Los CEO de sectores B2B que tienen mejor presencia digital en redes sociales

Análisis. De acuerdo al reporte de Edición Limitada, los líderes de servicios de tecnología son los que generan más contenido en LinkedIn. Jorge Toyama lidera el ranking.

CLAUDIA INGA MARTÍNEZ

La presencia digital se ha vuelto más relevante, en particular para los CEO, que hoy más que nunca buscan reforzar su marca personal y la de sus organizaciones.

De acuerdo al Ranking Líderes 2024 de presencia e interacción digital en LinkedIn, realizado por la agencia de content marketing Edición Limitada, Jorge Toyama, socio de Vinatea & Toyama; Ignacio Brain, director ejecutivo de Michael Page; y Paulo Pantigoso, country manager partner de EY Perú, lideran el top 3 de los ejecutivos con mejor posicionamiento.

El sector B2B se enfoca en servicios legales, empresariales, de tecnología y de recursos humanos. "Los líderes en B2B son protagonistas que muchas veces pasan desapercibidos, a pesar de su relevancia como consultores y expertos empresariales", comenta Luis Felipe Gamarra, director general de Edición Limitada.

Para este análisis, Gamarra cuenta que midieron seguidores así como la diversidad de posts e interacciones. El ejecutivo destaca que la generación de contenido de valor es clave para el posicionamiento.

El ranking muestra que los líderes de tecnología son los que más generan contenidos, seguidos de los de servicios legales. Luego están las cabezas de servicios empresariales y de recursos humanos.

De hecho, los ejecutivos en los servicios de tecnología cuentan con una mayor cantidad de seguidores. Se trata de un sector bastante competitivo para los líderes B2B. Ello genera que los empresarios permanentemente generen contenido de valor relacionado a sus nuevos productos, servicios, premios y reflexiones sobre temas tecnológicos. En este rubro, Giovanna Cortez (Microsoft), encabeza la lista.

En el caso de servicios legales, muchos abogados comentan las nuevas normativas y su impacto en el entorno empresarial. Por el lado de los servicios de recursos humanos, los ejecutivos crean contenidos sobre la gestión humana y su conocimiento para liderar mejor. Mientras que los líderes de servicios empresariales se enfocan en temas tributarios o contables.

Gamarra remarca que los contenidos que generan mayor interacción suelen ser aquellos en los que el ejecutivo se anima a contar algo personal. Una historia propia genera que su comunidad se sienta identificada. También funcionan los contenidos que reflejan el expertise o conocimiento del líder analizando un tema. Y, en un tercer nivel, recomendaciones o tips desde su experiencia.

El especialista de Edición Limitada recomienda probar videos y distintos formatos en sus posts para fortalecer más su posicionamiento.

RANKING CONSOLIDADO

40% corresponde a ejecutivos de empresas que brindan servicios empresariales.

30% de los ejecutivos son de compañías dedicadas a servicios de tecnología.

20% de los ejecutivos pertenecen a empresas que brindan servicios legales.

20% de los ejecutivos provienen de empresas que ofrecen servicios de recursos humanos.



Fuente: Ranking Líderes B2B 2024 / Presencia e Interacción Digital en LinkedIn, elaborado por la agencia de content marketing Edición Limitada (marzo 2023 a marzo 2024). **Disclaimer:** Vinatea & Toyama Abogados y Canvia son cuentas de Edición Limitada, que según indica la consultora, han llegado al ranking exclusivamente por la fórmula utilizada en el estudio.