

Curso:

Emprendimiento en el medio rural

7, 8, 9 y 10 de octubre de 2019



RRN RED
RURAL
NACIONAL

“Visibilidad Y MARCA”



Marca personal

“Las grandes compañías entienden la importancia de las marcas. Hoy en la era de las personas, tú debes ser tu propia marca.” *Tom Peters*

Mírate



Marca rural DAFO



Pasos para la creación de una marca personal

- Origen / Metas
- Competencia
- Cliente
- Historia de vida
- Misión / Valores / Visión
- Cómo somos
- Cómo nos vemos
- Cómo nos llamamos
- Estrategia / evolución



Marca

Factores visibles rural

- Naming
- Logo
- Identidad visual
- Tarjetas
- Merchandising
- Multimedia

Factores invisibles

- Estrategia
- Filosofía
- Misión
- Visión



Marca

rural

Emociones, experiencias

- Previsible
- Cercano
- Visible
- Lleno de contenido
- Adaptado a estación
- Segmentado



Marca rural

- Visión integral de destino
- Planificación de temporada y oferta
- Especialización en temporada
- Diversificación fuera de temporada
- Punto de vista del cliente, pregúntale
- Es una compra emocional



Marca personal / Corporativa

- Tu anuncio / discurso
- Tus tarjetas
- Tu escaparate / Tu local
- Tu web
- Tu blog
- Videos/ recomendaciones



Impacto Mediático	
Noticias generadas i/RRSS	2,32 M.
Impactos en medios	66,2 Mill.

Marca personal / Corporativa



Construyendo la estrategia



Funnel, pasos de la

es

Atracción

Base de datos

Activación

Conversión

Venta

El nombre

- Distintivo
- Alineado
- Imaginario colectivo
- Orientado a futuro
- Protegido
- Modular
- Visual
- Requisitos

