 10 usos al mes sin pagar, suficiente para probar si nos interesa. Si vemos que se nos gastan rápido, quiere decir que nos va bien, y podemos considerar pagar por la versión personal (4,99 dólares/mes) que permite incluir anotaciones en éstos recordatorios.

Si además queremos usarlo en el móvil y tener recordatorios cada cierto tiempo de un email nos irá mejor la versión Profesional (14,99 dólares al mes).

	Basic	Personal	Professional
Price	Free	\$4.99/month	\$14.99/month
		Sign Up	Sign Up
Message Credits	10 per month	Unlimited	Unlimited
Supported Accounts	Gmail or Google Apps	Gmail	Gmail or Google Apps
Send Later	✓	✓	✓
Boomerang Reminders	✓	✓	✓
Response Tracking ?	✓	✓	✓
Notes ?		✓	✓
Boomerang Mobile ?			✓
Recurring Messages ?			✓

Funcionalidades y precios del Boomerang for Gmail

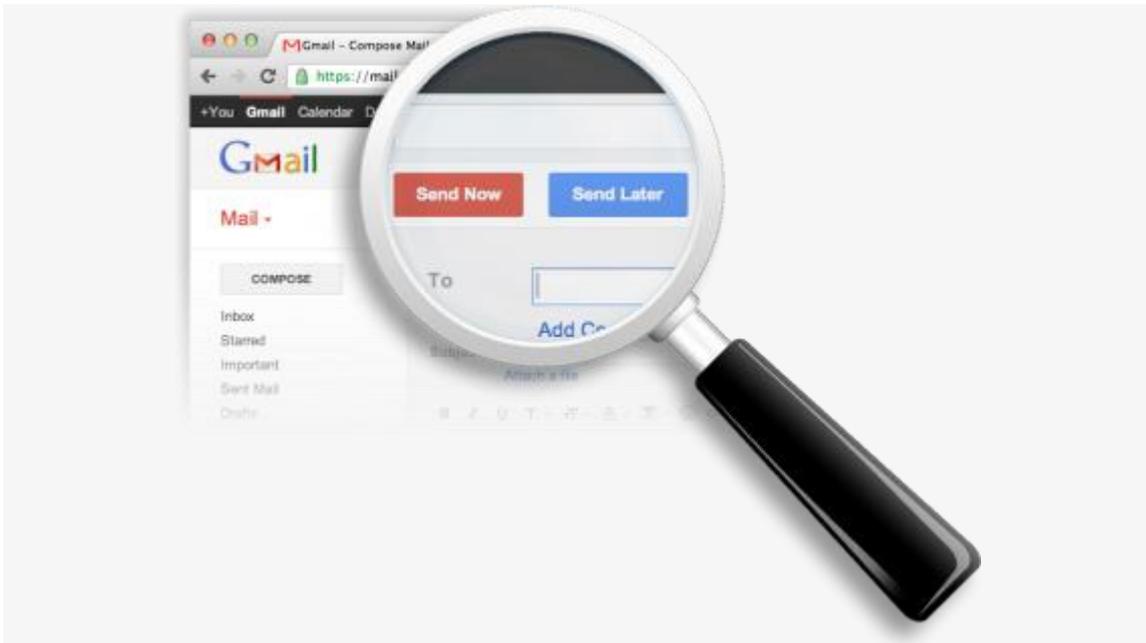
lettermelater.com

RightInbox

Es una potente aplicación que se integra en tres navegadores web muy comunes, y sirve para Gmail, sus funciones son:

- Programar emails para que se envíen cuando quieras
- Recordatorios de emails
- Seguimiento de emails: cuándo se leen, conocer la localización del receptor de tu email... Eso sí, debido a que el sistema de seguimiento es mediante una pequeña imagen, si el receptor bloquea las imágenes ésta funcionalidad será engañosa: pueden haber abierto tu email pero no lo sabrás
- Saber cuándo y qué enlaces clican los destinatarios de tus emails (una funcionalidad muy interesante)
- Es una extensión del navegador: funciona con Firefox, Chrome y Safari. Sí, si tienes varios ordenadores y usas varios navegadores web, deberás instalarlos en todos

La versión gratuita permite 10 usos al mes, la versión de pago ilimitada es de 4,95 dólares al mes, o 39 dólares al año.



Rightinbox para seguimiento de emails

7.5. ColorPick Eyedropper ★



ColorPick Eyedropper

Un cuentagotas y una herramienta de selección de color que le permite seleccionar valores de color de páginas web.

Esta extensión puede no funcionar como se esperaba en el Mac, tendrá que usar el botón emergente para poner la vista previa en su propia ventana, moverla a un lado y volver a centrar la ventana principal.

Ya sea que o habilitar la opción:

- "Mostrar vista previa de la imagen cerca del cursor"
- Msgstr "El icono es zoomed colorpick pixel preview"

Si tiene problemas de precisión, use las teclas de flecha y escriba para escoger colores una vez que llegue al ratón en la ubicación aproximada.

Tenga en cuenta que los colores se toman de una instantánea de la página que se actualiza sólo cuando se desplaza. Para tomar una nueva instantánea presione r o utilice el botón re-snap.

Algunos usuarios pueden experimentar errores graciosos de "color incorrecto" si tienen ciertas tarjetas de video con memoria compartida. Es posible que deba desactivar la composición de la GPU de la página sobre: flags hasta que se realice más investigación con respecto a este asunto.

Si necesita operar en páginas no soportadas o necesita más velocidad, pruebe la versión de la aplicación de escritorio (mac + pc) en color-pick.com

Color Pick intenta usar la calidad PNG sin pérdidas para detectar colores. Si experimenta bugs o una instantánea distorsionada de la página, deshabilite esta función para utilizar la calidad JPEG.

7.6. Dux Soup ★★



Dux Soup

Respuestas a preguntas frecuentes sobre Dux-Soup.

Cómo funciona

Descargas de Dux-Soup como una extensión de navegador. Perfiles de LinkedIn son vistos por su navegador como si estuviera viendo los perfiles manualmente. Dux-Soup puede ver más de 7.500 perfiles por semana. Y este es el comienzo del ciclo 'Look-Back'. LinkedIn le dice que ha visto su perfil, las perspectivas se vuelven conscientes de usted y comenzar a ver su perfil. Ellos echa un vistazo a su sitio y conectar / enlace con usted.

Resultados y métricas

La tasa promedio de 'Look-Back' es del 10%. Alrededor del 20-30% seguirá viendo su sitio web y de esa cifra el 10% se vinculará con usted. Sin duda, su perfil fuerte y 'Inviting-to-Connect' será clave.

Grabación

Dux-Soup registra los detalles clave de los perfiles que visitó. Puede abrir estos datos (archivo) en Excel y utilizarlos en herramientas de marketing o CRM para fines de seguimiento y seguimiento.

Etiquetado

Dux-Soup le permite etiquetar cualquier perfil con una o más etiquetas. A continuación, puede buscar en estas etiquetas para encontrar todos los perfiles coincidentes.

Optimización del perfil

Para obtener los mejores resultados, asegúrese de seguir las sugerencias de configuración de Profile de LinkedIn en YouTube .

Navegadores compatibles

Dux-Soup actualmente sólo funciona en Google Chrome. Se ha aprobado y se puede descargar desde Google Chrome Store.



[dux-store](#)★ | [options](#) | [about](#) | v5.7.3

Source More, Sell More!

Reach out to your prospects from here:

SEARCH	Búsqueda de LinkedIn
CONNECTIONS	Explorar o visitar conexiones
GROUP MEMBERS	Escanear o visitar a los miembros del grupo
SALES NAVIGATOR	Búsquedas con Sales Navigator
RECRUITER	Buscar con Recruiter
X-RAY	Encuentre prospectos con Google



Opciones de Dux-Soup

Automatización

Enviar las solicitudes de conexiones a conexiones de segundo grado + durante las visitas. (Sólo Pro)

Incluir un mensaje personalizado con la solicitud de conexión (recomendado)

Hola . Me interesa la presencia y la actividad que tienes en LinkedIn. Me gustaría tenerte entre mis contactos y conocer algo más de los productos de .

Los siguientes marcadores (no diferenciados) pueden usarse para personalizar su solicitud de conexión:

- se sustituye por el primer nombre encontrado en el perfil
- se sustituye por el apellido encontrado en el perfil
- se sustituye por el Título actual que se encuentra en el perfil
- se sustituye por el nombre actual de la empresa que se encuentra en el perfil
- se sustituye por la ubicación que se encuentra en el perfil
- se sustituye por la Industria en el perfil

Endosar Habilidad (es) de un perfil al visitar (Pro solamente)

Etiquetar perfiles como Cuando la auto-visita.

Forzar una recarga de la página cuando LinkedIn no responde durante las visitas

Salto a la comba

Omitir perfiles visitados en el último mes

Omita la visita cuando la foto está en blanco.

Monitor

Mostrar notificaciones: Información | Acción |

Pantalla de advertencia: En Dux-Soup Badge.

Descargar

Incluye la sugerencia de Excel CSV (indica a MS Excel que estamos utilizando un ',' como separador de columnas)

Codificación de caracteres: (Use ANSI para MS Excel, de lo contrario use UTF-8)

Velocidad de visita (sólo Pro)

Aleatorio: entre 50 y 150 por hora

Hacer una pausa Minutos (0 a 60) después de cada Visitas (1 a 100)

Límite de visitas diarias (sólo Pro)

¡ADVERTENCIA! Si cambia esta configuración a un nivel superior a su suscripción de LinkedIn, podría provocar que LinkedIn bloquee su cuenta debido a una visita de perfil excesiva. ¡Tratar con cuidado!

¡Compruebe que entiende el riesgo!

Sales Navigator: hasta 500 visitas por día

Snooze el robot en el límite diario, y continúe a la medianoche GMT. (Desmarque para detener el robot) (sólo Pro)

Rendimiento del navegador

Cargando una página:

Licencia externa

Producto licenciado:

Clave de licencia:

Opciones de restablecimiento

Haga clic para restablecer las opciones de Dux-Soup a los valores predeterminados:

REESTABLECER

Volver a cargar la configuración

Haga clic para volver a cargar la configuración de Dux-Soup: RELOAD

Los cambios se guardan automáticamente y surten efecto inmediatamente. Las opciones marcadas con Pro se ignoran en la Edición inicial.

Su usuario: 107598942818450301953 .

Su clientid: f1cc63b8-4256-4224-80b6-9986878e1436 .

 Follow @DuxQuack Para las últimas noticias, actualizaciones y alertas de servicio de Dux-Soup.



136 profiles recorded

1 visit today

Robot & Recorder for this tab:

- VISIT PROFILES** Visite los perfiles en la página de resultados actual, registra sus detalles también (*)
- SCAN PROFILES** Registre los perfiles sin visitarlo.
- STOP ROBOT** Detener la acción automatizada en curso.
- DOWNLOAD DATA** Descargue los perfiles capturados.
- REVISIT DATA** Carga un archivo para visitar.
- SEARCH BY TAG** Encuentra perfiles previamente etiquetados
- CLEAR DATA** BORRAR DATOS Reinicie la grabadora. (No afecta el historial de visitas)

*: Sólo está disponible cuando el icono Dux aparece en verde, lo que indica que el navegador muestra un resultado de búsqueda de personas. Hit Stop Robot para detener la acción

Servicios

Tu saldo actual: 2967 Dux-Soup Points

El buscador de direcciones

Encuentra las direcciones de correo electrónico de los perfiles a los que no está directamente conectado. Una vez habilitado, este servicio se activará automáticamente cada vez que se visite un perfil (ya sea manualmente o mediante auto-visita).

Tarifa

Habilitado

1 punto por descubrimiento exitoso



El lote - InMailer

Envía automáticamente InMails personalizados en lote a perfiles seleccionados.

1 punto por InMail enviado

¡Próximamente!

Obtener puntos Dux-Soup

Puntos Dux-Soup gratuitos 

Recibe 1 Dux-Soup Point por cada dirección de correo electrónico que subas.

100 Dux-Soup Puntos

Taster

250 Puntos Dux-Soup

Ahorre 20%

600 Dux-Soup Points

Ahorre más del 50%

1 PARA 1

COMPRAR POR 10,99 €

COMPRAR POR 19,99 €

COMPRAR POR 39,99 €

Términos y condiciones para Dux-Soup Points.

- Dux-Soup Puntos adquiridos o adjudicados están vinculados a la cuenta de Google utilizada durante la compra o el comercio.
- Dux-Soup Points sólo son accesibles por el usuario que ha iniciado sesión en Chrome con la misma cuenta de Google.
- Dux-Soup Points son intransferibles y no reembolsables.
- Las direcciones de correo electrónico sólo se conceden puntos la primera vez que se cargan.
- Las direcciones de correo electrónico que se cargan, pueden ser encontradas por otros usuarios de Dux-Soup.
- Sólo se puede acceder a las direcciones de correo electrónico con Dux-Soup Professional, ya que se accede a ellas mediante la función "Descargar datos".
- Las compras por correo son válidas por 7 días, durante las cuales se pueden encontrar de nuevo sin cargo.

7.7. Evernote



Evernote

Ver en curso de herramientas

Para escanear tarjetas en la versión Premium <http://bit.ly/2xJitsW>

7.8. Find ThatLead ★



El Web scraping es una técnica utilizada mediante programas de software para extraer información de sitios web. Habitualmente, estos programas emulan la navegación de un ser humano en la red.

El web scraping está muy relacionado con la indexación de la web, esta indexa la información de la web utilizando un robot y es una técnica universal adoptada por la mayoría de los motores de búsqueda.

El web scraping se enfoca más en la transformación de datos sin estructura en la web en datos estructurados que pueden ser almacenados y analizados en una base de datos central, en una hoja de cálculo o en alguna otra fuente de almacenamiento.

Se utiliza en las webs de comparación de precios, en la monitorización de datos relacionados con el clima de cierta región y para obtener información relevante de un site de internet. En realidad es una técnica que roza la ilegalidad e incluso en muchos países está considerada como ilegal y que vulnera la protección de datos.

Pues bien FindThatLead no hace scrapping, sino que es algo más sofisticado y totalmente legal, lo que hace es calcular permutaciones y te da la probabilidad de que el correo electrónico que te va a dar sea de la persona a la que estás buscando.

En la versión demo que tienes como extensión de CROME, lo único que tienes que hacer es poner el nombre de pila de tu cliente, su apellido y el nombre del dominio de su empresa. FindThatLead lo que va a hacer es calcular con que probabilidad es correcto el email que te devuelve la aplicación.

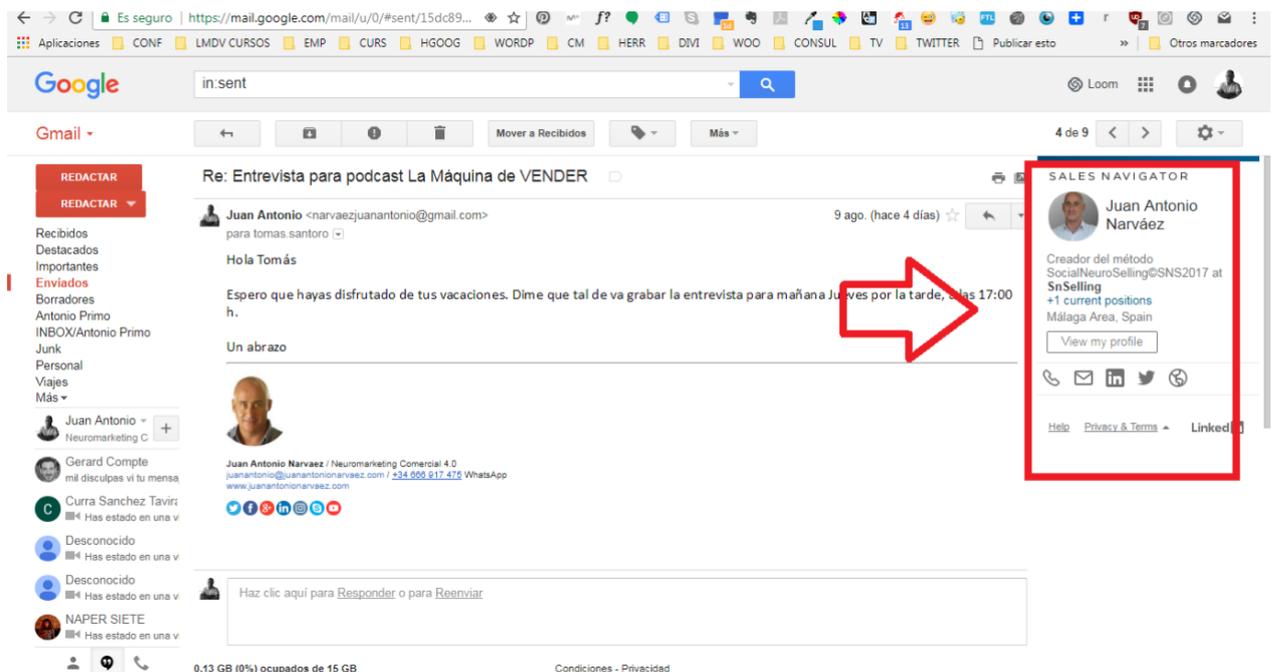
Coge papel y lápiz, porque te voy a dar un hack chulísimo. Descárgate FindThatLead y rapportive, es también una extensión de crome. Muestra perfiles de LinkedIn en tu cuenta de Gmail. Rapportive te muestra todo acerca de tus contactos dentro de tu bandeja de entrada. Tienes un nuevo correo...

- ¿Quién es? Ver su fotografía.
- ¿Dónde está? Ver si están cerca, y hacer arreglos para reunirse.
- ¿Qué hace? Vea su perfil de trabajo, empresa y LinkedIn.
-

Rapportive reemplaza los anuncios de Gmail con información del propietario del correo.

Pues bien, una vez tienes las dos extensiones empieza a practicar. Pon el nombre y apellido de la persona que quieres saber su email y su dominio en FindThatLead, lo único que tienes que hacer para asegurarte es abrir tu cuenta de Gmail y verás que al situarte en cualquier correo enviado o recibido o si escribes uno nuevo y pones el correo que estas probando, a la derecha en el lugar de los anuncios de google te aparecerán todos los datos de tu cliente

- Foto
- Teléfono
- Email
- Una pequeña descripción
- A qué empresa pertenece
- Cuenta de Twitter
- Cuenta de LinkedIn
- Página web



The screenshot shows a Gmail interface with an email from Juan Antonio Narvaez. The email subject is "Entrevista para podcast La Máquina de VENDER". The sender's name is "Juan Antonio Narvaez" and the email is dated "9 ago. (hace 4 días)". The email content includes a greeting "Hola Tomás", a message about a podcast interview, and a signature block for Juan Antonio Narvaez. On the right side of the email, a red box highlights the "SALES NAVIGATOR" extension, which displays a profile card for Juan Antonio Narvaez. The profile card includes a photo, name, title "Creador del método SocialNeuroSelling@SNS2017 at SnSelling", and location "Málaga Area, Spain". A red arrow points from the email text to the extension.

