

Personal Branding

Xavier Roca Torruella

Bell-lloch
17 maig 2013

ceeilleida 
centre europeu d'empreses i innovació



Personal Branding - Guió

Reflexions inicials

El concepte de marca

El concepte de personal branding

Gestió de la marca personal

Personal Branding 2.0

Reflexions finals

Reflexions iniciais

Crisi

I si no tot fos la crisi?

Canvi constant

Mercat Laboral



MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL
INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL

Hi ha un excés de gent
molt competent

Tota la vida en la mateixa empresa



Tota la vida en el mateix sector



Tenir diferents professions al llarg de la vida

Del què coneixes...



Al a qui coneixes...



A qui et coneix, qui et «troba»

Treballant fort
no n'hi ha prou

Feina+Vida



**Marca
Personal**

El concepto de marca

Marcar (verb) és deixar una impressió inoblidable
a la ment d'alguna persona (*Concise Oxford Dictionary*)

El concepto de marca



Els 6 pilars de la marca

El concepte de marca

Confiança

Diferenciació

Expectatives

Valor

Relacions

Informació

Beneficis d'una bona marca

Obtenir un millor preu



Beneficis d'una bona marca

Major valoració i reconeixement



Beneficis d'una bona marca

Ampliar la línia d'activitats



Beneficis d'una bona marca

Superar cicles econòmics de crisi



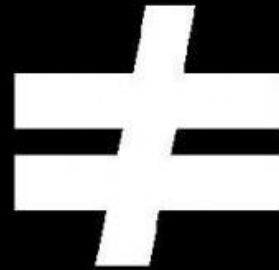
Beneficis d'una bona marca

Atraure a persones i associats de renom



El concepto de personal branding

Personal branding



Marca personal

Ocupar un lloc en la ment d'algú

Aconseguir que la nostra marca personal:

que sigui recordada

que sigui tinguda en compte

que sigui l'opció preferent

que sigui l'opció escollida

Aplicar els conceptes tradicionals de marca a la persona

Història del personal branding



Algunes frases de personal branding

"Your brand is what people say about you when you're not in the room"

Jeff Bezos



Algunes frases de personal branding

"Be Yourself, Everyone Else is Already Taken".

Oscar Wilde

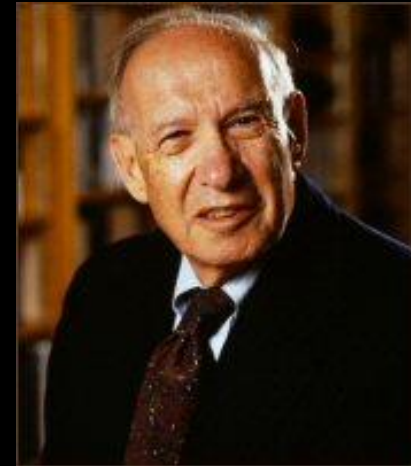


La gestió de la marca personal

1. Anàlisi
2. Estratègia
3. Comunicació

1. Anàlisi

“En l’economia del coneixement només tenen èxit els que es coneixen a sí mateixos: els seus punts forts, els seus valors i com aconseguir els seus millors resultats”. Peter Drucker



1. Anàlisi

Què hem d'analitzar?

Coneixements

Estructura

Experiència

Motivació

Habilitats

Passió

Talent

1. Anàlisi

Tècniques d'autoconeixement

Test de competències

Test d'automotivacions

Feedback 360º

Test de personalitat DISC

2. Estratègia

“Conjunt d’accions planificades sistemàticament en el temps que es desenvolupen per aconseguir un objectiu determinat”

Prové del grec ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ -> Stratos = Exèrcit i Agein = conductor, guia

2. Estratègia



Michael Porter



2. Estratègia

El concepte d'avantatge competitiva

Tenir alguna característica diferencial respecte els competidors i que permet aconseguir uns rendiments superiors de forma sostenible en el temps

2. Estratègia

**Quina és la teva
avantatja competitiva?**

2. Estratègia

Les 3 estratègies genèriques de Porter

Lideratge en costos

Diferenciació

Especialització

2. Estratègia

Diferenciació

Aspectes rellevants

Tecnologia

Valor afegit

Servei al client

Disseny

Canals comercialització

Imatge de marca

2. Estratègia

Algunes frases sobre diferenciació

“Si ets un més, seràs un menys”

Andrés Pérez Ortega



“Si no ets capaç de diferenciar-te per alguna raó, seràs substituït per qualsevol raó”

Ronni Apteker



2. Estratègia

Alguns exemples sobre diferenciació



2. Estratègia

Especialització

Enfocament:

Grup de clients en particular

Línia del producte específica

Nínxol

Alta segmentació

2. Estratègia

Especialització

Ofereix molts beneficis en qualsevol negoci:

Diferenciació

Presumpció d'expert

Comprensió més clara per part del client

Enfocar-te en els teus punts forts

Els clients es pre-qualifiquen ells mateixos

2. Estratègia

Especialització

Els 2 principals errors, quan parlem d'Especialització:

Diversificació: és una gran temptació que crea confusió i es paga molt cara

Dilució: agafar clients que no són el nostre públic objectiu

“Specialize or spend”

Peter Montoya



2. Estratègia

Alguns exemples sobre especialització



2. Estratègia

Gestió estratègica de la marca personal

Visió

Missió

Valors

Públic objectiu

Proposta de posicionament

3. Comunicació

El concepte de comunicació



3. Comunicació

Curriculum Vitae

Format:

Encapçalat - Dades personals

Objectiu

Educació

Experiència professional

Activitats, honors, premis i reconeixements

Referències

Seccions addicionals

3. Comunicació

Curriculum Vitae

Aspectes a evitar:

Escriure en majúscules

Utilitzar diferents fonts o tipus de lletra

Centrar-se massa en un mateix o en les seves necessitats

Utilitzar superlatius per descriure el treball realitzat

Utilitzar frases llargues

Utilitzar ordre il·lògic

Afegir informació redundant o no relacionada

No incloure temes personals poc rellevants

Utilitzar un llenguatge no apropiat

3. Comunicació

Altres formes de comunicació

Articles especialitzats

Presentacions, cursos, conferències...

Llibre o manual

Altres formes de participació pública

3. Comunicació

Imatge personal



3. Comunicació

Imatge personal

Només hi ha una possibilitat de causar una bona primera impressió

Cal tenir-ne molta cura

Dóna autoconfiança

Correlaciona amb èxit

3. Comunicació

Networking

El networking és un «capital social»

Essencial per a:

Identificar oportunitats professionals

Actualitzar els nostres coneixements

Ampliar els nostres contactes

Obsessioneu-vos pels contactes

3. Comunicació

Networking

“El **networking** és l'eina de marketing més important per construir la marca personal”

Tom Peters



Personal branding 2.0

Benvinguts a la revolució digital



Web personal

Principal **font d'informació** sobre nosaltres mateixos

Concentra **tota la informació** que volem donar sobre la nostra marca personal

Ens permet indexar-nos als **cercadors**

S'ha de **promocionar**

Cal publicar sovint informació de **qualitat** i ben elaborada

Web personal



Blog personal

Són **diaris digitals**

Moltes **avantatges** compartides amb la pàgina personal

Existeixen **plataformes gratuïtes** de fàcil gestió

Cal **investigar** i familiaritzar-te amb altres blogs afins

La **freqüència** d'actualització hauria de ser setmanal

Blog personal



Blogspot.com/Blogger.com:

Propietat de Google

Fàcil d'utilitzar (semblant al gmail)

