



# EMPRENDEDOR 2.0: NO BUSQUES CLIENTES, HAZ QUE TE ENCUENTRE

LA GESTIÓN DE CONTENIDOS Y EL NETWORKING PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

CÓDIGO DEL CURSO:  
SPEGC EMP2.0/2014

## DIRECCIÓN DEL CURSO:

### Alfonso Alcántara Gómez.

Psicólogo, conferenciante y asesor en empleo, empresa 2.0 y marca personal de directivos y profesionales.

Consultor de negocio digital y Director de Recursos Humanos de @Medianet Software. Editor de Yoriento.com

## FECHA:

28 de octubre de 2014

## HORARIO:

17:00 a 19:00

## DURACIÓN:

2 horas

## LUGAR:

Edificio INCUBE  
SPEGC -SALA GLOBAL  
Recinto Ferial de Canarias (INFECAR)  
Avda. de la Feria, 1.  
35012 Las Palmas de Gran Canaria

## PROGRAMA:

### 10 IDEAS PARA EL EMPRENDEDOR 2.0

#### 1. EFICIENCIA 2.0

Estar en la Web Social es barato, no estar puede salir caro. Por primera vez en la historia, gran parte de los clientes, proveedores, empleadores, trabajadores y usuarios están accesibles en un 'solo sitio', el espacio que conforman las redes sociales. Encontrarlos y conversar con ellos es más fácil y barato que nunca, pero el objetivo sigue siendo el mismo: saber qué ofrecerles.

#### 2. PROFESIONALIDAD

No hay profesionales 2.0, solo profesionales que comparten en las redes. ¿Cuánto pagarías por los servicios que tú mismo ofreces? Las redes te dan más visibilidad pero no te hacen mejor profesional. No llegues a las redes esperando convertirte en un profesional, sé un profesional que utiliza las redes. Las redes sociales son un gran recurso para las personas con iniciativa, no para las que esperan. Por eso muchas no les sacan partido. En palabras de Quevedo, "si quieres que los demás te sigan no tienes más que ir delante de ellos".

#### 3. EMPRENDE

Convierte en negocio lo que ya sabes hacer, pasa de trabajador a profesional, de empleado a emprendedor. Si una cebolla (@jumosol) o un tomate (@soloraf) tienen Twitter, ¡cómo no lo va a tener tu negocio! Las redes sociales abaratan y simplifican la implementación de "un producto, una marca". No nos educaron para obtener ingresos sino para pensar que tenemos derecho a ellos. Ha llegado el momento de cambiar eso. El éxito es conseguir usuarios, clientes e inversores. En ese orden.

#### 4. BRANDING 2.0

Marca es lo que quieres vender; reputación, es lo que te compran; profesionalidad, lo que demuestras. Reputación es 'estar en la mente' de los clientes que quieres que te encuentren. Y dos de las mejores vías para generar esa reputación son ayudar (prestar apoyo y servicios) y compartir contenidos de valor relacionados con el sector de interés. Si generas una marca profesional propia pueden despedirte de un empleo pero de tu blog no te pueden echar; puedes cerrar un negocio o cambiar de iniciativa, pero seguirás siendo un profesional relevante con una marca de referencia. Sin un blog eres un 'sin techo digital', todo el día tirado en las redes sociales.

#### 5. PRUEBA

De los fracasos no aprendes, aprendes de los éxitos. De los fracasos tal vez aprendas qué no funciona, pero no qué hacer después. Es mucho más eficaz aprender de tus éxitos. Por eso es tan importante dar pequeños pasos, empezar a 'poner en el mercado' cada 'producto mínimo viable' que ideas para experimentar y evaluar los resultados. Equívocate rápido y barato y aprende de los pequeños avances. El perfeccionismo puede ser una perfecta excusa para no intentarlo. Prueba, a ver qué pasa, a ver qué quieren. Tus asesores serán tus usuarios, más barato no se puede.

#### 6. NETWORKING

Networking no es entregar tarjetas, es aprender de los buenos. Para montar tu iniciativa con apoyo en Internet necesitas una estrategia MAC: 'modelos, amigos y clientes'. Del consejo, "sólo no puedes, con amigos, sí" hemos pasado a "aprende de los maestros, pide apoyo a profesionales." Las dos mayores ventajas de la Web Social son la transparencia y la conectividad. Las personas y empresas referentes en el campo que te interesa están mostrando en las redes cómo lo hacen y es muy fácil contactar con ellas. Los que dicen que las redes sociales no sirven para nada tal vez se refieran a su propia red social.

#### 7. ESTRATEGIA 2.0

En Twitter generas marca, en Facebook, 'vendes' (promocionas), en LinkedIn, conectas en Pinterest, expones y en tu blog, dispones. Estar presente en todas

las redes no significa dedicarles el mismo esfuerzo. Debes priorizar el uso de aquellas que más se ajustan a tus objetivos, motivación y estilo, pero para descubrirlo debes conocerlas. Profesionalmente, nos encanta la conversación en las redes pero su objetivo debe ser invitar y llevar a nuestros usuarios, clientes, amigos y contactos a nuestros sitios web, a nuestra tienda online y a nuestro blog: El Social Media es un espacio de captación para nuestra web, no a la inversa.

#### 8. GESTIÓN DE CONTENIDOS

Ya no es suficiente con que te encuentren, ahora es necesario que te quieran. Las redes sociales te hacen más visible pero no más interesante ni más útil en el sector donde quieres destacar. Generar marca implica disponer de espacios profesionales propios como tu blog, tu website, tu cuenta Flickr o tu tienda online, pero también de contenidos que permitan amueblar digitalmente esos espacios y hacerlos atractivos. ¿Cómo gestionar los contenidos con eficacia? ¿Cómo hacer que quieran seguirte? Sigue estos tres consejos:

- 1) Consume antes de producir. Si quieres ser interesante, lee a los que son interesantes.
- 2) Ofrece gratis lo que sabes para ganar lo que vales, convierte tu pasión en contenidos y tus contenidos en servicios. Es lo que se llama una estrategia de marketing de contenidos. Cada profesional es un medio de comunicación y también un medio de promoción y venta.
- 3) Hazte adicto a conversar con los clientes: redes, blog, tienda... No hay nada más valioso que las opiniones de los que están deseando comprarte: solo tienes que hacer lo que te piden.

#### 9. VENTA 2.0

Todas las conversaciones en redes sociales son entrevistas comerciales. Y es que en la Web 2.0 todos los profesionales somos vendedores, de una u otra forma porque la 'venta 2.0' no es buscar clientes en las redes, es tenerlos como contactos antes de 'necesitarlos'. La mejor inversión es conseguir clientes.

#### 10. INICIATIVA

Dejemos el pesimismo para tiempos mejores. Las emociones están sobrevaloradas. Nos han dicho que tenemos que sentirnos bien para poder actuar, pero actuando es cómo conseguimos sentirnos mejor. Cuando tengas dudas da el siguiente paso pequeño; en caso de duda, prueba. Motivación no es tener ánimo, motivación es tener motivos; ¡encuentra los tuyos!

**INSCRIPCIÓN**

## PRECIO DEL CURSO 10 euros, IMPUESTOS INCLUIDOS

En caso de ocupar un espacio dentro de las instalaciones destinadas a emprendedores gestionadas por la SPEGC, tiene un descuento del 50% en la cuota de ingreso para cada curso / taller ofertado.

+ INFO: Telf. 928 42 46 00

promueve:

