

LinkedIn Learning

Guía de marketing y comunicaciones



INTRODUCCIÓN

Herramientas y estrategias para impulsar la interacción de los empleados

Una buena estrategia de marketing y comunicaciones es fundamental para impulsar la interacción de los empleados, tanto si estás a punto de estrenarte con LinkedIn Learning como si tus usuarios ya tienen acceso desde hace tiempo. Es muy importante contar con un plan adecuado, el apoyo de los expertos y las partes interesadas, y unos materiales promocionales que te permitan captar el interés de los empleados y motivarlos.

En esta guía descubrirás todas las claves para trazar una estrategia de comunicación eficaz para todas las fases de tu recorrido con LinkedIn Learning. Además, encontrarás ejemplos y plantillas muy útiles para gestionar la planificación, la promoción y los contactos durante todo el proceso. Accede al apartado que más te interese y ponte en marcha.



ÍNDICE

Antes del lanzamiento:

Identifica a los expertos y despierta interés 4

1. Identifica a los patrocinadores y socios del proyecto
2. Crea tu plan de comunicación sobre el lanzamiento
3. Pon en marcha una campaña para suscitar interés
4. Crea subadministradores

Lanzamiento:

Anuncia, invita y anima 9

1. Envía invitaciones por email
2. Difunde a través de canales internos y reuniones
3. Selecciona y asigna contenido

Después del lanzamiento:

Desarrolla e integra una cultura de formación en tu organización 13

1. Incluye la formación en tus evaluaciones de rendimiento
2. Recalca la importancia de la formación con sugerencias de cursos
3. Motiva a los empleados con campañas promocionales
 - 3.1 Lanza una campaña de formación para apoyar una causa
 - 3.2 Establece un calendario de campañas temáticas por temporada
 - 3.3 Aprovecha el potencial de la gamificación
 - 3.4 Organiza almuerzos didácticos
 - 3.5 Crea una campaña «Usuario del mes»
4. Evalúa la repercusión de tus estrategias

Recopilación de plantillas y recursos 20

Antes del lanzamiento:

Identifica a los expertos y despierta interés

Sienta las bases y tenlo todo listo para el lanzamiento de LinkedIn Learning en tu organización.

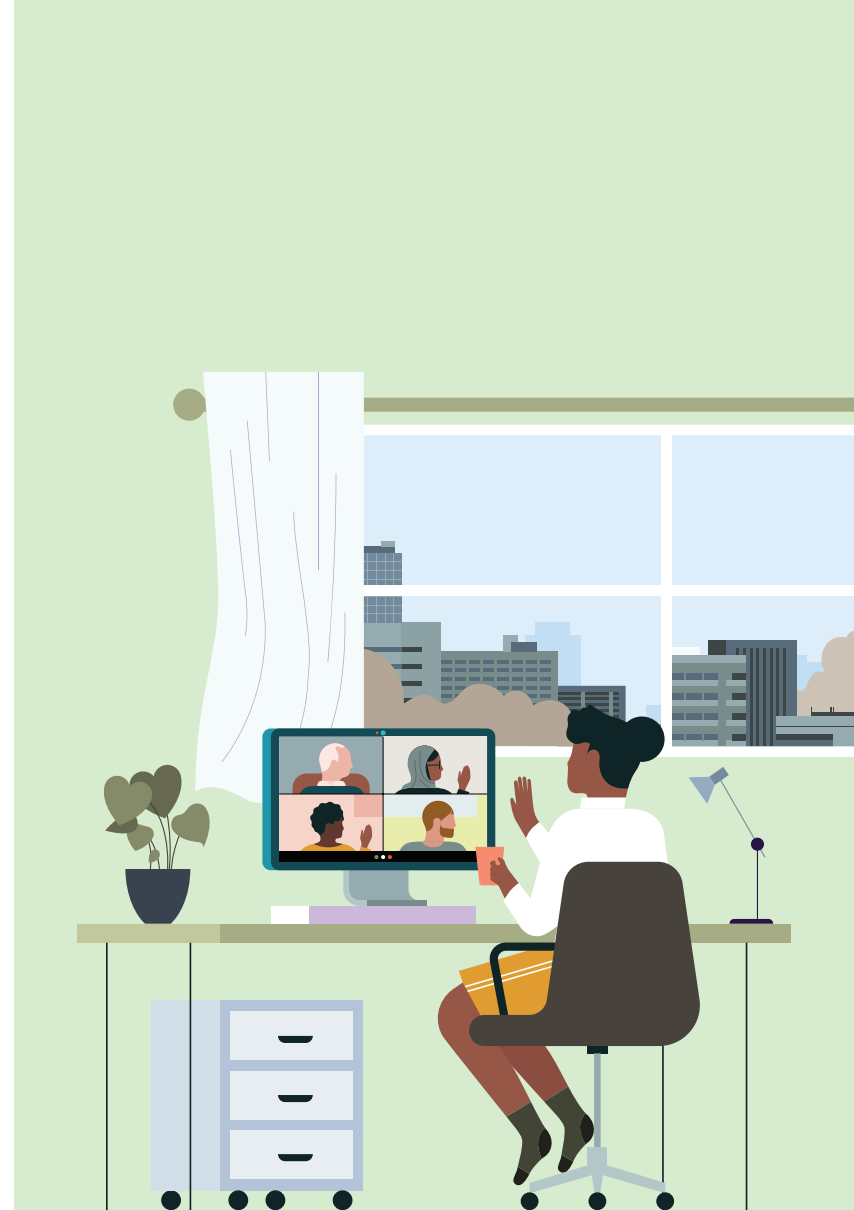


1. Identifica a los patrocinadores y socios del proyecto

Un buen patrocinador puede ayudarte a alcanzar tus objetivos o superarlos en casi un 300 %¹. Además, si cuentas con socios multifuncionales, como el equipo de comunicaciones internas, podrás despertar interés e impulsar la interacción entre los empleados. Por tanto, es muy importante que te asegures el apoyo de las personas adecuadas antes del lanzamiento.

- Usa [esta plantilla](#) para definir las funciones y responsabilidades de los socios y patrocinadores antes, durante y después del lanzamiento.

¹Fuente: <https://www.prosci.com/resources/articles/change-management-best-practices>



2. Crea tu plan de comunicación sobre el lanzamiento

Si dispones de tu propio equipo de comunicaciones internas, habla con él para definir y seguir su plan de comunicación sobre el lanzamiento. Ellos sabrán mejor que nadie cómo abordar a *tu* público objetivo. Pueden ayudarte a identificar los canales de comunicación más eficaces y personalizar el mensaje para obtener los mejores resultados.

- [Utiliza esta plantilla personalizable](#) para definir tu plan de comunicación sobre el lanzamiento.

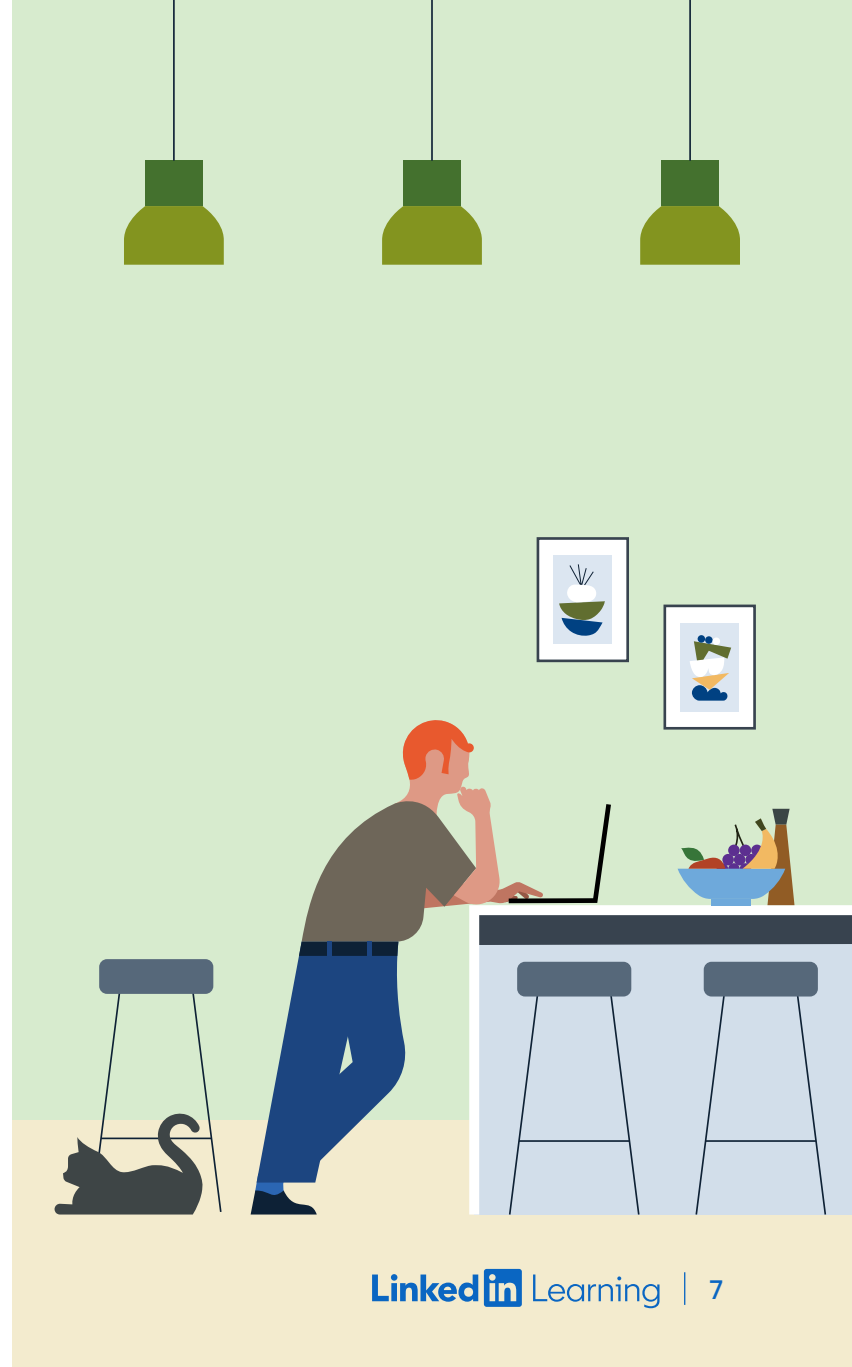


ANTES DEL LANZAMIENTO

3. Pon en marcha una campaña para suscitar interés

Genera entusiasmo en torno al lanzamiento con una campaña para suscitar interés a través de los canales identificados en tu plan de comunicación. Muy pronto los empleados tendrán acceso a más de 16.000 cursos de expertos. ¿A que suena bien?