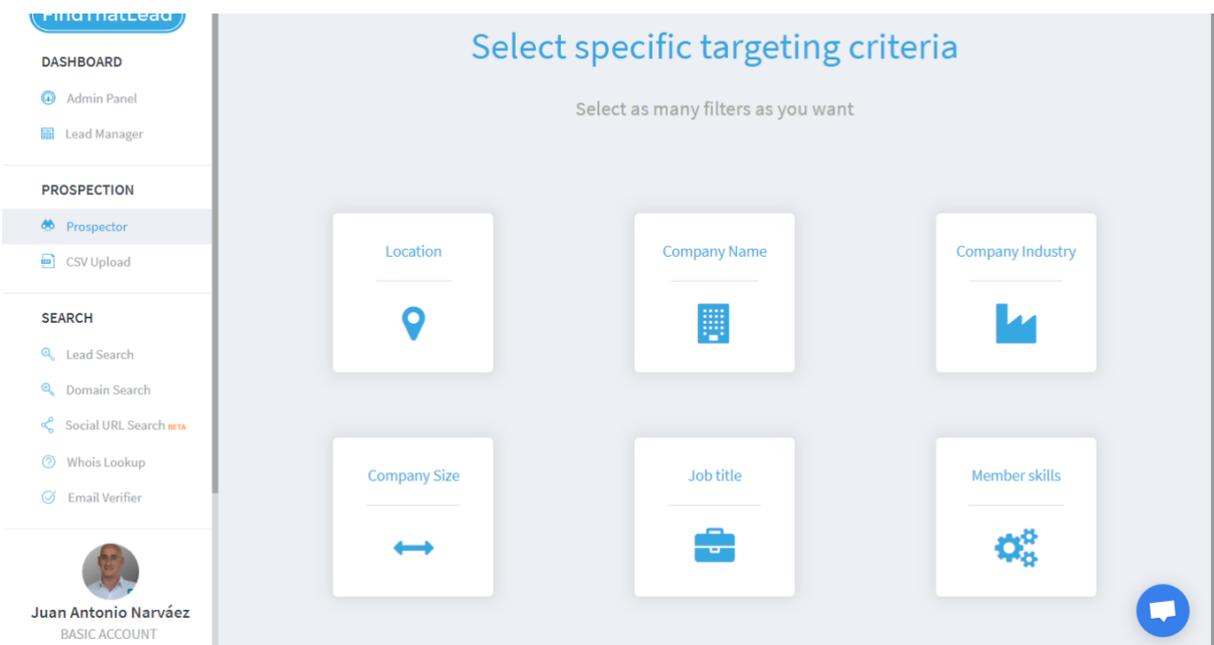
“FindThatLead te da el poder de conectar con la gente que te importa” este el lema de una compañía que tiene un algoritmo y una base de datos capaces de averiguar qué formato tienen las direcciones electrónicas profesionales de desconocidos.

Yo mismo la he utilizado, cuando fracasa la estrategia de acercamiento que usamos en nuestro curso de formación de SnS, para obtener el email de los contactos de 2 y 3 nivel que tengo en LinkedIn.

Te va a enamorar FindThatLead, además tiene una versión web con varias herramientas muy útiles. Para loguearte no tendrás que introducir tus datos ya que puedes hacerlo directamente con tu perfil de LinkedIn, Facebook o Google +.

Una vez entras en la aplicación te vas a encontrar un dashboard con las siguientes herramientas.

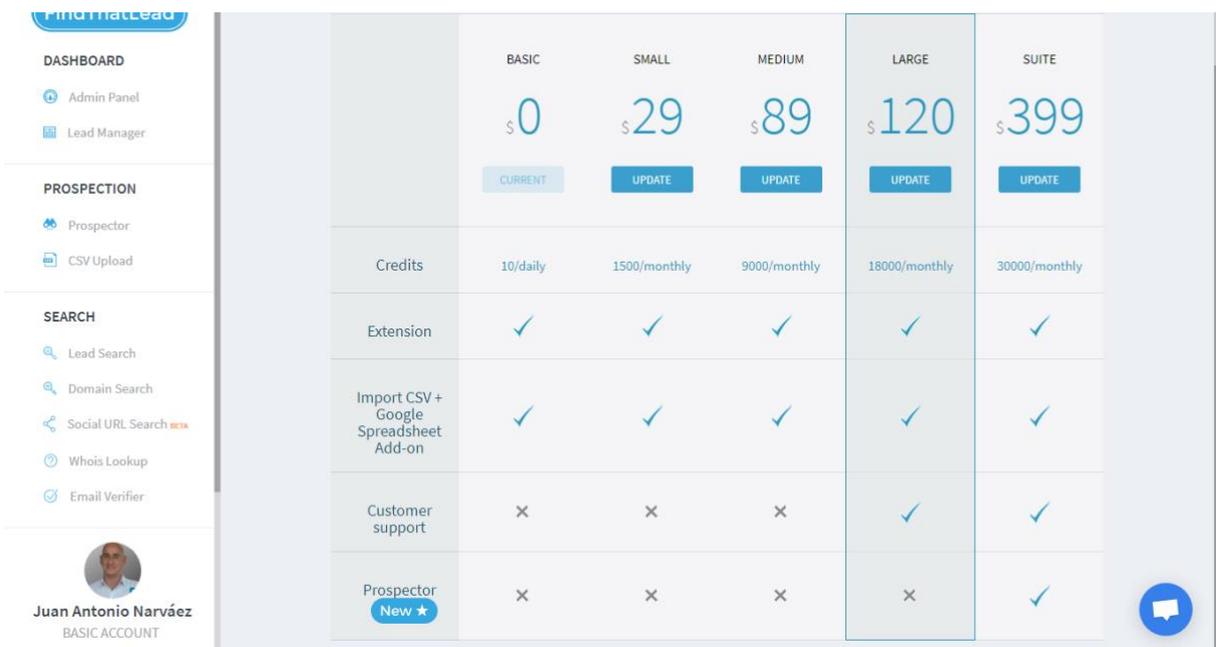
- **WhoisLookup**, te permite comprobar la funcionalidad de cualquier dirección de email que introduzcas
- **Lead Search** Te permite calcular con el porcentaje de acierto cual es el correo de tu cliente
- **Domain Search** Si introduces el dominio de una empresa te devolverá todos los emails de esta.
- **Prospector** Es la más potente con hasta 6 filtros te permite descargarte una base de datos totalmente personalizada por los criterios por los que has filtrado.
 - Localización
 - Nombre de la empresa
 - Tipo de industria
 - Tamaño
 - Cargo en la empresa
 - Habilidades



FindThatLead no es gratuita, aunque tiene planes que se adaptan a todos los bolsillos, puedes optar desde los 29,00 euros al mes por 1500 emails, hasta los 399,00 por 30.000.

Es la herramienta ideal para el pequeño emprendedor que todavía no tiene seguidores, para hacer una campaña de acercamiento.

O para una organización que precise grandes bases de datos. En nuestros cursos la explico siempre porque como decía antes, es un complemento perfecto para complementar nuestro embudo de acercamiento social cuando falla todo, o si es una persona que no interactúa apenas con LinkedIn, pero nos interesa mucho contactar con ella.



