

JUANMA ROMERO Y LUIS OLIVÁN

Píldoras para emprender

Más de 300 consejos
del éxito televisivo
Emprende



emprende

rtve





María Millán

Es un referente para grandes anunciantes, pymes tecnológicas e instituciones financieras en la creación marcas líderes en entornos reales y digitales.

BRANDING 2.0: CONSIGUE UNA MARCA IRRESISTIBLE EN EL ENTORNO DIGITAL

En el entorno 2.0, contar con una imagen corporativa agradable no es suficiente. Para crear una marca fuerte hay que entender las reglas del éxito en el entorno virtual y jugarlas a tu favor.

Estas píldoras de branding recopilan consejos prácticos para que tu marca sea la de mayor reputación y ventas en tu mercado online.

• *Branding 2.0*• *Marca líder*• *Marca personal*• *Comunicación digital*• *Reputación*

1. Si quieres tener marca, deja huella.

Si una marca no te deja huella al contactar contigo, no es una buena marca. Aunque una empresa disponga de una imagen agradable y moderna, si es igual que todas las demás, no tiene marca. La diferenciación es fundamental. Así que, para crear una marca fuerte tenemos que perder el miedo a ser originales en nuestra manera de llegar al mercado. Piénsalo: ¿hay alguna marca que admires que no sea especial?

2. El respingo: la medida de una gran marca.

Hay mucha literatura sobre grandes marcas. En realidad, se recuerdan por dos cosas. La primera es que se reconoce con claridad total lo que hace y comunica esa marca frente a su competencia. Sin necesitar demasiadas explicaciones. La segunda, más importante, es que las grandes marcas te hacen sentir un respingo, un nudo en el estómago, una caricia en el corazón cuando te contactan. Algo instintivo y un poco mágico.

3. Conviértete en una marca 2.0.

Las marcas 2.0 están activas en Internet. Buscan la interacción y crean contenidos adaptados a cada persona de su mercado. Son marcas que hablan de ti y de lo que te interesa en vez de hablar de sí mismas. Te escuchan y te ayudan a encontrar lo que deseas. Esperan, de este modo, convertirse en la marca que tú eliges y recomiendas.

4. Comparte los valores de las marcas de éxito 2.0.

Las marcas 2.0 tienen claro que necesitan ser transparentes y auténticas porque, si intentan vender lo que no son, los internautas insatisfechos pueden contar la verdad en las redes sociales y minar tu negocio. Son marcas que trabajan para conectar con alguien, tiene que sentir que realmente te importa. En realidad, tus valores son los de todas las grandes marcas, los valores necesarios para ganar la confianza de cualquier persona, consumidor o cliente.



5. Reflexiona para comunicar sin saturar.

La atención de los clientes, sobre todo en Internet, está cada vez más dispersa. Por eso, las marcas necesitan dedicar cada vez más tiempo a reflexionar sobre qué van a comunicar. Y evitar saturar a sus clientes con mensajes inútiles. Las mejores marcas destacan porque aportan nuevas perspectivas sobre sus mercados y nos emocionan. Piénsalo: ¿de cuántos mensajes que has recibido hoy te acuerdas? ¿Y por qué los recuerdas?

6. Personaliza para conectar en el entorno 2.0.

Al navegar por Internet, quedan registrados nuestros datos personales. Datos sobre cómo usamos Internet, en qué páginas entramos o qué redes sociales usamos. Es lo que se llama Big Data. Las marcas 2.0 analizan estos datos para adaptar sus mensajes a nuestros intereses y buscan la interacción con nosotros. Esto es hacer marketing y crear marcas en la era 2.0.

7. Emociona para crear una marca global 2.0.

Las marcas 2.0 utilizan Internet para vender a clientes de todo el mundo. Sus mensajes hablan de lo que nos importa y nos emociona a todos los seres humanos: los afectos, las sensaciones, la naturaleza, la salud... Lo más complejo es conseguir que estos mensajes abiertos y emocionantes se asocien a tu marca. Esta es la función del experto en *branding*. Piénsalo: ¿qué temáticas tocan las marcas de alcance mundial que más te gustan?

8. Revolucionar, es lo más práctico.

Conseguir llamar la atención en el entorno 2.0 es cada vez más difícil. Cuando uno tiene claro lo que le diferencia en el mercado, lo mejor es contarlo de manera original. Incluso revolucionaria. Revolucionar por revolucionar puede ser peligroso. Pero, con un plan de marca y de comunicación claro detrás, crear una revolución puede ser lo más razonable.

9. No entres porque sí en todas las redes sociales. Sé selectivo.

Las redes sociales son fundamentales para las marcas 2.0 porque les permiten dialogar con sus potenciales clientes. Cada una sirve para objetivos diferentes. Y, por eso, no todas las marcas tienen que estar presentes en todas las redes. Lo

importante es tener una estrategia para lograr lo que queremos en cada una de ellas y producir mensajes con excelente contenido de manera constante y sostenida.