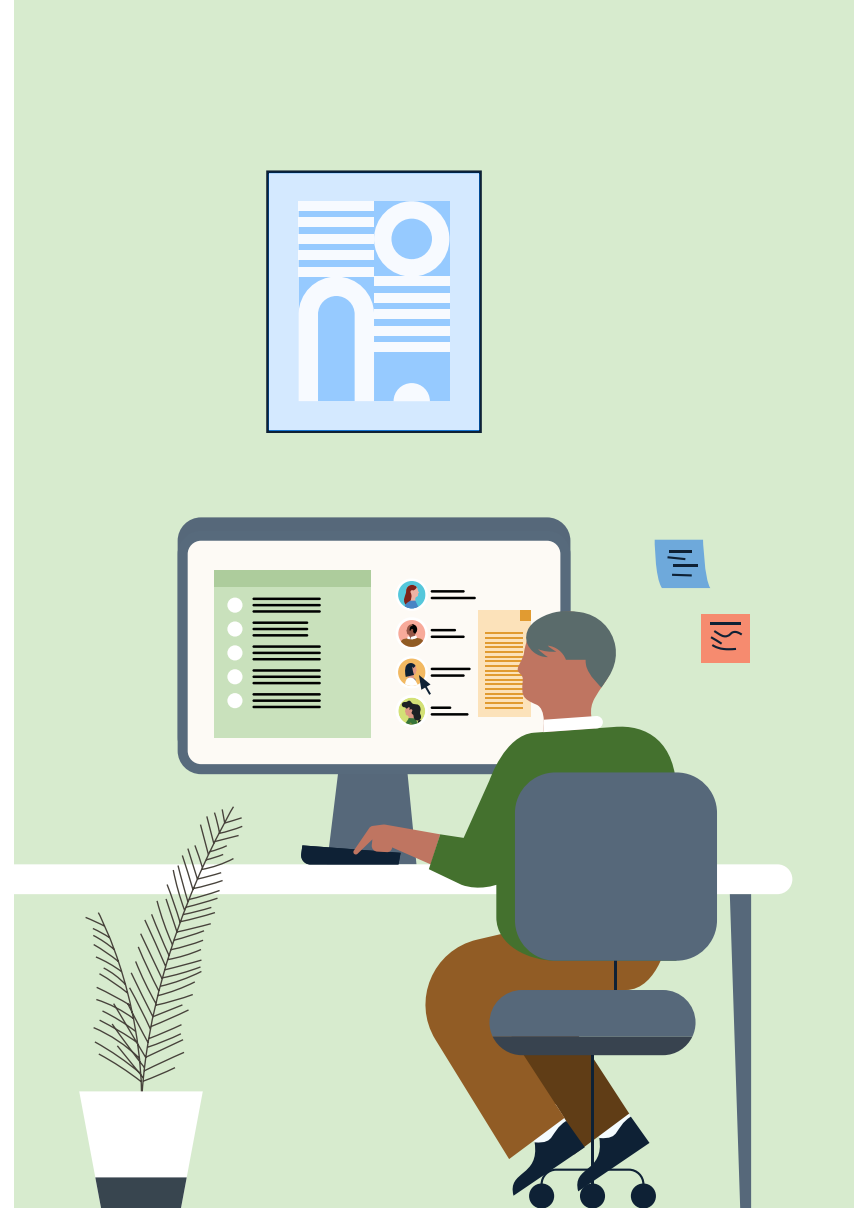
- Usa estos materiales promocionales y calendarios para crear tu campaña según los canales elegidos.



4. Crea subadministradores

Tienes la opción de conceder permisos de subadministrador a otros usuarios de LinkedIn Learning, por ejemplo para gestionar, seleccionar y recomendar contenido, crear grupos, asignar licencias o ver informes. Asigna estos permisos a personas que puedan ayudarte a impulsar la interacción de los usuarios, como expertos y socios, jefes de equipo o responsables de personal.

- [Obtén más información aquí](#) sobre los permisos de subadministrador y cómo asignarlos.
- [Adapta esta plantilla de email](#) para animar a los subadministradores a utilizar los permisos que les has concedido.



Lanzamiento: Anuncia, invita y anima

Anima a los empleados a formarse desde el primer momento mediante una campaña de comunicación efectiva (mensajes generales, invitaciones personales, etc.).