Tipos

- Fundacional
- Acrónimos
- Inventados
- Uniones y combinaciones
- Descriptivo



Errores: El nombre

Incoherente

Inapropiada para conocimiento o trayectoria

Copiada

Tu especialidad y mercado deben quedar claros

Inamovible ante tus nuevos retos

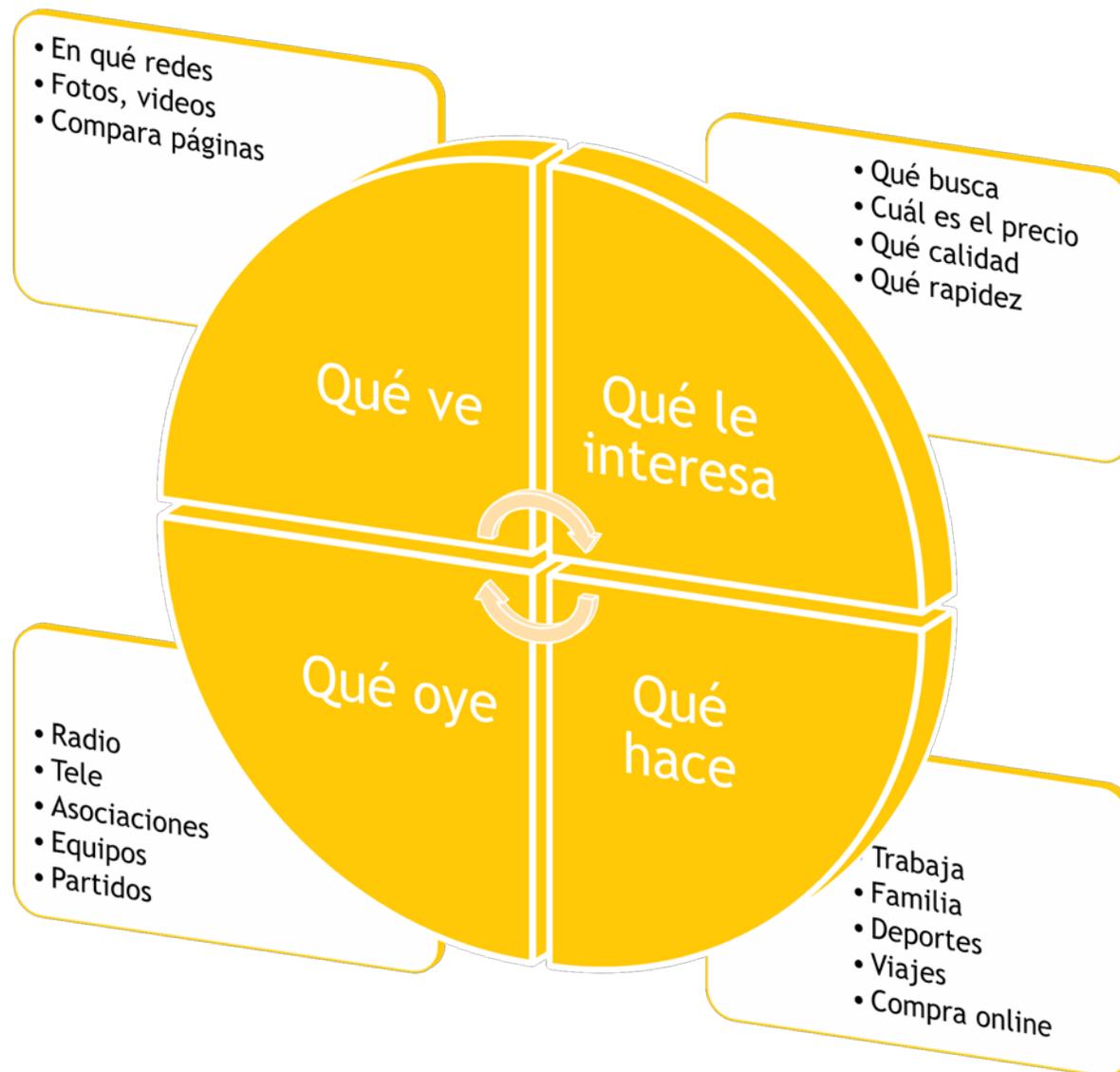
No hay una segunda primera impresión, puesta en escena



Mírale: retrato robot Segmentale



Mírale



Actúa



Estrategias: La mejor tarjeta, tú... tu tarjeta

- En el cara a cara
- En la web
- En la red: portales, foros, reservas
- En las ferias, asociaciones, networking...



Estrategia

- S** En las asociaciones de zona, centros de información
 - En tus embajadores de marca (clientes)
 - En tu negocio, newsletter
 - En los medios de comunicación
 - En los Blogs
 - En los Vlogs



Networking: Imprescindible



- E- mails: asunto, ortografía y
- Firma con teléfono, dirección, web
- Creación de grupos dinamizadores de economía local, o colaboración profesional