	BASIC	SMALL	MEDIUM	LARGE	SUITE
Price	\$0	\$29	\$89	\$120	\$399
Buttons	CURRENT	UPDATE	UPDATE	UPDATE	UPDATE
Credits	10/daily	1500/monthly	9000/monthly	18000/monthly	30000/monthly
Extension	✓	✓	✓	✓	✓
Import CSV + Google Spreadsheet Add-on	✓	✓	✓	✓	✓
Customer support	✗	✗	✗	✓	✓
Prospector	✗	✗	✗	✗	✓

7.9. Google calendar. ★

Ver módulo 1 de curso de herramientas.

7.10. Hangouts.

Video conferencias, llamadas múltiples y webinars.

7.11. iMacros



iMacro

iMacros es una potentísima herramienta. **No es objetivo de este curso conocerla en profundidad**, ya que ella sola requiere un curso completo. Si presentártela por si te interesa profundizar en todas las posibilidades que te da. Se adjunta tutorial por separado.

7.12. Inbox de Gmail. ANULADA YA NO EXISTE

7.13. Linked Herper. Puede ser interesante que la conozcas pero Dux Soup la ha superado en los últimos tiempos.

7.14 Loom. ★★



Grabador de pantalla y videos para compartir en redes.
Tutorial. <https://www.youtube.com/watch?v=-kANU5ACm40>

7.15. Pin de Pinterest.



Extensión para subir automáticamente las fotos. Ver en este **enlace**.

7.16. Rapportive.



Ver en FindThatLead

7.17. Similar web

Por Gene Davis Nieves

SimilarWeb es una de las herramientas más útiles de marketing digital, gracias a sus múltiples funciones y características que permiten conocer las principales estadísticas de una web en segundos.

REGÍSTRATE EN SEGUNDOS

Antes de iniciar, crea una cuenta con tu dirección de e-mail, o ingresa con tus datos de LinkedIn o Google.

¿QUÉ PÁGINA VAS A ANALIZAR?

A continuación, teclea el nombre de la web de la que desees obtener información. Para este ejemplo se utilizó Facebook.com.

¿QUÉ DATOS SE OBTIENEN?

En primera instancia, podrás conocer lo siguiente:

- Global Rank: el lugar en el que tu página se encuentra a nivel mundial.
- Country Rank: ¿qué tan bien posicionado estás dentro del país de origen de tu web?
- Category Rank: muestra la posición de la web en su área de conocimiento o trabajo, ya sea Entretenimiento, Ciencias, Marketing Digital, Redes Sociales o Compras, entre muchas otras categorías.

CONOCE TODO LO REFERENTE AL TRÁFICO Y SUS FUENTES

SimilarWeb se destaca entre las diversas herramientas para marketing digital gracias a su rapidez y detalle. Por ejemplo, en apenas segundos sabrás cuáles son los países que generan tu tráfico, así como el porcentaje de audiencia proveniente de ellos.

Por otra parte, se muestra el total de las visitas de los últimos seis meses, así como el tiempo promedio de visita de cada usuario, el número de páginas visitadas y la tasa de rebote de la web.

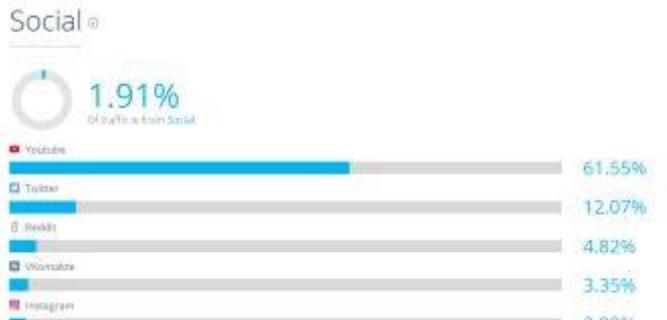
SIMILARWEB DETALLA TAMBIÉN LAS FUENTES DE TRÁFICO:

- Directas.
- Por referencia.
- Por búsqueda.
- De las redes sociales.
- Por correo electrónico.
- Por publicidad pagada.



Además, se desglosan los datos de cada una de estas fuentes, como puedes observar a continuación:





CONTENIDO DE LA PÁGINA

Al utilizar Similar Web sabes con exactitud cuáles son los subdominios más visitados de tu sitio web, así como las páginas más visitadas por los cibernautas.

Te ayuda a conocer mejor a tu audiencia

¿Cuáles son los temas que más les interesan? En este ejemplo vemos cómo los billones de suscriptores de Facebook prefieren todo lo relacionado con internet y telecomunicaciones, seguido del contenido en video y entretenimiento en general.

Audience Interests



Conoce los sitios que tus lectores visitan más frecuentemente

Si quieres estudiar más de cerca a tu competencia, checa la lista de las webs más visitadas por tus usuarios. Adicionalmente, podrás obtener datos comparativos de cada uno de estos sitios en relación al tuyo.

Versión Premium

También puedes acceder a una versión pagada con las siguientes características adicionales:

- Las estadísticas de tu sitio web se extienden hasta 18 meses.
- Podrás conocer con exactitud las fuentes de tráfico en dispositivos móviles.
- Acceso a la API de Similar Web.

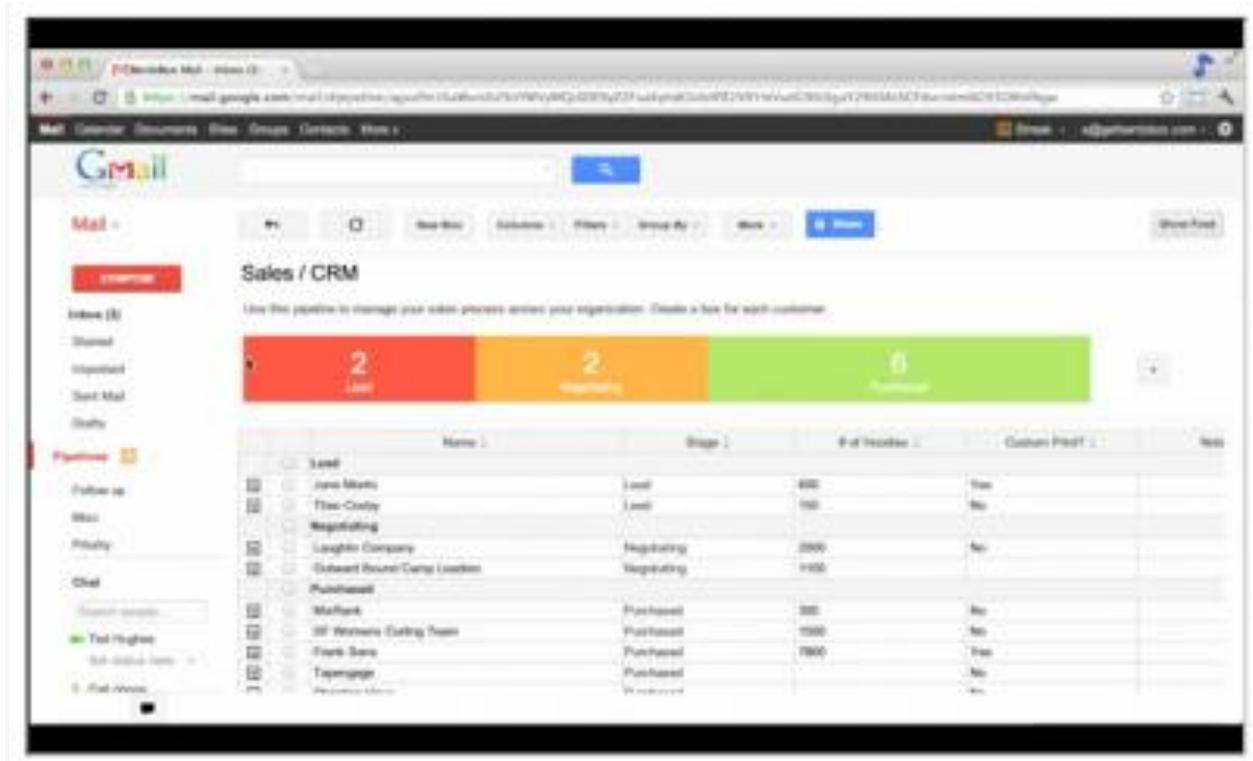
En conclusión, Similar Web es una de las más relevantes herramientas para marketing digital de la actualidad. Los datos que ofrece ayudan a conocer con exactitud el desempeño de tu página (y tus competidores), y por lo tanto contribuirán a tomar decisiones más acertadas en futuras campañas.