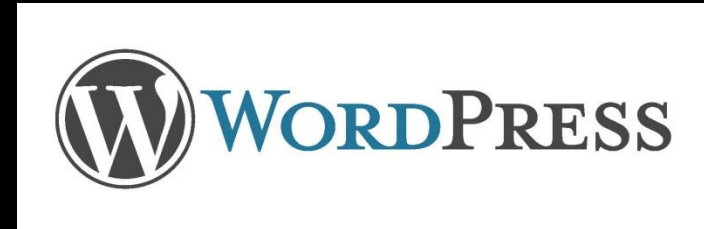
Cal obrir un compte Google

La més utilitzada del món

No tan complerta com Wordpress

<http://elmeunom.blogspot.com>

o be directament el nostre domini



WordPress.com i WordPress.org:

Plataforma més potent i sofisticada

Wordpress.com és més bàsic

Gran quantitat de plantilles

Molts complementos disponibles

Actualitzacions molt freqüents

També es pot muntar sobre el nostre domini personal

Blog personal

INICIO PUBLICACIONES CONFERENCIAS COORDENADAS RSS ENGLISH

Retail innovation

Lluís Martínez-Ribes

Lluís Martínez-Ribes Lluís Martínez-Ribes

VOLAR CON ALFOMBRAS DE AUTOR. Interpretación de la tienda de Nani Marquina

30 Mayo 2012 · No Comments

Me gusta 5 Tweet 4 +1 1 Share 4

Nani Marquina ha ganado el "Premio a la tienda 2010", un galardón que se otorga a los mejores comercios de Barcelona. Este establecimiento abrió sus puertas en diciembre del 2009, con la vocación de ofrecer alfombras de su diseño en un espacio de 650 m2 ubicado en la calle Rosellón, esquina con

Innovar en Retail. Aprender experimentando

Son 3,5 días de inmersión conceptual y experimental en cómo innovar en retail.

Un programa único en España: del 25 al 28 de septiembre, en Esade Barcelona. Es para directivos que quieran llegar al fondo de la innovación centrada en el cliente.

[+ información.](#)

Customer experience

Customer Experience

SEARCH

Type and hit enter

Lluís Martínez-Ribes es un apasionado de la innovación en retail (retail innovation) y la desarrolla en dos ámbitos: en el académico, como profesor titular de **ESADE**; y en el de la práctica empresarial, como consultor socio de **m+!=!** (**Martínez+Franch consultores**). En sus 34 años de experiencia profesional ha tenido la fortuna de poder practicar su especialidad en 24 países. lluis@martinez-ribes.com

CREDENCIALES

- Experiencia docente
- Experiencia como consultor
- Algunos clientes

The logo for about.me, featuring the word "about" in white and ".me" in yellow, set against a dark blue rectangular background.

Crear, de forma fàcil i gratuïta, una pàgina web sobre tu i els teus interessos

Cal pujar una foto, escriure una petita bio

Cal afegir també totes les teves xarxes socials

Et permet trobar amics i ficar com a favorits persones interessants

Et resumeix l'activitat que tens i el teu nivell d'influència amb Klout

Interessants estadístiques de la teva pàgina web

Regal e-mail i targetes de visita personalitzades

about.me



The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font on a blue rectangular background. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

facebook®

facebook®

Personal branding 2.0



The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

Algunes recomanacions

Difícilment es contracta algú per Facebook però sí es pot descartar

Configurar perfil i nivell de privacitat; atenció a les fotografies (zona privacitat)

Completar el perfil amb els interessos socials (Atenció)

Cercar contactes i desenvolupar la xarxa

Interactuar regularment amb els teus amics

Unir-se a grups i pàgines de seguidors, apuntar-se a events i crear pàgina de fans

Crear una URL única -> facebook.com/usernames

Aprofitar funcionalitats





Algunes recomanacions

Tractar el seu perfil linkedin com si fos un lloc web

Integrar el perfil amb la resta de la presència on-line

Completar el perfil a consciència(tots els apartats):

- El nom i el càrrec han de ser clars i “correctes”

- Cuidar la imatge de la foto

- Personalitzar la URL del perfil públic

- Aprofitar la secció “experiència”

- Utilitzar els punts forts de “experiència” per al “extracto”

- Aprofitar l’ús dels 3 hipervincles de “sitios web” del perfil

- Completar la secció “educación”