Plataforma S Escaparate S Foros

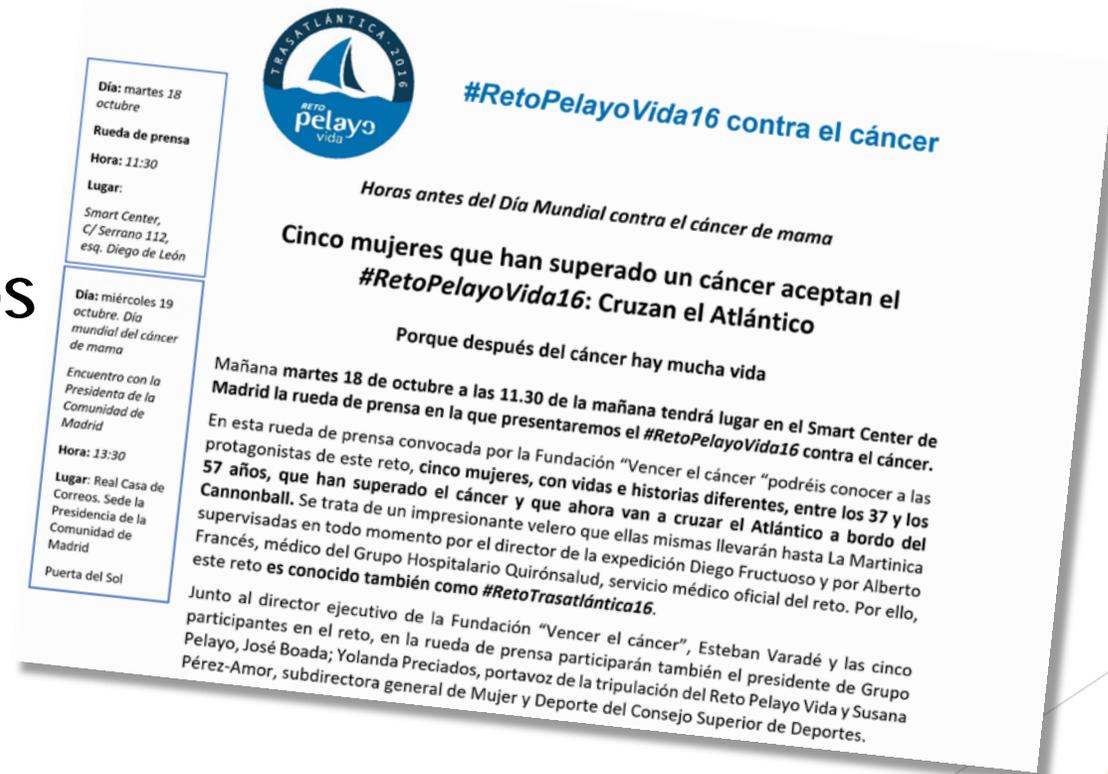
- Alojamientos
- Rural gest
- Top rural
- Casa rural
- Plataforma rural
- Viure a Rural



Nota de

prensa

- CONTACTO Y FECHA - Primera impresión imagen de marca
- TITULAR
- Primer párrafo - 5 ws
- Texto-tres párrafos, dos
- Pirámide invertida
- Datos de empresa
- Datos convocatoria
- Contacto



Elevator Pitch

- Haz el anuncio de tu historia, de tu negocio , de tus ideas ...
- Preparado para cualquier necesidad
- Fácil de recordar para ti y para los otros
- Mind map
- Adaptado
- Semilla de venta



Internet :
Quien no
está en las
redes no
pesca
peces

- SEO
- #
- Bancos de peces
- Hootsuite



Presencia Digital

Características de la comunicación:

- Adaptada a los receptores
- En las redes donde están tus peces
- Idiomas
- Fácil de encontrar y digerir
- Útil
- Difusión continua y compromiso



Reputación

- Egosurfing



La web, base de tu negocio

- Visual / Sencilla / Al día
- Vídeos de presentación
- Vídeos de recomendación
- Facilidad para cerrar compra
- La puesta al día
- La claridad
- Aprendiendo de la competencia
- Escuchando al cliente