7.18. Streak CRM para Gmail. ★

Streak es un producto que se integra en Gmail para Google Chrome que permite funcionalidades de CRM dentro de Gmail.

Es una gran idea pues gran parte de las gestiones hoy en día se realizan con un email: recibir una petición, enviar una oferta, o consultar un pedido. Además, permite diseñar varios flujos de trabajo (Pipelines) que se realizan en la empresa: de ventas, de atención al cliente o de fabricación.

Por ahora está en versión Beta y es gratuito. También permite recordar emails y agruparlos en cajas. Al contrario que Boomerang, no te recuerda un email una vez enviado.



Streak CRM in email

Espero que te haya resultado útil éste análisis ¿te has decidido por alguno o ya usabas otro?

¿Por qué usar Gmail?

Gmail tiene grandes ventajas como gestor de email muy potente:

- Puedes usar tu cuenta de correo corporativa tipo: minombre@miempresa.com con total transparencia. Es más, permite gestionar limpiamente varias cuentas de correo con un sólo buzón, y te aseguro que ahorra mucho tiempo.
- Lo puedes usar en tu móvil fácilmente. También con app de Gmail.
- Tiene uno de los mejores sistemas anti-Spam del mundo (ahorro en tiempo y virus).
- Realiza una priorización inteligente que aprende con tus decisiones de gestión de email: simplemente ahorra tiempo al priorizarte tus emails. Siempre puedes modificar dicha priorización y enseñarle.

- Dispone del mejor buscador para todos tus emails (no en vano usa el mismo motor que Google para ello). Eso ahorra mucho tiempo a la hora de buscar ese email que necesitas.
- Puedes ver tus emails como conversaciones, ahorrando tiempo al recordar los temas que gestionas.
- Se integra con calendarios y tareas, ahorrando tiempo de gestión.
- Realiza búsquedas en tus Google-docs. (más ahorro de tiempo).
- Puedes guardar tus emails en carpetas y subcarpetas y aun así encontrar tus emails rápidamente con una búsqueda.
- No ocupa espacio en tu disco duro (si no usas la versión offline). Google te da 10GB gratis para gestionar tus emails, te aseguro que es un espacio inmenso.
- Se integra perfectamente con aplicaciones gratuitas o de precio muy económico como Rapportive o Boomerang que aumentan más aún su utilidad y productividad.

Las diez razones principales para utilizar Gmail

Gmail es un servicio de correo electrónico fácil y eficaz. ¡Incluso puede ser divertido!



1. Menos spam

¿A que no te gusta el spam? A nosotros tampoco. Gmail bloquea el spam antes de que llegue a la carpeta Recibidos. [Más información](#)



6. Un montón de espacio

Tendrás más de 10310 086260 MB de espacio de almacenamiento gratuito, aunque también puedes comprar más si lo necesitas. [Más información \[solo en inglés\]](#)



2. Buscar

Puedes buscar en Gmail para localizar justo el mensaje que te interesa en un instante. [Más información](#)



7. Etiquetas, filtros y mensajes destacados... ¡Qué pasada!

Utiliza etiquetas para organizarte: cada correo electrónico puede tener varias etiquetas, por lo que no estás obligado a escoger una carpeta específica para los mensajes. [Más información](#)



3. Vista de conversación

Los mensajes se agrupan con las respuestas pertinentes para que siempre puedas verlos en contexto. [Más información](#)



8. Prioritarios^{Directa}

Separa automáticamente el correo electrónico importante del resto y céntrate en lo que realmente importa. [Más información](#)



4. Chat integrado

Puedes chatear en Gmail o hablar cara a cara con alguien gracias al chat de voz y vídeo con un solo clic. [Más información](#)



9. Seguridad

Al igual que los sitios web de las entidades bancarias, Gmail utiliza la encriptación HTTPS para garantizar la seguridad de tu correo. [Más información](#)



5. Siempre contigo

Accede a Gmail estés donde estés independientemente del dispositivo móvil que utilices. [Más información](#)



10. Gratis

¿Que todo esto es gratis? Por supuesto.

10 razones para usar Gmail.

7.19.



Qué es Customer Relationship Management.

Customer Relationship Management o CRM es un término que se usa en el ámbito del marketing. Este término traducido al castellano significa **Gestión de Relaciones con Clientes**, pero así explicado tampoco nos aclara las dudas sobre su significado, por lo que en este artículo tratamos de definir CRM y ver sus funciones y características.

En el ámbito del marketing, CRM se define como una estrategia orientada a la satisfacción y fidelización del cliente, por lo que a veces también es denominado Customer Service Management (Gestión de Servicio al Cliente). Esta tendencia se incluye dentro del Marketing relacional, el cual se centra en las relaciones con el cliente para conocer sus necesidades con el objetivo final de fidelizarlo.

El concepto CRM también se aplica a aquel software que sirve a las empresas para administrar sus relaciones con los clientes.

Conoceremos con detalle sumaCRM, training con la marca.

7.20. U BlockOrigin,★



UBlock es una extensión que bloquea elementos molestos de cualquier página web, anuncios incluidos. El resultado es una navegación más rápida y segura, con un menor consumo de memoria y sin ventanas de publicidad que se abren a cada clic. Por cierto: es gratis para siempre.

