

Curso:

# Emprendimiento en el medio rural

Monforte de Lemos (Lugo)

30 de septiembre, 1, 2 y 3 de octubre de 2019



**Unión Europea**  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural

*Europa invierte en las zonas rurales*



**RRN** RED  
RURAL  
NACIONAL



# 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...**

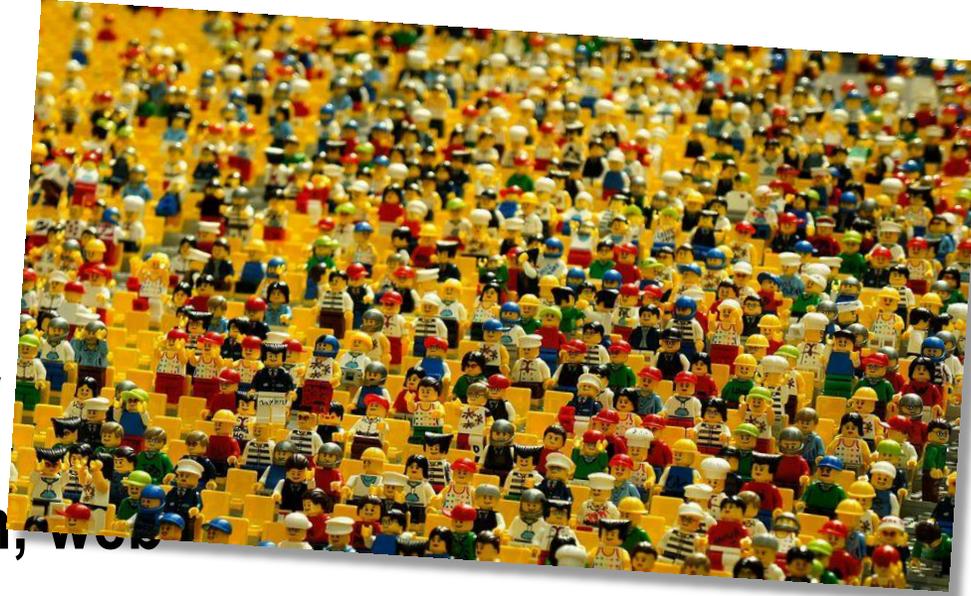


# Estrategia

- 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

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



# Nota de

# prelisa

- CONTACTO Y FECHA - Primera impresión imagen de marca

- TITULAR

- Primer párrafo - 5 ws

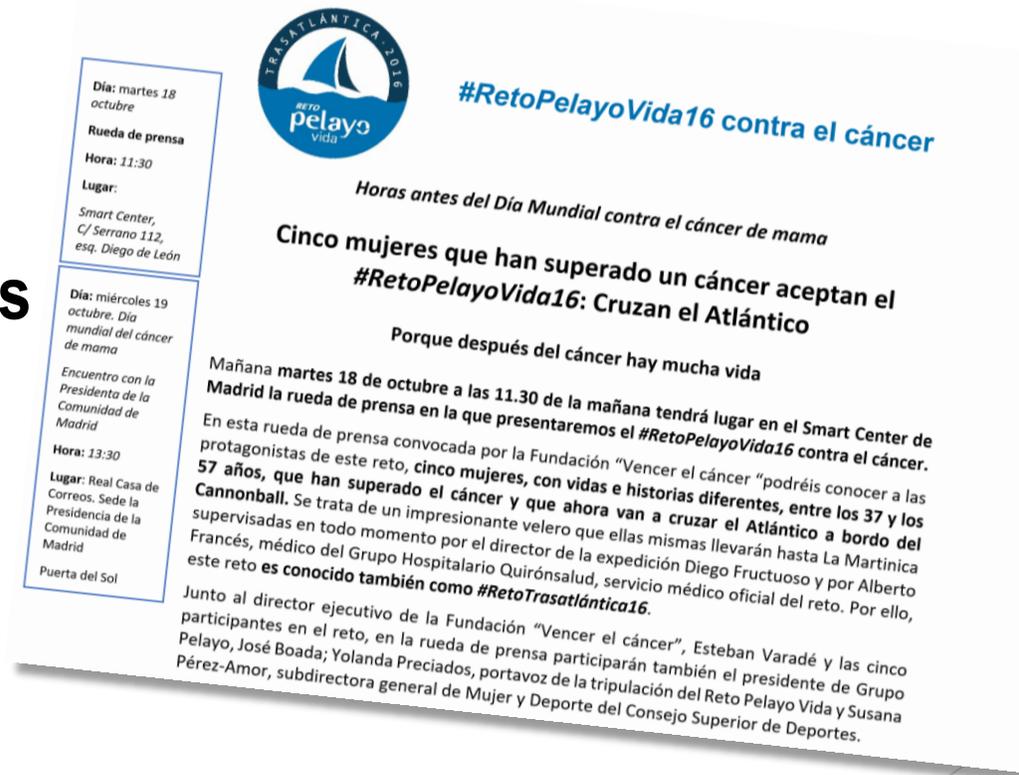
- Texto-tres párrafos, dos

- Pirámide invertida

- Datos de empresa

- Datos convocatoria

- Contacto



**TRASATLANTICA 2016**  
**RETO pelayo vida**

**#RetoPelayoVida16 contra el cáncer**

*Horas antes del Día Mundial contra el cáncer de mama*

**Cinco mujeres que han superado un cáncer aceptan el #RetoPelayoVida16: Cruzan el Atlántico**

*Porque después del cáncer hay mucha vida*

Mañana **martes 18 de octubre** a las 11.30 de la mañana tendrá lugar en el Smart Center de Madrid la rueda de prensa en la que presentaremos el **#RetoPelayoVida16 contra el cáncer**.