10. Sin reputación no tienes nada que hacer en el mundo 2.0.

En todos los negocios, la mejor manera de vender es que te recomiende alguien. En Internet esto es aún más importante. Muchas redes sociales te piden tu opinión sobre sus contenidos y hacen públicos los testimonios de otros usuarios. Contar con una reputación más fuerte que la competencia es necesario para poder vender bien *online*. Por eso, el primer objetivo de las marcas 2.0 es que a ti te merezca la pena hablar muy bien de ellas.

11. No confundas tener marca con tener algo que decir.

Tener estrategia de marca es definir qué ofreces tú que no tiene la competencia. Y detallar de manera clara la personalidad y los valores diferenciales de esa marca. La estrategia de comunicación resume lo que vas a contar para que tu mercado entienda los valores de marca. Las ideas y mensajes que se van a usar campaña a campaña, conversación a conversación y a través de qué medios. Ambas estrategias son necesarias para crear una marca fuerte.

12. Marca personal 2.0: sé auténtico.

Cuando uno va a crear su marca personal en Internet, puede estar tentado de venderse poniendo énfasis en aspectos que no le distinguen en el mundo real. Esto es un gran error. Y se acaba sabiendo en las redes sociales. Las marcas personales de más éxito son las que ensalzan lo que nos hace únicos y nos posiciona frente a otros profesionales. Todos tenemos un atractivo muy personal. Enmárcalo bien y triunfarás.

13. Marca personal 2.0: gestiona tu carisma.

El carisma no es sólo un don. Puede ser el resultado de un trabajo a fondo de tu marca personal. El carisma es un imán para nuestros clientes. Con carisma, uno pasa a ser objeto de deseo y a que quieran estar cerca de nosotros, que les hablemos, que les vendamos... No lo dudes, un buen profesional en marca personal puede ayudar a ser más carismático *on* y *offline*.

14. Conoce el valor financiero de tu marca 2.0.

El valor financiero de tu marca se basa en dos puntales: 1) El dinero y el tiempo que costaría volver a crear desde cero la marca que tienes hoy; 2) Cuántos clientes en tu mercado te conocen, te quieren, te recomiendan y están interesados en lo siguiente que les vas a vender. Lo que alguien pagaría por tu marca se basa en tus resultados concretos. En los resultados actuales y en los que es realista que consigas.

15. Marca 2.0: aprende de los mejores. La red está abierta.

El marketing efectivo es el que se ejerce con criterio, con un sistema de trabajo detrás. En Internet, podemos aprender de las grandes marcas, de cómo manejan su plan de productos, sus mensajes y sus redes sociales. Lo importante es no copiar por copiar, sino descifrar el sistema de trabajo de los mejores. Y aplicar estos aprendizajes a escala en tu empresa. Inventa tu propio sistema de trabajo.



Video de la experta.

14. Conoce el valor financiero de tu marca 2.0.

El valor financiero de tu marca se basa en dos puntales: 1) El dinero y el tiempo que costaría volver a crear desde cero la marca que tienes hoy; 2) Cuántos clientes en tu mercado te conocen, te quieren, te recomiendan y están interesados en lo siguiente que les vas a vender. Lo que alguien pagaría por tu marca se basa en tus resultados concretos. En los resultados actuales y en los que es realista que consigas.

15. Marca 2.0: aprende de los mejores. La red está abierta.

El marketing efectivo es el que se ejerce con criterio, con un sistema de trabajo detrás. En Internet, podemos aprender de las grandes marcas, de cómo manejan su plan de productos, sus mensajes y sus redes sociales. Lo importante es no copiar por copiar, sino descifrar el sistema de trabajo de los mejores. Y aplicar estos aprendizajes a escala en tu empresa. Inventa tu propio sistema de trabajo.



Video de la experta.

a^e

Píldoras para emprender

#pildorasemprender

¿Quieres montar un negocio y no sabes por dónde comenzar? ¿Tienes una idea y no sabes si podría convertirse en negocio? Si has decidido lanzarte a la aventura de emprender, seguro que te asaltan un montón de dudas sobre los pasos que tienes que dar o los aspectos que debes tener en cuenta.

Píldoras para emprender te ayudará a perder el miedo a iniciar esa nueva aventura y servirá de guía a los nuevos expedicionarios. En sus páginas recoge más de 300 consejos clave de los expertos del exitoso programa *Emprende* de RTVE –doce veces premiado desde 2014; la Antena de Plata ha sido el último de los galardones–, que apuesta por el emprendimiento en un momento en el que la cultura económica está cambiando de forma tan radical. Cómo buscar financiación, qué trámites son necesarios para empezar, cómo debes comunicar de la manera más adecuada y conseguir visibilidad en los medios de comunicación o cuáles son los aspectos clave que hay que desarrollar en un buen plan de negocio son algunos de los aspectos que se tratan en estas pequeñas píldoras, útiles, prácticas y sencillas de aplicar por cualquier emprendedor.

Con la colaboración de:

rtve

Vídeo *Emprende*



LIDeditorial
.com