El secreto está en el cliente

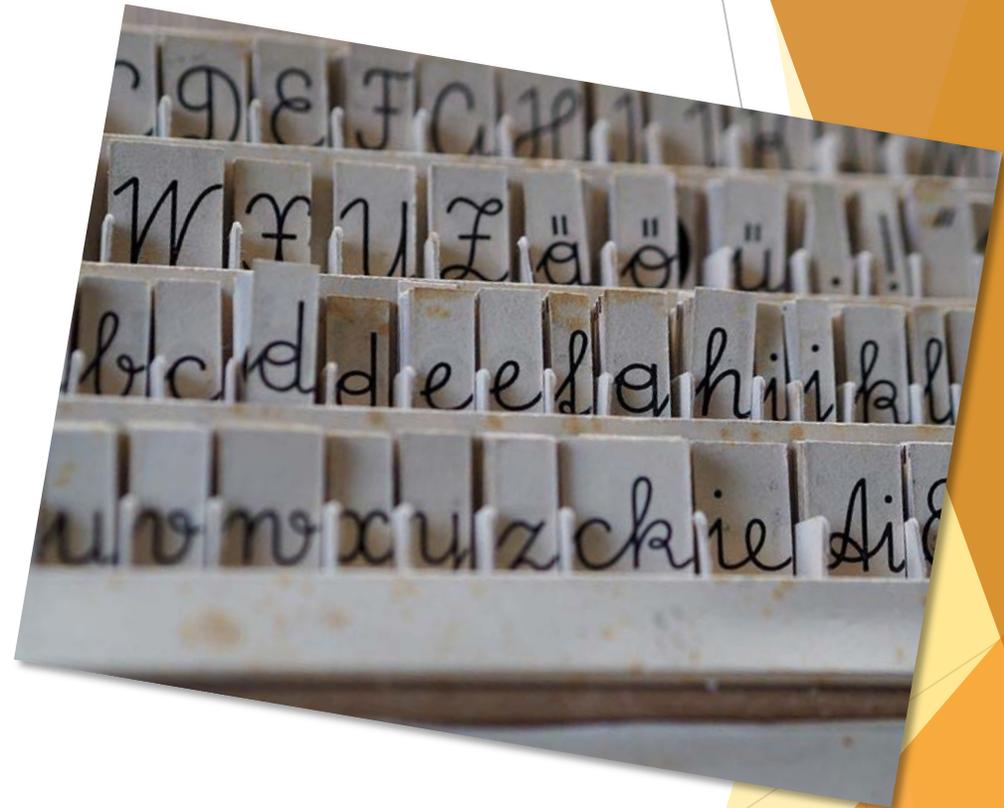
3 Ws: **WIFI, wow, win**

- Lo que elige
- Lo que te dice. Big data.
- Lo que pone en las redes
- Fan o cliente
- Embajador de marca
- Multiplica tu anuncio
- Te sitúa en Google



PowerPoint

- Menos es más
- Presentación para los negocios
- De temporada
- Gráficas
- Regla Kawasaki: 10/20/30
- 10 slides / 20 minutos / cuerpo de letra 30 puntos



Mensaje

- Para hablar bien en público , hay que pensar bien en privado
- El pensamiento es privado, la emoción es pública
- La mejor improvisación es la que no existe
- 30" para seguirle o anularle
- Estructura, calmar la curiosidad del cerebro

Mensaje

- El tema: preparación
- Memoria o mind map
- Fases del discurso: N
- Exposición: Inicio, tiempo y final
- La audiencia: la atención y la distracción
- La sala
- Los ruidos, los miedos, la crítica
- El propósito
- La improvisación



StoryTelling

- No compramos productos sino las historias que esos productos representan
- Narrarquía
- Las historias son fáciles de recordar, sencillas, universales, virales
- El arte de contar historias ha sido un arma de manipulación masiva
- Palabras mágicas

Elevator pitch

- Claro y estructurado
- Breve, de 1 minuto
- Con distintas adaptaciones
- Céntrate en lo que de verdad importa, el cliente y la competencia
- Respuesta a preguntas obvias: quién eres, qué haces, qué necesitas, qué ofreces, tu compañía ...
- No des cifras, mejor pinceladas
- Pasión y conocimiento
- Termina con tarjeta, pen, e-mail...



Elevator pitch Errores frecuentes

- No cumplir con los tiempos
- Perderse en detalles
- No dejar claro tu modelo de negocio
- No diferenciarte de tus competidores
- No seas una grabación, pon pasión



Presencia Digital

Adáptate a la red

- LinkedIn, empresas
- Crear imagen corporativa
- Grupos
- Facilitar relaciones con otras marcas, distribuidores...



Presencia Digital

Adáptate a la red

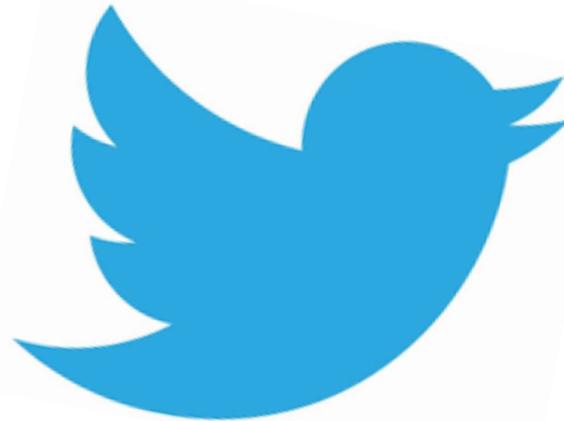
- Facebook, mayores
- Dar a conocer tu negocio con texto, vídeo, fotos
- Fidelizar a tus clientes
- Comunicar promociones