En esta rueda de prensa convocada por la Fundación "Vencer el cáncer" podrás conocer a las protagonistas de este reto, **cinco mujeres, con vidas e historias diferentes, entre los 37 y los 57 años, que han superado el cáncer y que ahora van a cruzar el Atlántico a bordo del Cannonball**. Se trata de un impresionante velero que ellas mismas llevarán hasta La Martinica supervisadas en todo momento por el director de la expedición Diego Fructuoso y por Alberto Francés, médico del Grupo Hospitalario Quirónsalud, servicio médico oficial del reto. Por ello, este reto **es conocido también como #RetoTrasatlántica16**.

Junto al director ejecutivo de la Fundación "Vencer el cáncer", Esteban Varadé y las cinco participantes en el reto, en la rueda de prensa participarán también el presidente de Grupo Pelayo, José Boada; Yolanda Preciados, portavoz de la tripulación del Reto Pelayo Vida y Susana Pérez-Amor, subdirectora general de Mujer y Deporte del Consejo Superior de Deportes.

**Día:** martes 18 octubre  
**Rueda de prensa**  
**Hora:** 11:30  
**Lugar:**  
Smart Center,  
C/ Serrano 112,  
esq. Diego de León

**Día:** miércoles 19 octubre. Día mundial del cáncer de mama  
**Encuentro con la Presidenta de la Comunidad de Madrid**  
**Hora:** 13:30  
**Lugar:** Real Casa de Correos. Sede la Presidencia de la Comunidad de Madrid  
Puerta del Sol

# 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 pec**
- **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

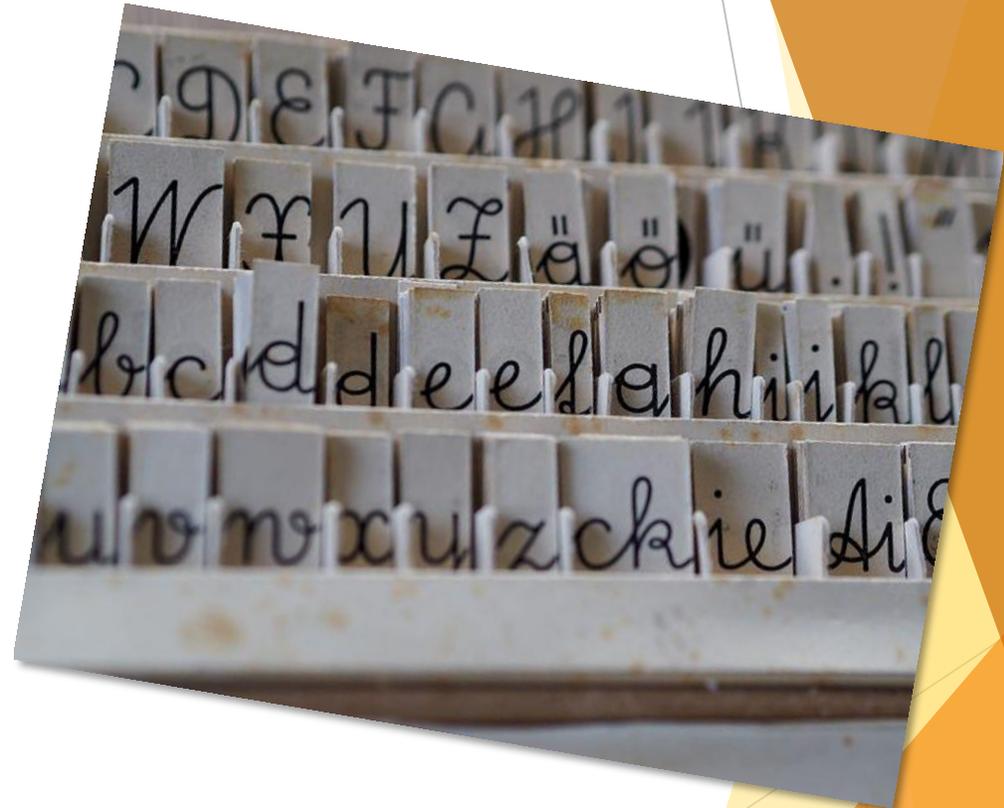
## 3 Ws: **WIFI, wow, win**

- 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**



# PowerPoint



- **TIPOS DE LETRA**
- **Tipos de letra**
- **Comprobación de links y vídeos que funcionen**
- **Derechos de imágenes**

