

# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital

Seminario impartido por Esmeralda Diaz-Aroca, líder en Estrategia Digital, Profesional Branding y Social Selling.



**Fecha:** 10 de abril de 2018

**Lugar:** Asociación de Marketing de España  
C/ Carranza, 25, 1º Dch - Madrid

**Horario:** 16:00 hr. - 20:00 hr.

**Información e Inscripción:** [Veratya](#)

**Matrícula:** 195 €

Organiza:



Colaboran:



# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

## SUMARIO

<u>Enfoque:</u> .....	03 - 04
<u>Objetivos</u> .....	04 - 04
<u>Contenidos:</u> .....	05 - 06
<u>Metodología:</u> .....	06 - 06
<u>Docente:</u> .....	07 - 07
<u>Información y reservas:</u> .....	08 - 08

Organiza:



Colaboran:



# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

## Enfoque

Objetivos

Contenidos

Metodología

Docente

Organiza:



Colaboran:



## Enfoque:

El mundo en el que vivimos ha creado un efecto de “homogeneización de las personas”. La democratización de la formación y la aparente ruptura de las barreras sociales, han dado como resultado la creencia de que todos los seres humanos poseen los mismos atributos y pueden ser considerados como sustituibles.

***“La Marca Personal , como toda marca, es un activo intangible que une la identidad de cada persona y su propuesta de valor, que la diferencia y la hace única y visible ante los demás”***

La identidad digital es hoy el <<must>> profesional”. La marca personal no es solo una aliada si no una herramienta imprescindible para el desarrollo de carreras profesionales.

Hoy en día los profesionales del headhunting utilizan internet, especialmente las redes sociales, para localizar perfiles específicos, valorar su conocimiento de la realidad social o sus habilidades digitales.

Las personas que quieran diferenciarse mediante el aumento del valor de su trabajo o de su aportación a la sociedad, para ser escogidos han de promocionar, comunicar y cuidar su Marca Personal.

Tanto para los directivos que desempeñan sus funciones en modo tradicional, como para los que ejercen como interim managers, la marca personal juega un papel determinante de su trayectoria profesional.

## La identidad digital, por lo tanto:

- ✓ Pone en valor la trayectoria profesional, la experiencia y los conocimientos de cada persona.
- ✓ Pone de manifiesto las habilidades digitales del profesional.
- ✓ Demuestra la capacidad de comunicación de una persona, su habilidad para crear una red de contactos y desarrollar acciones de networking.
- ✓ Hace visibles los valores personales y la capacidad para alinearse e implicarse en un determinado proyecto o empresa.

# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

## Enfoque

## Objetivos

Contenidos

Metodología

Docente

Organiza:



Colaboran:



*“El Personal Branding surge de la aplicación y adaptación a perfiles profesionales, de las técnicas utilizadas tradicionalmente para la gestión de marcas en el mundo de la empresa”*

Las empresas buscan profesionales con facilidad de comunicación, activos, que sepan gestionar cuestiones vinculadas con la imagen y se muevan con facilidad en los entornos digitales. Si un directivo no demuestra poseer estas habilidades, difícilmente podrá ponerlas al servicio de la marca comercial, organización o proyecto en el que trabaje.

Actualmente, tener una marca en Internet es imprescindible, no tenerla aboca a la invisibilidad de los profesionales ante quienes ofrecen las oportunidades laborales. Por eso es muy importante aprender a gestionar y mejorar la imagen de marca en la red de manera sencilla, gestionando la conversación, promoviendo los perfiles profesionales, identificando prescriptores y ofreciendo lo mejor de la marca personal y profesional.

*“Desarrollar una marca personal no es solamente obtener visibilidad y mostrar solidez profesional, implica conocerse mejor a uno mismo, plantearse metas y objetivos, comprometerse con la mejora continua, desarrollar la propia identidad y mostrar desde ahí una ventaja competitiva”*

## Objetivos:

1. Conocer las ventajas del entorno internet para el posicionamiento de tu marca.
2. Desarrollar tu propia estrategia de marca personal.
3. Crear tu propio espacio y tu propia imagen acorde con tus objetivos.
4. Mejorar tu actual CV y disponer de varias alternativas.
5. Potenciar el uso de redes sociales y herramientas tecnológicas que faciliten la visibilidad.
6. Desarrollar un networking eficaz a través de las redes sociales.
7. Promover y comunicar tu marca.
8. Conocer herramientas que le permitan generar y mantener una red de contactos.



# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

Enfoque

Objetivos

**Contenidos**

Metodología

Docente

Organiza:



Colaboran:



## Contenidos

### 1. La importancia de la marca personal.-

- ❑ La importancia de las marcas. ¿Qué es una marca? De las trademarks a las love marks.
- ❑ Eres lo que Google dice de ti.
- ❑ Las 5 B del personal Branding.

### 2. Definiendo tu marca .-

- ❑ La denominación y registro de tu marca.
- ❑ La importancia de las palabras clave; definir las palabras claves que definen a la marca personal del profesional.
- ❑ Tu packaging: tu imagen: tu foto dirá mucho de ti: 5 tips que debes saber para hacerte unas buenas fotos profesionales.
- ❑ Estrategia de comunicación de tu marca.

### 3. Cómo diseñar tu estrategia de digital branding: Marca personal en la era digital.-

- ❑ Tu posicionamiento en Internet: bienvenido a MATRIX.
- ❑ Tu “tela de araña”; tu social media branding.
- ❑ Herramientas en la estrategia de marca personal 2.0. Dónde vas a estar presente:
  - ✓ El universo de los social media como aliados de tu marca.
  - ✓ Las Redes Sociales en la estrategia de marca 2.0.
  - ✓ El blog es el corazón de tu estrategia de marca personal: ¿Por qué es tan importante tener un blog para la marca personal?
  - ✓ Las plataformas de video .
  - ✓ Las plataformas de podcasting.
  - ✓ Otras plataformas de contenidos: slideshare, Instagram, Pinterest, Issuu, etc.
- ❑ Tu marca en tu firma personal: email : herramientas para construir una firma profesional.
- ❑ Como hacerte una web a coste cero.



# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

Enfoque

Objetivos

Contenidos

**Metodología**

Docente

Organiza:



Colaboran:



## 4. Cómo promocionarte en las redes sociales: social selling:

- ❑ Los 5 pilares del Social Selling.
- ❑ La marca personal en LinkedIn: cómo construir un perfil PROFESIONAL 10.
- ❑ Cómo redactar mensajes que enganchen.
- ❑ Cómo relacionarse en las redes.

## 5. Las herramientas clave para el management de tu marca personal:

- ❑ Herramientas de curación de contenidos.
- ❑ Herramientas de promoción y comunicación.

### Metodología:

Aprendizaje dinámico y participativo.

100% práctico.

**Los asistentes recibirán un ejemplar del libro "SOCIAL SELLING, la nueva herramienta para vender más"**



- \* **Todos los participantes deberán asistir con su propio PC.**



# DIRECTIVOS, marca personal e identidad digital.

Enfoque

Objetivos

Contenidos

Metodología

**Docente**

Organiza:



Colaboran:



## Docente

**Esmeralda Diaz-Aroca**, consultora de Estrategia Digital, Marca Personal y Social Selling. Experta en Marketing de RED dirigido a canales de distribución, gestión de equipos de venta / venta metodología y sistemas de implantación de herramientas y procedimientos. Tiene una dilatada experiencia en Marketing de intangibles, servicios y consumo, Neuro Comunicación, Consumer insights y Prosumer marketing. Colabora con Veratya Estrategias Corporativas en su Programa “Veratya Training for Managers” en el que Imparte formación para directivos, enseñándoles a utilizar el entorno Digital-Social para sacarle el máximo partido y conseguir importantes beneficios.

Es autora de 7 libros, los 4 últimos: “Marketing y Pymes”, “Twitter para abogados”, “Cómo tener un perfil 10 en LinkedIn” y el libro que se entrega en este curso **“Social Selling, la nueva herramienta para vender más”**.

A lo largo de 23 años de trayectoria profesional en el sector asegurador, Esmeralda Diaz-Aroca ha desempeñado diversos cargos como Directora de Marketing y directora de comunicación, en compañías multinacionales y nacionales de diversas compañías aseguradoras: AEGON, Argentaria (Actual BBVA) CASER y REALE.

**Esmeralda Diaz-Aroca es Doctora en Ciencias por la UAM, y Máster en dirección de empresas:** D. Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa de Madrid.

Es conferenciante y profesora de postgrado en varias universidades e instituciones: Universidad de Granada, Universidad San Jorge, Nebrija Business School, Universidad Sergio Arboleda.

Es consultora especializada en Marketing y Formación in company .



Organiza:



Colabora:



Colabora:



Instituto  
Iberoamericano  
de Interim Management

Información e  
inscripción

[CLIC AQUÍ](#)