Los clientes que envían invitaciones por email obtienen un

50 %

más de activaciones



LANZAMIENTO

1. Envía invitaciones por email

El email de invitación es la herramienta más eficaz para animar a los empleados a acceder a LinkedIn Learning por primera vez. Los clientes que envían invitaciones por email obtienen un 50 % más de activaciones. Aunque tus empleados tengan acceso automáticamente a LinkedIn Learning a través de otra plataforma, es interesante enviarles un email para que activen sus cuentas y se impliquen en la formación.

- [Sigue estos pasos](#) para importar una lista de usuarios mediante un archivo CSV. De este modo, recibirán las invitaciones por email y las notificaciones de LinkedIn. Vuelve a enviar invitaciones con un clic a modo de recordatorio para aquellos que no activen su cuenta.
- Usa el [email de ejemplo 1](#) o el [email de ejemplo 2](#) como plantilla para invitar a todos los empleados con un mensaje general de parte de tu equipo de formación y desarrollo o de tu patrocinador ejecutivo. Si cuentas con una plataforma de SSO, incluye el enlace a la invitación de tu organización o a la plataforma de SSO.
- [Comparte tu enlace de invitación](#) si dispones de una plataforma de SSO en emails internos existentes, como boletines de formación y desarrollo. Y pide a los responsables de personal que lo incluyan en sus emails con novedades sobre el equipo.

LANZAMIENTO

2. Difunde a través de canales internos y reuniones

Utiliza canales habituales de tus empleados para asegurarte de que estén al tanto de su acceso a LinkedIn Learning y animarlos a ponerse en marcha.

- Pide a tu patrocinador ejecutivo que destaque el lanzamiento de LinkedIn Learning en reuniones con todo el equipo u otras a gran escala.
- Publica nuestros materiales promocionales en canales internos como Microsoft Teams o Slack, o bien en tu intranet (por ejemplo, en la página de inicio de formación).
- Pide a los expertos en formación que compartan sus objetivos de aprendizaje y sus cursos favoritos mediante esta plantilla en las redes sociales o en reuniones de equipo para motivar a sus compañeros.

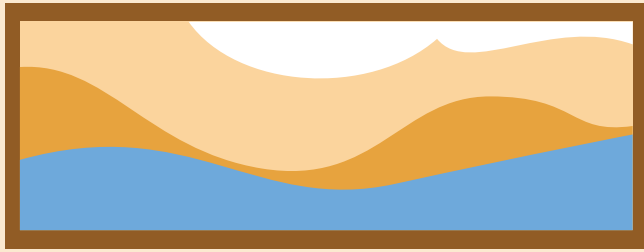


LANZAMIENTO

3. Selecciona y asigna contenido

Identifica el contenido más adecuado según las prioridades de tu organización y pide a los gerentes que hagan lo mismo con sus equipos.

- [Usa nuestros planes de contenido por competencia](#) (en inglés) para encontrar los cursos más relevantes que te permitan desarrollar las aptitudes necesarias según las prioridades de tu organización.
- [Asigna cursos](#) o [carga contenido personalizado](#) si tienes una licencia Hub para preparar a los empleados antes de formaciones con instructor.
- [Asigna el curso «Cómo usar LinkedIn Learning»](#) a los empleados actuales y las nuevas incorporaciones para que empiecen con buen pie.



Después del lanzamiento: Establece e integra una cultura de aprendizaje en tu organización

Integra la formación en el día a día de tus empleados ayudándoles a entender cómo puede facilitar su desarrollo profesional. Sugiereles cursos relevantes y animales a desarrollar buenos hábitos de aprendizaje a largo plazo.



1. Incluye la formación en tus evaluaciones de rendimiento

Las personas que se comprometen por escrito a perseguir un objetivo tienen un **42 %** más de probabilidades de lograrlo.¹ Invita a los responsables de personal a abordar la formación durante sus conversaciones de evaluación y anima a los empleados a marcarse objetivos didácticos como parte de su plan formativo.

