

BUGi

***EL ALGORITMO DE
LINKEDIN (2021)***

HACKEADO





Investigación de algoritmos de LinkedIn

BUGi

Esta investigación nunca podría haberse realizado sin la ayuda nuestra comunidad LinkLeaders, Se analizaron más de 1500 publicaciones durante más de 3 meses

Las conclusiones de este informe no son absolutas y, por tanto, pueden variar dependiendo de cada perfil.

Además de las métricas, varios otros factores como la cantidad del contenido o una estrategia correcta en LinkedIn, influyen en el éxito de las publicaciones.

La mayoría de este estudio está basado en clientes y alumnos de nuestra formación LinkLeaders por lo que los resultados podrían no ser idénticos a personas con un perfil sin trabajar y con poca interacción en la red.

Esperamos que esto te ayude a impulsar tu contenido en LinkedIn, ya que un elemento muy importante para ser mostrado el algoritmo es tener contenido de calidad.

Tu panel

Solo para ti Estelar

2593

Quién ha visto tu perfil

845

visualizaciones de publicaciones

360

apariciones en búsquedas

**Información sobre sueldos**

Compara tu sueldo con los demás

**Marcapáginas**

Lleva un registro de tus empleos, cursos y artículos

*El Perfil Estelar
tiene una mayor
visibilidad y
alcance*

PERFIL ESTELAR ¡IMPRESINDIBLE!

LinkedIn califica tu perfil con una puntuación de fortaleza del perfil. Hay 3 niveles diferentes:

- 1. Estelar*
- 2. Intermedio*
- 3. Principiante*

Dependiendo de tu nivel, LinkedIn ajustará el alcance en tu primer lote de la siguiente manera:

- 1. Estelar 1,5 veces tu alcance normal*
- 2. Intermedio : tu alcance normal*
- 3. Principiante 0,5 veces tu alcance normal*

Para aumentar el alcance de manera rápida, recomendamos encarecidamente mejorar tu perfil, lo que mejorará la puntuación de SSI y sobretodo, asegurarte de que tu perfil tenga una calificación **de Estelar**

¡UTILIZA HASHTAGS!

- El algoritmo prioriza a los seguidores de un hashtag sobre los seguidores de la persona que publica
- Las publicaciones con menos de 3 o más de 10 hashtags tienen un 30% menos de alcance que las publicaciones con 3-5 hashtags (la mejor opción), las publicaciones de 5-9 hashtags obtuvieron un rendimiento algo menor.
- La posición de los hashtags no influye en el alcance
- Usar hashtags importantes con un buen número de seguidores tiene un efecto positivo en el alcance de la publicación
- Los hashtags tienen todas las papeletas para ser tan importantes como en Instagram en 2021 / 2022. *#LinkLeaders*



*Usar entre 3 y 9
Hashtags para
resultados
óptimos*

*El impacto de
Tiempo de
permanencia en
tus publicaciones*

AUMENTOS DEL TIEMPO DE VIDA DOCUMENTOS / VIDEO

En Mayo de 2020 LinkedIn introdujo el tiempo de permanencia en tu algoritmo. Esto mide 2 cosas:

1. Cuánto tiempo está el usuario viendo una publicación en su pantalla
2. Si la gente hace clic en el enlace "ver más" en una publicación, que sucede después.

¡No sólo vale llamar la atención, ahora toca mantenerla!

Los tipos de publicaciones con mayores tasas de retención (fuente: Kinsta y LinkedIn)

- Publicaciones de documentos (PDF) + **30 - 50%**
- Publicaciones de video + **20 - 40%**
- Publicaciones con enlaces externos - **15%**
- Publicaciones con menos de 3 líneas de texto - **20%**

CONCLUSIÓN: Crear publicaciones con PDF o Vídeo, de más de 3 líneas de texto y cuyo enlace no esté, de entrada, en el texto.

EL TIEMPO DE PUBLICACIÓN ¿CUÁNDO PUBLICAR?