Bloquea todo lo que molesta

uBlock no solo elimina publicidad, sino que también permite ocultar partes molestas de los sitios que visitas y elementos que interfieren con una navegación de calidad o que dañan la privacidad. La filosofía de uBlock es simple: bloquea lo peor del web para que navegues mejor y más seguro.

Para bloquear anuncios, cookies y otros elementos de utilidad cuestionable, uBlock usa varias listas negras públicas, como EasyList, Spam404 o la famosa lista de Peter Lowe, pero también admite filtros y reglas personalizadas. El número de elementos bloqueados se muestra en el icono de uBlock.

En las opciones de uBlock puedes activar y desactivar listas negras, modificar la lista blanca de sitios permitidos y definir los filtros. En la mayoría de casos, visitar esas pantallas no es necesario: uBlock funciona a pleno régimen desde el momento en que lo instalas.

Se activa y desactiva con un clic

Nada más instalar uBlock, verás un nuevo icono en la barra de botones del navegador. Si uBlock está activado para el sitio que visitas, el icono pasará del gris al rojo intenso, con un indicador numérico en caso de que encuentre y bloquee elementos molestos.

Para activar o desactivar uBlock solo tienes que hacer clic en el botón y presionar el botón de encendido de la ventana emergente. Esa misma ventana informa del porcentaje de bloqueos y la cantidad de bloqueos totales desde que instalaste la extensión.

En pruebas publicadas por el autor de la extensión, el uso de uBlock hace que Chrome y Firefox gasten menos memoria y procesador que otros bloqueadores de publicidad, como Adguard, Adblock o ABP. A veces el rendimiento es incluso mejor que sin bloqueador.

7.21. WhatFont. ★



WhatFont es una extensión del navegador de Google mediante la cual es más rápido y sencillo que nunca **saber qué tipografía usa cualquier página web.**

Una vez instalado en tu Google Chrome, WhatFont se activa mediante el botón junto a la barra de dirección. Este modo hace que, al señalar cualquier palabra o párrafo de la página, aparezca su información en un recuadro junto al puntero.

Si haces clic en cualquier texto, WhatFont amplía la información con el estilo completo de texto de la web, lo cual es muy útil para conocer el diseño tipográfico de cualquier página hasta el más mínimo detalle.

8 Programas para un buen social selling.

8 Programas para un buen social selling.

8.1. Viwomail Para empotrar un video en nuestros emails.

<http://www.viwomail.es/es/viwomail/mi-plan.html>

Sustituida por Loom

8.2. Google Trends <https://trends.google.es/trends/>

8.3. Google Keyword Planner Menú herramientas/palabras clave

8.4. Google analytics.

<https://analytics.google.com/analytics/web/?authuser=0#home/a83006878w122734504p128402017/>

8.5. KW Finder. Cómo buscar palabras clave y hacer un buen Keyword Research.

<https://kwfinder.com/>

Tutorial https://www.youtube.com/watch?v=4T6cbrqj_EQ

8.6. Alertas de google

<https://www.google.com/alerts#>

8.7. whostalkin <http://www.whostalkin.com/> Que se dice de nosotros en las redes sociales, tiene un motor especialmente optimizado para redes sociales

8.8. Feedly <https://feedly.com/> Recolector de feeds o RSS. Un único recipiente para de base de datos de contenido. Ideal para la creación y curación de contenidos. Tutorial.

8.9. Scoop.it <https://www.scoop.it/pricing/for-individuals> Curación de contenido y crea tus paneles de noticias.

8.10. Divr.it Publicar contenidos automáticamente.

<https://www.youtube.com/watch?v=L6NWo3qDmTg>

8.11. Metricool. Programa tus publicaciones en redes automáticamente.

8.12. WiseStamp Firma para email.

<https://www.wisestamp.com>

<https://www.youtube.com/watch?v=fs2zRL5QgBM>

8.14. MailTrack. Doble check en nuestro Gmail.

<https://mailtrack.io/es/pricing>

<https://www.youtube.com/watch?v=xkTLVWUU7kw>

8.15. Giphy Generador de Gif

Tutorial de GPHY.

<https://es.linkedin.com/pulse/tutorial-sobre-giphy-capture-obt%C3%A9n-gifs-animados-pedro-su%C3%A1rez>

8.16 Agora pulse. Conocer que contenido comparte mi competencia.

8.17 Video Scribe. Genera tu video con un lápiz.

9 Apéndice: nuevas extensiones de Chrome 2019.

9.1. Text expander ★★



Cree métodos abreviados de teclado personalizados para expandir y reemplazar el texto a medida que escribe.

¿Alguna vez se cansó de escribir direcciones de correo electrónico largas, frases que usa con frecuencia, o simplemente busca guardar las pulsaciones de teclas mientras escribe? Pues no temas! Auto Text Expander está aquí para resolver esto - algo así como TextExpander para Mac o AutoText para Windows, pero instalado y sincronizado a través de los navegadores Chrome!

Esta extensión gratuita (y sin anuncios) añade javascript básico a sus páginas para comprobar si su último conjunto de combinaciones de teclas consecutivas coincide con cualquiera de los numerosos accesos directos personalizados que puede definir, ampliar y reemplazar ese texto mientras escribe. Ahorre tiempo, errores tipográficos y la satisfacción de ser extra perezoso!

CARACTERÍSTICAS

- La comprobación de pulsaciones de teclas es totalmente local y no se envía nada a ningún servidor para su seguimiento.
- Lista personalizable de accesos directos a expandir, que se sincronizan a través de los navegadores Chrome a los que accedas.

LIMITACIONES

- Algunos sitios interceptan o bloquean el script, o utilizan marcos de trabajo que interfieren con la extensión, por lo que los accesos directos no funcionarán en esos sitios. Envíame un correo electrónico si encuentras más!

- Los nuevos campos de entrada HTML5 de tipo "email" y "number" no permiten la manipulación de caracteres/cursores, por lo que los reemplazos se hacen al final del texto.

** APLICACIONES WEB COMPATIBLES CONOCIDAS **

- Basecamp
- Confluence (Atlassian)
- Evernote
- Facebook Chat
- Gmail / Google Inbox
- Google Translate
- LinkedIn
- MailChimp
- Outlook
- Salesforce
- Slack

** APLICACIONES WEB INCOMPATIBLES CONOCIDAS **

- Chatango
- Chrome Web Store
- Facebook Comments

- Google Docs
- Google Hangouts

9.2. Calendly ★★



Programe reuniones sin complicaciones. Nunca se puede hacer una doble reservación. Calendario funciona con su calendario para automatizar la programación de citas.