- [Sigue estos cinco pasos](#) para ayudar a los gerentes a poner énfasis en la formación durante las evaluaciones de rendimiento.
- [Utiliza plantillas para compartir publicaciones](#) en canales internos que animen a los empleados a marcarse objetivos.
- [Comparte estas instrucciones](#) con los empleados para que se pongan metas en la plataforma de LinkedIn Learning.

¹Fuente: <http://mmb-s3.s3.amazonaws.com/2015/11/goals-study-gail-matthews.pdf>

²Fuente: encuesta a 600 usuarios de LinkedIn Learning (agosto de 2020)

El progreso respecto a objetivos de aprendizaje es la principal motivación para los

62 %
empleados²



2. Recalca la importancia de la formación con sugerencias de cursos

Envía sugerencias de cursos con frecuencia para ayudar a los empleados a abordar los nuevos retos que plantean la evolución de sus puestos, la vida laboral y las prioridades de la organización.

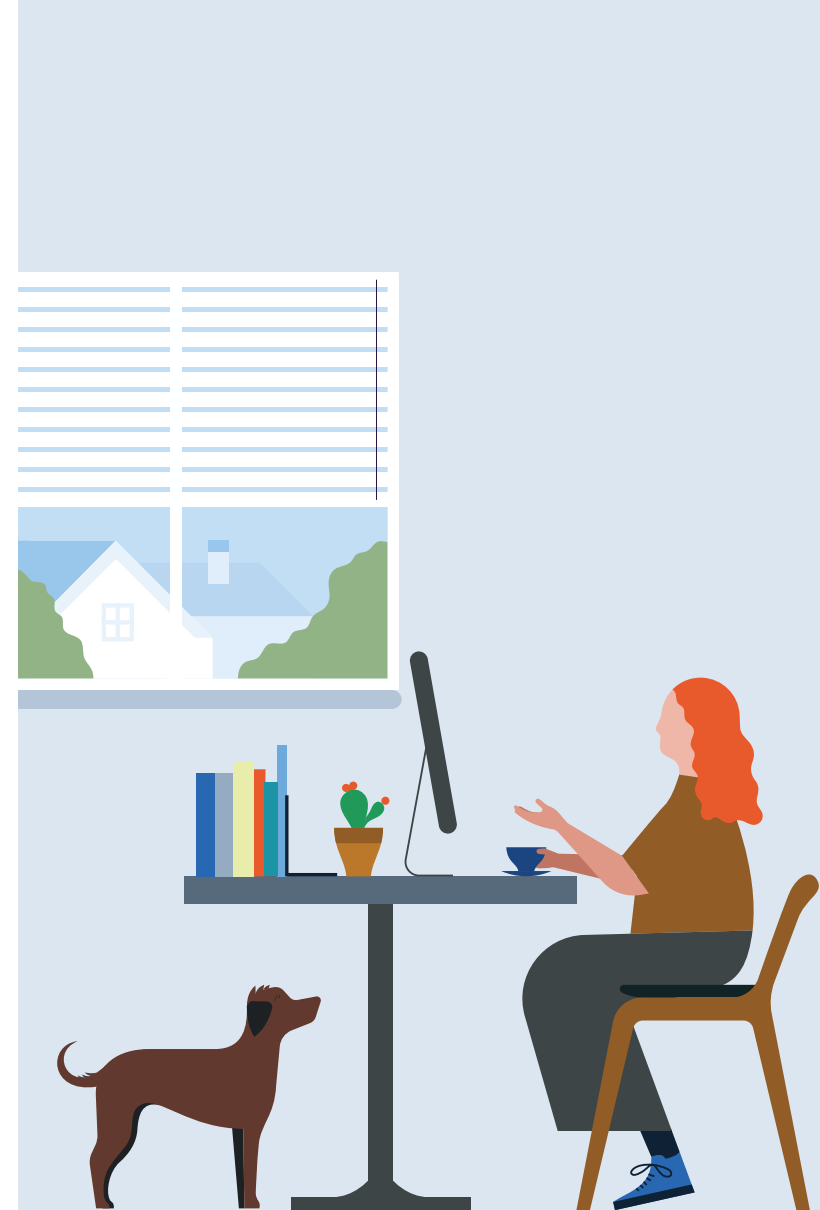
- [Encuentra aquí los últimos cursos](#) (en inglés) para compartirlos con jefes de equipo o directamente con los empleados.
- [Usa esta plantilla](#) para enviar un boletín periódico de parte del equipo de formación y desarrollo, responsables de departamento o expertos en aprendizaje que incluya cursos recomendados y otras novedades.
- Pide a los expertos y jefes de equipo que mencionen cursos o itinerarios de aprendizaje prácticos en las reuniones con sus empleados.