El algoritmo de LinkedIn testea las publicaciones en las primeras 2 horas después de tu publicación:

Para que LinkedIn determine si una publicación es buena (y le de mas visibilidad) LinkedIn hará un calculo de interacciones mínimas dependiendo de la cantidad de visualizaciones

Para que una publicación sea considerada buena, en las primeras 2 horas deberías tener...

Visualizaciones

-50.000 - 100.000
- 30.000 - 50.000
- 20.000 - 30.000
- 10.000 - 20.000
- 1000 - 10.000

Interacciones

+100 interacciones
+65 interacciones
+45 interacciones
+30 interacciones
+10 interacciones

- La mejor hora para publicar en España y LATAM es entre las 08.00 y las 10.00h de la mañana (especialmente martes y jueves)

- Sábado y Domingo, el 50% de los usuarios están activos pero solo el 25% publica contenido

Las primeras 2 horas son las más importantes

IMPORTANTE: El autor de la publicación debería participar en los comentarios en las primeras 24 horas para tener un efecto positivo en el algoritmo y aumentar aún más el alcance (+15%)

BUGi

*Los Hashtags
pueden aumentar
o disminuir el
alcance de tus
publicaciones*

¡ UTILIZA LOS HASHTAGS CON CABEZA!

Etiquetar personas o empresas no aumenta automáticamente la visibilidad de tu publicación

Sin embargo, las personas etiquetadas si interactúan con tus publicaciones, si aumentan las visitas y el alcance

El algoritmo ha comenzado a castigarnos si las personas que han sido etiquetadas:

- No reaccionan
- Eliminan la etiqueta

Al menos el 50% de las personas a las que etiquetas deben participar o comentar en tu publicación

Si responden menos del 25% tu publicación se ralentizará y obtendrá entre un -20% de visitas.

Si participan menos del 25% de las personas etiquetadas, tu publicación dejará de ser mostrada y podría ser considerada SPAM





ENLACES EXTERNOS

¿Dónde ponerlo?

1. Mejores resultados si publica el enlace "editando" tu publicación justo después de haberla publicado.

2. Segunda mejor opción, escribir el enlace en tu publicación original (gracias al tiempo de permanencia) aunque penalizado por enlace en publicación

3. El "método del primer comentario". Tiene desventaja al perder clicks rápidos y si hay mucha interacción, el primer comentario puede desaparecer, por lo que no compensa el mayor alcance de la publicación con la dificultad para el usuario, sólo útil en algunos casos.

- Las publicaciones con 2 enlaces obtienen un 25% menos de visitas

- Publicar con 3 o más enlaces cae un 40%

- Más enlaces, es considerado SPAM.

*Cómo utilizar
enlaces externos
en tus
publicaciones?*

BUGi

Todo lo que necesitas saber sobre los "Me gusta" en LinkedIn

¿TE GUSTA?

Los "me gusta" activan el algoritmo en las primeras 2 horas después de publicar tu publicación. Sin embargo, con respecto al alcance, solo tendrán el 50% del impacto en comparación con un Comentario.

En abril de 2019, LinkedIn introdujo diferentes botones "Me gusta". Las investigaciones muestran que el impacto de "Celebrar, amar, emocionado y curioso" es el mismo que "Me gusta". Sin embargo, el botón "Soporte" parece generar un 10% más de vistas.

El algoritmo te premia si comentas a cualquier tipo de "Me gusta" dentro de las 24 horas posteriores a la redacción del comentario.

El truco de los comentarios, también funciona en las páginas de empresa.





¡COMENTA!

- Los comentarios pueden verse como la gasolina de tu publicación. En comparación con los "Me gusta", obtendrán dos veces más vistas. En comparación con un "Compartir", ¡Hasta 8 veces más vistas!