Algunes recomanacions

Realitzar alguna publicació al menys 2-3 cops per setmana

Atendre els missatges i les invitacions

Unir-se a grups de l'especialitat corresponent. Crear un grup

Ser proactiu a l'hora de recomanar i ser recomanat

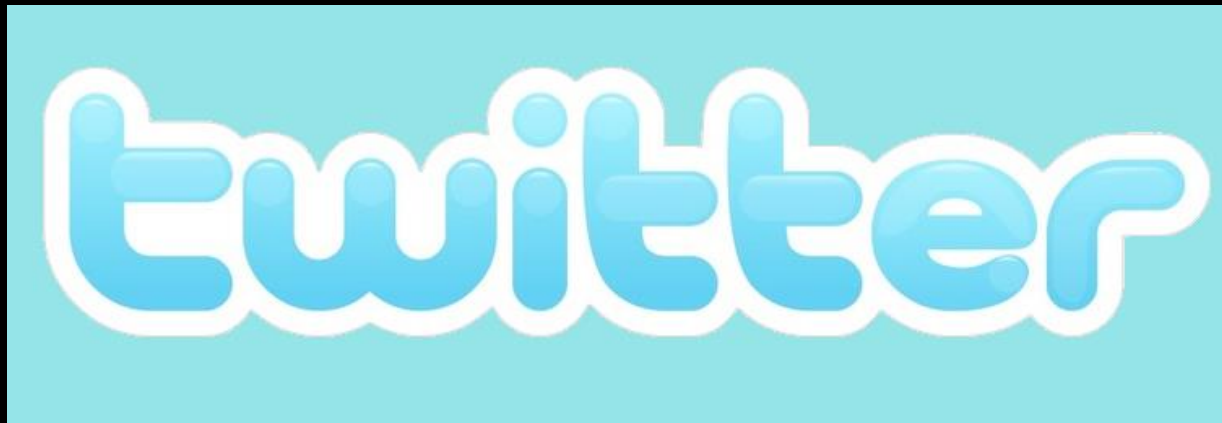
Aconseguir recomanacions

No agregar persones que no es coneixen

No confondre quantitat amb qualitat

Desvirtualitzar els contactes estratègics més importants

Invertir-hi temps: navegar, experimentar...





Algunes recomanacions

Crear un perfil complet (nom complert, breu descripció i URL)

Reservar el nom d'usuari -> twitter.com/elseunom

Piular sobre temes amb els que volem posicionar la nostra marca personal i que siguin d'interès per al nostre públic objectiu

Especial atenció a temes polítics, de futbol, religiosos...

Utilitzar llistes de twitter





Algunes recomanacions

Definir la estratègia de vídeo

Crear un compte a Youtube (amb la nostra marca personal)

Personalitzar el canal d'acord a l'estratègia de marca

Completar les màximes opcions possibles

Pujar vídeos amb certa freqüència alineats amb marca personal

Promocionar els vídeos (e-mails, xarxes socials, signatures...)

Interactuar amb els que visionen els vídeos i amb la comunitat

Optimitzar el Youtube Insight (analítiques i informes)

The image shows the Vimeo logo, which consists of the word "vimeo" in a white, lowercase, rounded sans-serif font. The logo is centered on a solid blue rectangular background.

vimeo



slideshare
Present Yourself



Algunes recomanacions

Pujar contingut de qualitat i alineat amb el teu posicionament

Invertir temps cercant amics i contactes professionals

Excel·lent plataforma per realitzar accions de marketing viral

Vincular slideshare amb altres xarxes socials (linkedin, facebook...)

Utilitzar widgets slideshare en webs, blogs...