Presencia Digital

Adáptate a la red

- Twitter, diálogo instantáneo
- #
- Promociones
- Egosurfing
- Postventa
- Embajadores de marca
- Viralidad



Presencia Digital

Adáptate a la red

- Instagram, mostrar productos
- Jóvenes
- Poco texto



Presencia Digital

Adáptate a la red

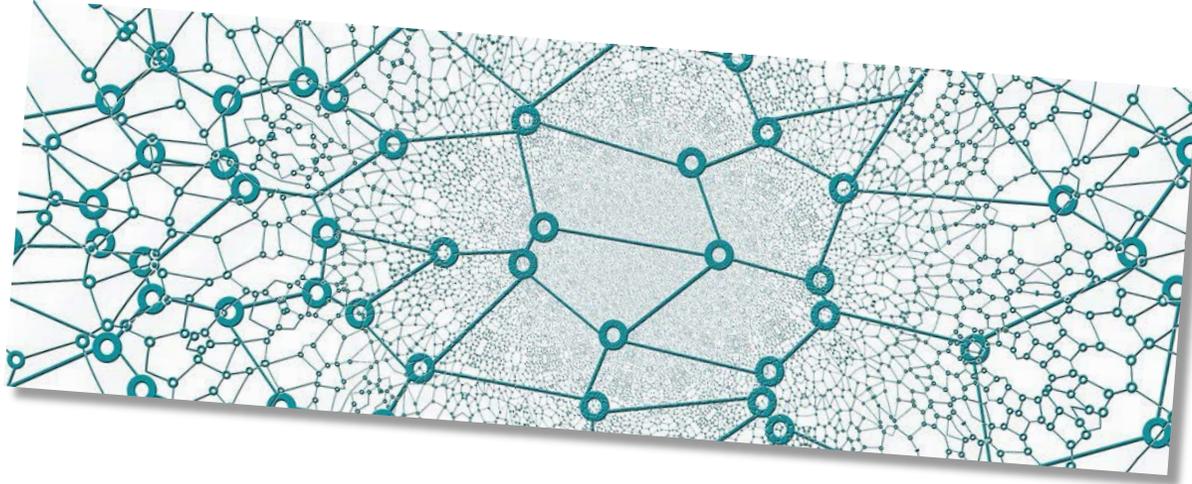
- Pinterest, audiovisual
- Emocional, compra
- Mejorar imagen e marca
- Comunidad