Aunque el efecto positivo de un autor que responde con un "Comentario" sobre los "Comentarios" recibidos es menor antes, aún vemos que el algoritmo mostrará estas publicaciones durante más tiempo en nuestro feed.

¡Es importante que el autor responda en dos horas! Luego ya no aporta nada.

¿Quiere ayudar a tu empresa, cliente o contenido a recibir más visitas? Deja un "comentario" en sus publicaciones.

Los Comentarios son CLAVE en el algoritmo

BUGi

*Compartir es inútil,
a menos que
conozcas este
"HACK"*

COMPARTIR = DUPLICAR ¡CONTENIDO!

Cuando pulsas el "Botón Compartir", LinkedIn sabe que estás a punto de compartir algo que ya se ha publicado en LinkedIn. Como resultado, un "Compartir" tiene una calificación baja con alrededor del 10 al 15% de las vistas de un "Comentario".

¡Truco! Como administrador de la empresa, no pidas a tus empleados que "compartan" tus publicaciones. Proporcióneles la publicación original y pídeles que la publiquen directamente en su propio perfil o pídeles que hagan un "comentario" sobre el contenido de la página de la empresa.

¡TRUCO LINKLEADER ! Existe un truco para "Compartir" contenido. ¡Todo lo que necesitas hacer es pedirle al autor original que "Comente" directamente en la publicación compartida!

Como resultado, tu publicación compartida obtendrá de 3 a 4 veces más vistas que un "Compartir" normal.

BUGi



¿QUÉ TAL FUNCIONA EL VIDEO?

LinkedIn adora el video nativo (Nota: El video de Vimeo se trata como nativo) en nuestro feed. El tiempo de permanencia ha tenido un efecto positivo tanto en las visualizaciones como en el engagement de las publicaciones de video con un +20% de media

La publicación de video ideal:

- Entre 30 y 60 segundos
- Formato cuadrado (más espacio en la pantalla)
- Subtítulos (más del 50% de usuarios ven videos con sonido desactivado)

Porcentajes Engagement y Alcance en vídeos de...

30 - 60 segundos = 100% de alcance estándar
1 - 3 minutos : -20%
3 -6 minutos : -45%
7-10 minutos : -75%
+10 minutos : -90%

¡Los vídeos nativos pueden generar hasta un 30% extra de engagement que otros tipo de publicaciones!

El VÍDEO marca la diferencia en el engagement



BUGi

*¿Cuales son los mejores **FORMATOS** para usar en tus publicaciones?*

MANTÉN A TU AUDIENCIA ¡CALIENTE!

En muchos casos, el empaquetado de tu contenido determina en parte el resultado en las vistas. Por lo tanto, no se trata solo de crear contenido de calidad, también se trata de la forma en que compartes este contenido. Esto es lo que LinkedIn parece hacer con tu primer lote orgánico de alcance:

- Solo texto (o con una sola imagen)	+ 25 - 50%
- Texto con documento (presentación de diapositivas)	+ 40 - 60%
- Video nativo (o a través de Vimeo)	+ 20 - 40%
Publicaciones programadas (con herramientas externas)	- 8 - 15%
Encuestas (en comparación con publicaciones normales)*	- 10 - 30%
Video de Youtube	- 20 - 55%
Enlaces externos (en la publicación)**	- 10 - 30%
Artículos (publicaciones largas en LinkedIn)	- 70 - 90%

*Sorprende especialmente la menor exposición de las encuestas pero el gran nivel de información que podemos obtener, por lo que a pesar de todo, es una de las mejores herramientas actualmente.

**Pierdes alcance y engagement pero ganas visitas a tu web



LINKEDIN PULSE, BLOGS Y BOLETINES

¿Qué pasa con los ARTÍCULOS y BLOGS?

Los artículos se crearon al final de 2013. Desde 2016 (junto con la introducción del video), las vistas disminuyeron drásticamente.

Actualmente vemos que los artículos con la misma cantidad de participación (me gusta y comentarios) obtienen entre un 70 y un 85% menos de visitas.