Seguir i controlar el material publicat per persones d'interès

Crear slidecast (slides + podcasts)

Complementar presentacions amb vídeos Youtube

Altres xarxes socials

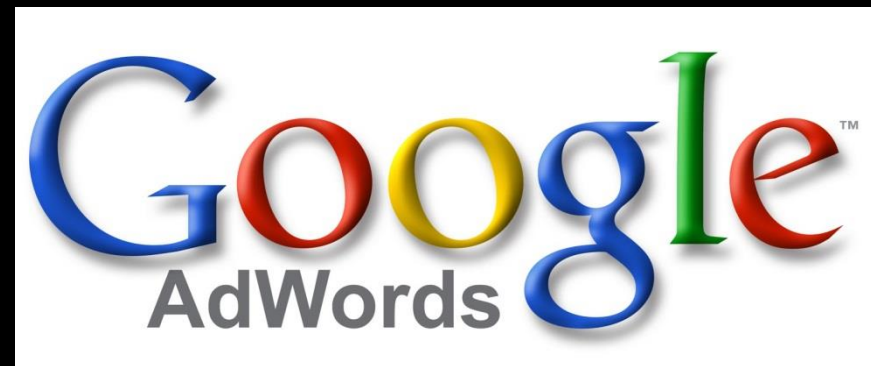


Google





Us heu *googlejat*?





Darreres recomanacions

Fixar objectius i estratègia

Seleccionar poques xarxes socials

Ficar-s'hi a fons

Invertir-hi temps gairebé a diari

Anar mesurant i corregint l'estratègia amb freqüència

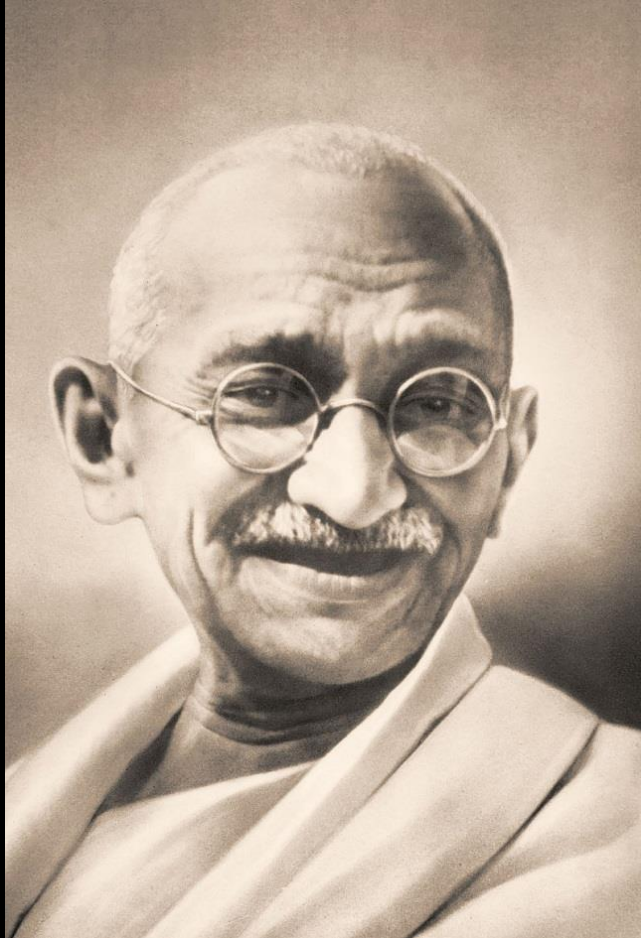
Obligar-se a estar al dia: articles, cursos, conferències...

Reflexions finals

**No oblideu
El producte**

Beta permanent

Per tota la vida



“La teva vida és
el teu missatge”

**La teva vida
és la teva marca**

«Intenteu que la primera línia de la vostra targeta de visita sigui sempre més important que la segona»

Moltes gràcies!

Moltes gràcies!

www.xaviroca.com



xr@xaviroca.com



about.me/xaviroca



linkedin.com/in/xaviroca1



[@xaviroca1](https://twitter.com/xaviroca1)



slideshare.net/XavierRocaTorruella



youtube.com/user/xaviroca1



vimeo.com/xaviroca



instagram.com/xaviroca1



foursquare.com/xaviroca1