3. Motiva a los empleados con campañas promocionales

Anima a los empleados a formarse o desarrollar buenos hábitos de aprendizaje mediante retos temáticos, almuerzos didácticos, programas solidarios y otras campañas dirigidas a los empleados y un público más amplio.

[Visita nuestra página de recursos promocionales](#) para descubrir las últimas ideas, materiales personalizables y plantillas de planificación para tus campañas promocionales.



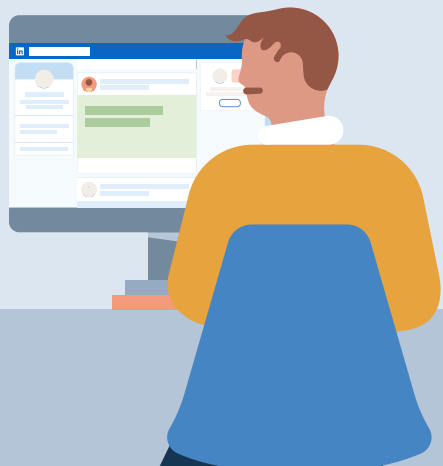
DESPUÉS DEL LANZAMIENTO

3. Motiva a los empleados con campañas promocionales

Lanza una campaña de formación para apoyar una causa

Crema un vínculo entre el desarrollo profesional y las iniciativas sociales de tu organización para animar a los empleados a formarse al tiempo que mejoras la responsabilidad social de tu negocio.

- [Usa esta guía paso a paso](#) para lanzar tu propia campaña.
- [Descubre cómo Allianz ha usado esta estrategia](#) para generar más de 26.000 horas de interacción.



Establece un calendario de campañas temáticas por temporada

Identifica fechas señaladas a nivel nacional o internacional para crear campañas temáticas por temporada que saquen partido al interés y al entusiasmo que suscitan esos temas.

[Encuentra plantillas aquí](#) (en inglés) que puedes adaptar a cualquier campaña.

- Una campaña de *Año nuevo, metas nuevas* que anime a los empleados a marcarse objetivos y desarrollar buenos hábitos de aprendizaje a partir de enero.
- Una campaña *El amor por la formación* que aproveche la emoción de San Valentín.
- O sigue una estrategia más específica recomendando cursos que estén relacionados con un tema que te interese, como una campaña del Día de la madre o del padre para promocionar cursos sobre la conciliación.

Aprovecha el potencial de la gamificación

Aprovecha el espíritu competitivo de los empleados para animarlos a aprender con su equipo o toda la organización de una manera divertida.

- [Descarga nuestra guía de gamificación](#) para descubrir ideas de juegos.
- Pide a tus socios o patrocinadores ejecutivos que se impliquen o incluso que organicen un juego para fomentar la participación.
- Crea retos de aprendizaje que acompañen tus campañas temáticas por temporada mediante clasificaciones para premiar la implicación a nivel personal o de equipo.