Presencia Digital

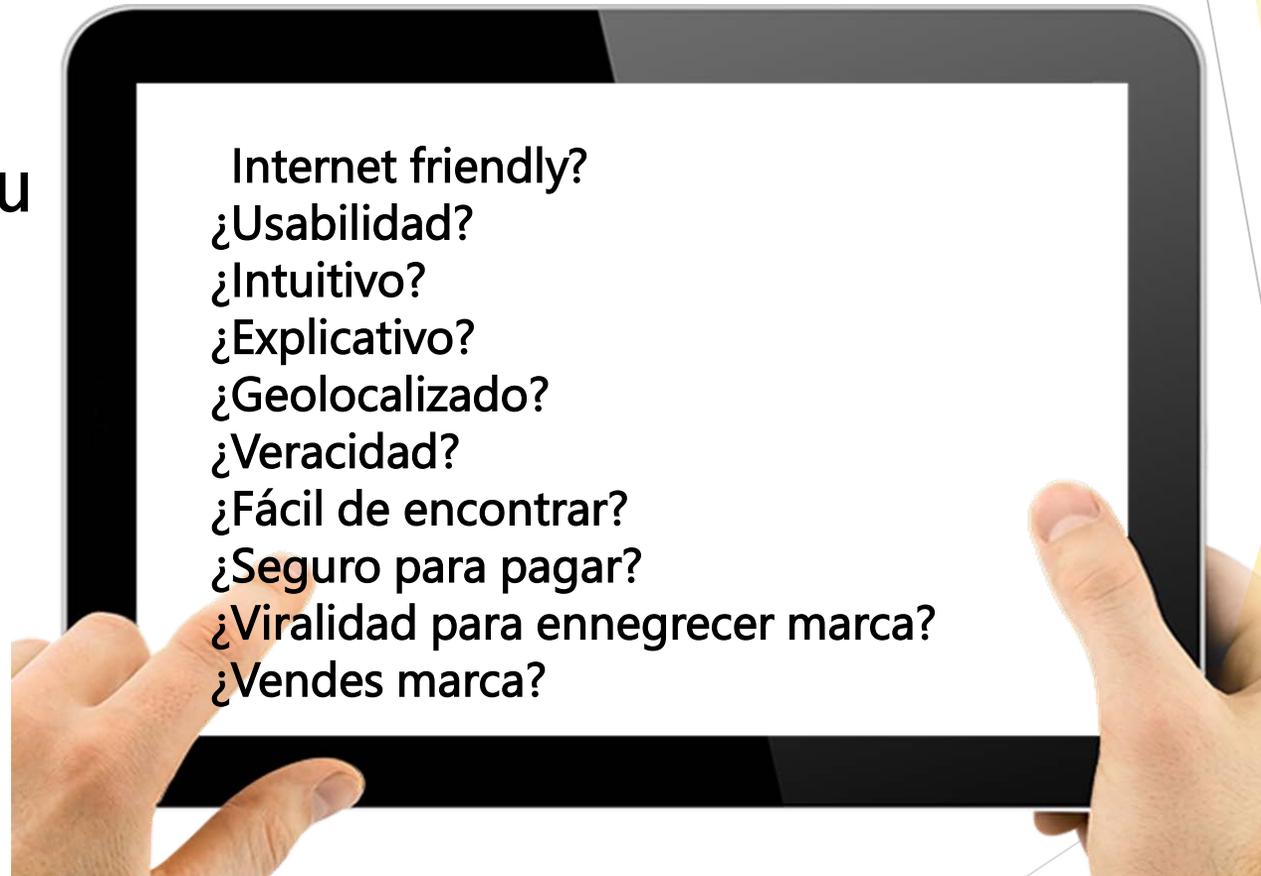
Adáptate a la red

- Canal YouTube
- Flickr
- QQ red social china, equivalente a Fb y Tw , 868 millones de usuarios
- Hashtags de contenido, de tendencia, corporativo



Reputación y Presencia Digital

- Elige estar dónde está tu cliente
- Analiza tus datos, tus encuestas



Características de la comunicación

- Adaptada a los receptores: casual, activo, entusiasta
- Extranjeros
- Fácil de encontrar y digerir
- Útil y llena de oportunidad
- Difusión continua y comp
- Muy audiovisual
- 7/24/365



Networking: el vídeo, las redes

- El vídeo se está convirtiendo en un medio de hacer networking
- Presentaciones por vídeo
- Canal de YouTube
- Redes / grupos / Foros
- Construcción de zona
- El Blog / Vlog
- Los invitados



No es tenerlos, es manejarlos

- Aprende a utilizar Word press para cambiar la página web
- Firma en los email
- Tarjetas reales o virtuales
- Redes visibles para hacer negocio
- Blog para darte a conocer *
- Power Point ...
- Medir y comprobar



Power Pitch Héctor Sepúlveda

- Cuál es el problema , la necesidad real , en el contexto actual , en la situación actual...
- Y cuál es la solución: propia, veraz
- Para qué qué mercado : nacional, internacional, segmentado por edad, economía, salud...