LinkedIn está creando el "Boletín de LinkedIn", que actualmente está siendo implementando en varios países, una iniciativa parecida a un Newsletter.

Los miembros pueden suscribirse a un boletín específico, que activará dos activadores cuando se publique un nuevo artículo:

1. El miembro recibirá una notificación
2. El boletín se enviará a la dirección de correo electrónico

Habrá que analizar esta nueva funcionalidad y ver si alcanza, pero podría ser una buena manera de sustituir o potenciar listas de contactos.



¿Cuánto deberías publicar en LinkedIn?

PUBLICAR DE FORMA INTELIGENTE

Algunas personas comparten varias publicaciones el mismo día, mientras que otras recomiendan un máximo de dos por semana. La verdad es que tu decisión debe basarse en el rendimiento de tu contenido.

LinkedIn parece que no quiere mostrar más de 2 piezas de contenido del mismo autor en le feed en un corto periodo de tiempo. Cuando publicas tu segundo mensaje al día, LinkedIn lo probará. Esto hará que tu primera publicación sea menos visible en la línea de tiempo. Si tu segunda publicación obtiene una buena puntuación, tu primera publicación obtendrá un promedio de -50% de visitas. Si tu segunda publicación no obtiene una buena puntuación, perderás un -20%. En cualquier caso es arriesgado.

¡CONSEJOS! Si tu publicación tiene un alto nivel de participación, no publiques contenido nuevo hasta que experimentes una caída importante en la participación. Si comentas tú mismo el segundo día (para reforzarlo), podrías obtener un 5-10% más de vistas en total.



CÓMO SACARLE RENDIMIENTO A LA PÁGINA DE EMPRESA

Estas son las conclusiones más importantes:

1. Alcance promedio entre 2 y 6% de la base de seguidores
2. Utiliza la opción "Publico segmentado" para tener el mismo alcance en números, pero con audiencia seleccionada (más eficaz)
3. No pidas a tus empleados que Compartan, pero pídeles que **Comenten** para un alcance 5 veces mayor
4. No hay un máximo de publicaciones por día (como en una página personal), pero si tu empresa publica menos de una vez al mes, tu alcance se reducirá al 2%.
5. El contenido que tus empleados generan, tiene un papel importante y generará entre 5 y 8 veces más visitas y participación en comparación con si publicas siempre tu desde la página.
6. ¡Las páginas de la empresa han de estar completadas al 100% o pierden alcance!

¿Qué pasa con nuestra Página de la empresa?

BUGi

¿Más conclusiones?

LINKLEADERS LAB (Cazadores de mitos)

- **Software de programación de publicaciones** tiene un ligero impacto negativo en el alcance (menos 8 - 15%)
- Para que la gente vuelva a verte en su feed, **debes realizar 2 acciones en el perfil de esa persona en una semana** (enviar mensaje, me gusta, participar o conectar)
- **LinkedIn Live** tiene un engagement promedio de 2,2% (más bajo que el video nativo en la línea de tiempo) pero aumenta la autoridad.
- **Participar poco** con el contenido de otras personas, no influye demasiado en tu propio contenido y / o compromiso pero si en tu visibilidad.
- **Usar tipos de letra extraños (negrita o cursiva)** de sitios externos o con fuentes raras, tiene una **impacto negativo** en el rendimiento de tu publicación debido a que la indexación de Google no es capaz de leerlo.
- **Los seguidores** ven menos contenido que las personas que son tus contactos de primer nivel.

BUGi



**CONSULTA EL RESTO DE PROPUESTAS PARA
DESCUBRIR HERRAMIENTAS QUE IMPULSEN TU
EMPRESA A SUPERAR LA SITUACIÓN ACTUAL.**

INFORMATE EN :

BUGI CONSULTING

08820 Barcelona | España

M: +34 609 781 916

info@bugiconsulting.com

http://bugiconsulting.com/

BUGi