# 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...**



# Presencia Digital

## Adáptate a la red

- **Linkedin, empresas**
- **Crear imagen corporativa**
- **Grupos**
- **Facilitar relaciones con tras marcas, distribuidores...**



# Presencia Digital

## Adáptate a la red

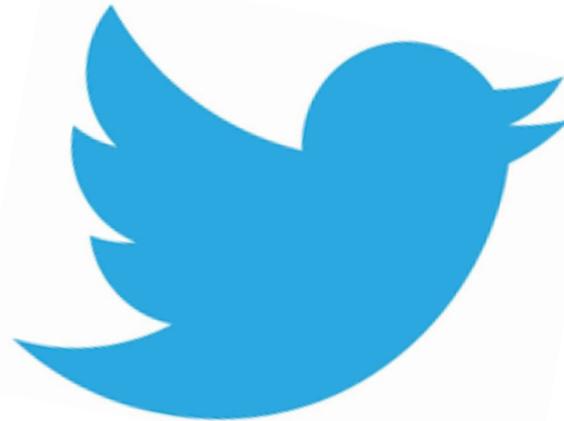
- Facebook, mayores
- Dar a conocer tu negocio con texto, vídeo, fotos
- Fidelizar a tus clientes
- Comunicar promociones



# 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

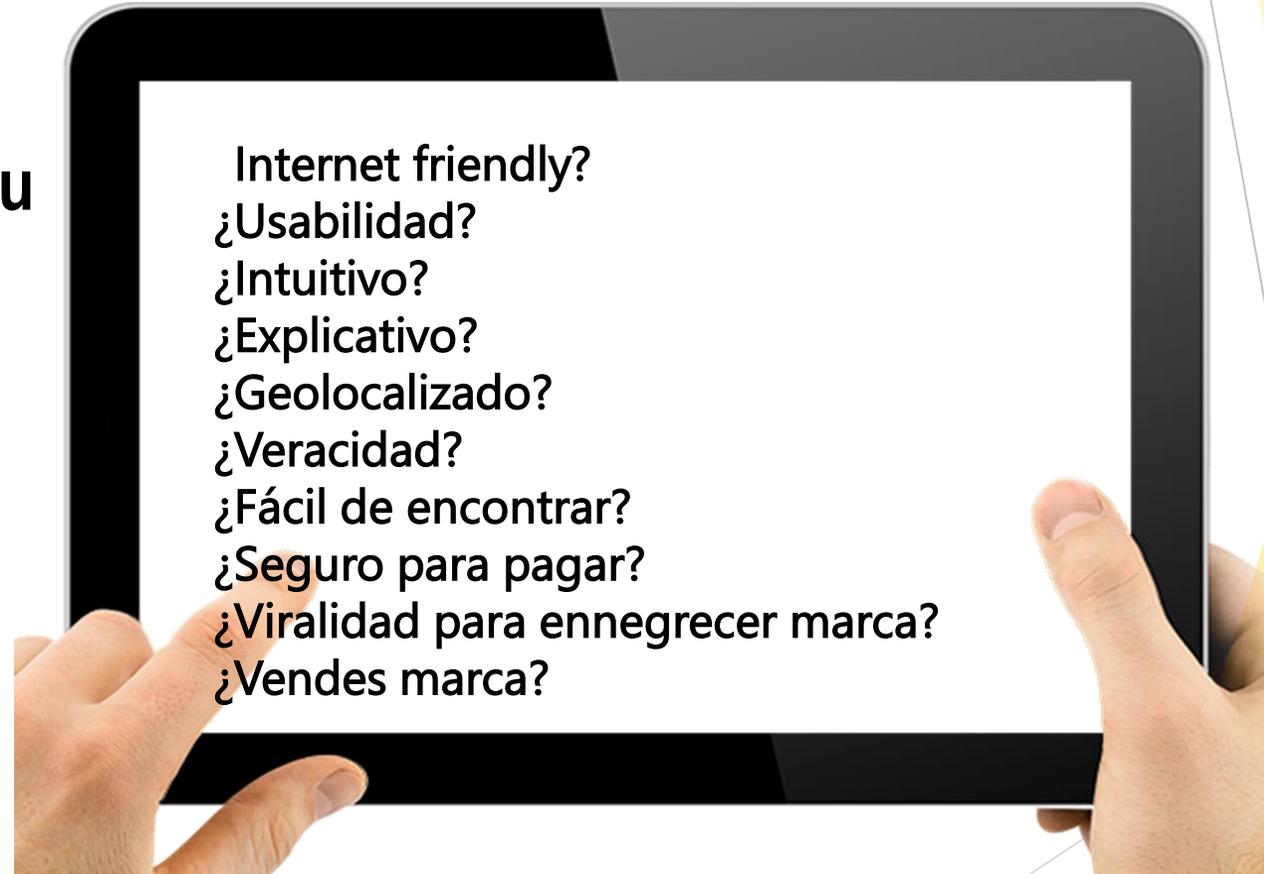
## Adáptate a la red

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



# 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**



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>