DESPUÉS DEL LANZAMIENTO

3. Motiva a los empleados con campañas promocionales

Organiza almuerzos didácticos

Organiza regularmente almuerzos didácticos a distancia o de forma presencial, organizados por el equipo de formación y desarrollo o por la directiva, para crear una dinámica de aprendizaje. También puedes pedir a los expertos en formación y otros empleados que organicen sesiones didácticas a la hora del almuerzo.

- Las sesiones pueden contar con la participación de directores sénior o expertos en la materia que compartan sus conocimientos sobre un tema.
- Organiza sesiones de «club de cursos» en las que los asistentes puedan debatir sobre un curso o itinerario de aprendizaje en concreto.
- [Inspírate con este programa](#) donde encontrarás ideas sobre temas que cubrir en los almuerzos didácticos. Puedes elegir temas según las prioridades de tu organización o encuestar a los empleados sobre los ámbitos y ponentes que más les interesan.

Crea una campaña «Usuario del mes»

Todos los meses, entrevista a un empleado que haya aprovechado LinkedIn Learning para su desarrollo profesional y comparte la entrevista a través de los canales internos.

- [Empieza con estas preguntas de ejemplo para entrevistas](#) o úsalas como punto de partida para preparar las tuyas.
- Recurre a los vídeos para captar el interés de los empleados. Puedes pedir al protagonista que grabe sus respuestas con el teléfono o grabar toda la entrevista en una sesión de videoconferencia.

92 %

de los usuarios estaría dispuesto a participar en un debate de grupo después de aprender a su ritmo¹



¹Fuente: encuesta a 600 usuarios de LinkedIn Learning (agosto de 2020)

4. Evalúa la repercusión de tus estrategias

Utiliza los métodos cualitativos y las herramientas avanzadas de análisis de LinkedIn Learning para entender el comportamiento de los usuarios a lo largo del tiempo. Así podrás determinar la repercusión de tus estrategias de comunicación y tus campañas promocionales. Esta información valiosa te servirá para desarrollar tu próxima estrategia.

- [Echa un vistazo a este curso](#) para descubrir todas las funcionalidades de informes que ofrece LinkedIn Learning.
- Lleva a cabo una encuesta entre tus empleados unos 3 o 6 meses después del lanzamiento de LinkedIn Learning para recabar opiniones de calidad.



Recopilación de plantillas y recursos

Esta es una recopilación de todas las plantillas y recursos que aparecen en esta guía, además de otros materiales que podrían resultarte útiles.



Plantillas de planificación

- [Plantilla sobre las funciones y responsabilidades de socios y patrocinadores](#)
- [Plantilla de planificación personalizable](#)
- [Plantilla de planificación personalizable \(formato Excel\)](#)
- [Planes de contenido por competencia \(en inglés\)](#)
- [Plantilla de ejemplo para almuerzos didácticos](#)



Plantillas de promoción

- [Materiales promocionales y calendarios de campaña personalizables](#)
- [Plantilla de email para otorgar permisos de subadministrador](#)
- [Email de ejemplo de invitación 1](#)
- [Email de ejemplo de invitación 2](#)
- [Plantilla para emails de expertos en formación o boletines de aprendizaje](#)

Recomendaciones

- [Permisos de subadministrador y cómo asignarlos](#)
- [Invitaciones de email mediante la importación de un archivo CSV](#)
- [Cómo compartir tu enlace de invitación](#)
- [Asignación de cursos](#)
- [Cómo cargar contenido personalizado](#)
- [Curso «Cómo usar LinkedIn Learning»](#)
- [Cinco pasos para ayudar a los gerentes a poner énfasis en la formación durante las evaluaciones de rendimiento](#)
- [Instrucciones para marcarse objetivos de formación](#)
- [Últimos cursos de LinkedIn Learning \(en inglés\)](#)
- [Consejos para lanzar tu campaña de formación por una buena causa](#)
- [Campaña de formación de Allianz por una buena causa](#)
- [Guía de gamificación](#)
- [Funcionalidades de análisis e informes de LinkedIn Learning](#)