Calendly es el software de programación de reuniones número 1 y la extensión Calendly for Chrome facilita aún más el acceso y la compartición de sus tipos de eventos y reuniones. Además, elegir los horarios disponibles para las reuniones ad hoc y enviarlos como una experiencia de reserva con un solo clic nunca ha sido tan fácil como con Calendly for Chrome. Pruébalo hoy mismo!

Obtenga su cuenta gratuita de Calendly aquí: <https://calendly.com/signup>

CALENDARIO PARA LAS CARACTERÍSTICAS DE CHROME

- * Accede rápidamente a todos tus tipos de eventos desde tu navegador Chrome
- * Eventos estrella para guardarlos y copiarlos con un solo clic
- * Elija horarios disponibles específicos e incréstelos en cualquier correo electrónico para reservar con un solo clic con reuniones Ad Hoc.

- * Elige y envía los tiempos disponibles en segundos cada vez que alguien te pida que envíes por correo electrónico los tiempos en los que estás libre.
- * Agregue notas y clasifique fácilmente los eventos de su equipo para elegir el que necesite.

SOBRE CALENDARIO

Programa reuniones sin la molestia de los correos electrónicos de ida y vuelta.

Calendario simplifica las reuniones con personas ajenas a su empresa automatizando y mejorando todas las tareas relacionadas con la programación.

Tareas importantes como:

- * Funciona con tu calendario de Google, Outlook, Office 365 o iCloud para asegurarte de que nunca tengas doble reserva.
- * Proveer tiempos disponibles que funcionen para su contacto, prospecto o cliente.
- * Darle control para personalizar su disponibilidad para diferentes tipos de reuniones con diferentes tipos de eventos.
- * Sincronización de datos con su CRM y otros sistemas mediante integraciones personalizadas con Go-To-Meeting, Salesforce, Stripe, Paypal, Google Analytics, Zapier, etc.
- * Tratamiento automático de diferentes zonas horarias
- * Agregar detalles de conferencias y videollamadas
- * Envío de confirmaciones e invitaciones con todos los detalles de la reunión
- * Recordatorios de reuniones por SMS y correo electrónico para reducir las ausencias.
- * Recopilación de todos los detalles, preguntas e información previa a la reunión que necesita.

* Programación para incluir a otras personas en su equipo siempre que también estén libres.

Calendario se integra con su calendario en línea actual, por lo que puede utilizarlo prácticamente sin necesidad de configuración. Le proporciona los controles y la privacidad que necesita, a la vez que le da la bienvenida a los contactos para programar cuando sea conveniente para ellos.

9.3 Last Pass ★★



LastPass, un administrador de contraseñas, guarda sus contraseñas y le da un acceso seguro desde cualquier ordenador y...

Únase a las 6 millones de personas a las que les encanta hacer más cosas cada día con nuestro galardonado gestor de contraseñas!

Con LastPass solo tendrá que recordar una contraseña maestra, mientras que LastPass se encargará del resto. Completa los inicios de sesión por usted y sincroniza al instante desde su ordenador a su laptop, desde su computadora a su smartphone, desde su tablet a la web, de manera que nunca tendrá que preocuparse por recordar otra contraseña.

9.4 Zoom. ★



Te plantea una forma de video conferencia mucho más estable en la que puedes grabar tus llamadas. Intercambia directamente la cámara a la persona que está hablando.

Integra con Calendar y Calendly y desde este puedes programar las llamadas,

Zoom unifica la colaboración móvil, las videoconferencias en la nube y las reuniones en línea simples en una plataforma fácil de usar. Nuestra solución ofrece la mejor experiencia de vídeo, audio y pantalla compartida en sistemas Windows PC, Mac, iOS, Android y H.323/SIP.

La Extensión Zoom Chrome permite a los participantes programar reuniones en la nube de Zoom directamente desde Google Calendar. Con el clic de un botón, puede iniciar una reunión instantánea o programar una reunión futura. La URL y la información de la reunión se envían a través de una invitación de Google Calendar para que el asistente pueda unirse con un solo clic.

9.5. Trello. ★★



<https://trello.com/home>

Gestor de proyectos imprescindible para organizar cualquier trabajo colaborativo, evento o incluso para ti solo.

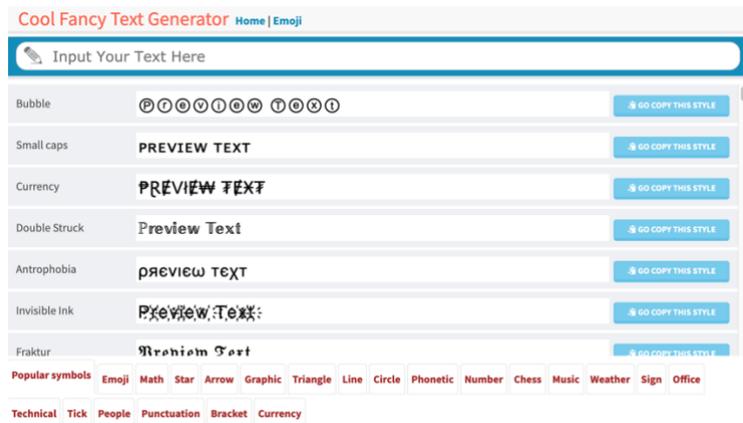
9.6. Formularios de Google ☆



https://www.google.com/intl/es-419_co/forms/about/

Ideal para realizar encuestas, exámenes o recoger info de tus contactos.

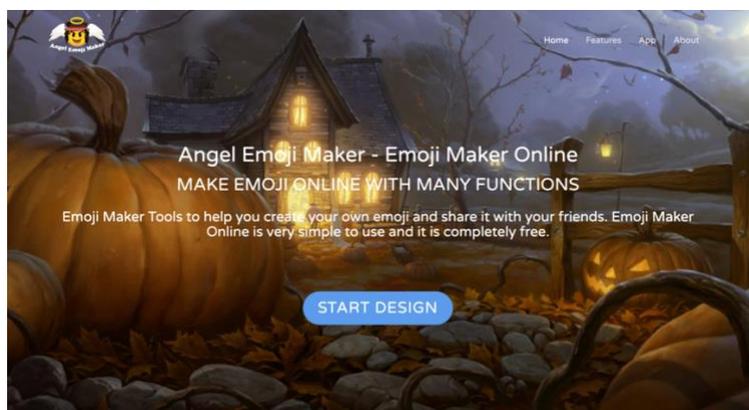
9.7. Cool Fancy ☆



LinkedIn no te permite escribir con caracteres especiales. Con Cool Fancy podrás tunear tu contenido y tus post con diversos formatos de texto, negrita y docenas de efectos.

<https://coolsymbol.com/cool-fancy-text-generator.html>

9.8. Emoji Maker.★



Genera tus propios emoticonos con esta plataforma gratuita muy, muy chula.

<https://emoji-maker.com/>