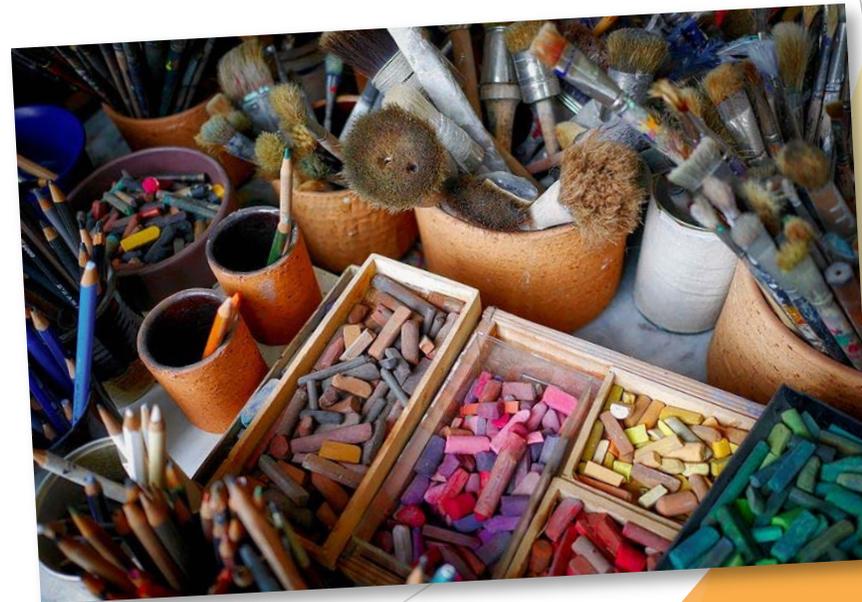
Power Pitch Héctor Sepúlveda

- Ventaja competitiva, diferencia de la diferencia frente a la competencia .
Patentes propias, soluciones originales
- Por que tú: StoryTelling
- Tu equipo, implicación por inversión, tiempo, conocimiento...
- Cual es el estado actual : fase de negocio, implicación, ventas, precio



Lo que más le interesa al inversor en el Power

- Llamada a la acción. Su entrada. Cuál es tu necesidad y su ventaja por creer en ti. Cuál es el beneficio del inversor, el ROI , la salida
- Ofrecimiento de más estudios. Puesta en valor de web, trayectoria en redes. Embajadores de marca
- Contacto continuo
- Preguntas



Networking: on/off



De camino al éxito...

ENCENDIENDO FOCOS

El kit básico para emprender
Comunicación y visibilidad

Rocío del Cerro



ENCENDIENDO FOCOS

El kit básico para emprender

Comunicación y visibilidad

De camino al éxito...

Pongo en tus manos esta caja de herramientas para emprender. Es un kit básico lleno de ideas y de estrategias para que tu comunicación sea más eficaz y que tus ideas y productos brillen con luz propia.

Te propongo encender focos para que se te vea y se te escoja más, aprende a contar tu historia, hablar y estar en público, estar en Internet, cómo hacer que una pared de tu casa se convierta en un gran despacho o cómo llegar a los medios de comunicación. Son los mismos focos que utilizan las grandes empresas para hacerse visibles y mejorar sus cuentas de resultados.

Te propongo hacer más fuerte y brillante tu marca personal y la de tu negocio. El éxito de un emprendedor depende y mucho de su capacidad para comunicar y hacerse visible. Los negocios son el resultado de muchas conversaciones y del recuerdo que dejamos en los demás.

Es un kit basado en la experiencia de muchos años como periodista, de mi colaboración con grandes y pequeñas empresas, de cursos de formación a emprendedores, del análisis de éxitos y fracasos y de vida propia. Ideas, las BBB (buenas, bonitas y beneficiosas) para que tu emprendimiento sea un camino hacia el éxito. Rocío del Cerro es Formadora, Periodista, Politóloga y Doctora en Sociología.



Bibliografía

<https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>

Neus Arques

“Y tú, ¿qué marca eres?”

Alienta editorial

Andrés Pérez Ortega

“Marca personal: cómo convertirse en la opción preferente”

Esic 2008

Tom Peters:

50 claves para hacer de usted una marca

Deusto Ediciones

Alina Wheeler

Diseño de Marcas

Editorial Anaya

Rocío del Cerro:

Reciclados. Porque puedes tener muchas vidas

Encendiendo Focos. El kit básico para emprender

<http://www.rociodelcerro.net>



Rocío del Cerro
comunicación

No es magia,
es trabajo!

 Rocío del Cerro
comunicación



¡¡Muchas Gracias !!

rdelcerro@rociodelcerro.net


www.rociodelcerro.net

