

## NETWORKING - MARCA PERSONAL

Juan Díaz-Andreu

 <http://es.linkedin.com/in/juandiazandreu>

 @jdiazandreu

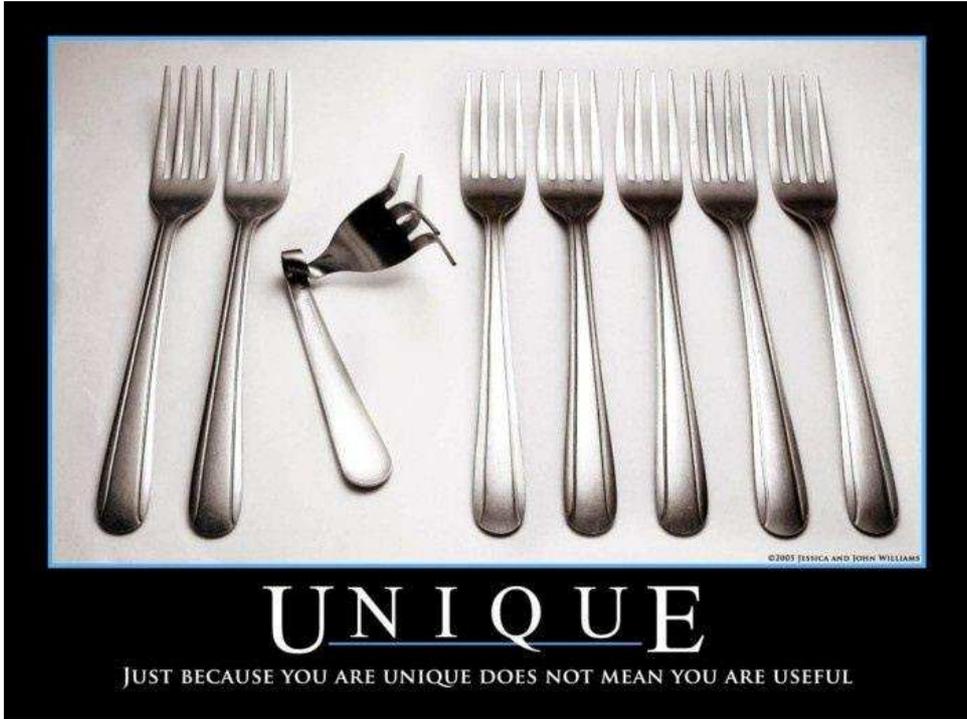


Talengo



think big<sup>(n)</sup>

  
Sum  
microsystems  
take it to the n<sup>th</sup>



## Agradecimientos



Mucho del material utilizado en esta presentación se deriva de 3 presentaciones a cuyos autores estoy profundamente agradecido:

- Sonia Fernández (SF)
- Andrés Pérez Ortega (AP) <http://www.marcapersonal.es/>
- Iñaki Amilibia (IA)

He intentado identificar en cada diapositiva quien ha sido el mayor contribuidor de cada una.

Asimismo he incorporado las enseñanzas de Jose Pedro García ([www.coachingparati.com](http://www.coachingparati.com)), Agnes Le (<http://www.agnesle.com>) y Alejandro Dominguez Doncel (<http://es.linkedin.com/in/alejandrodonce>)

También he utilizado fuentes públicas como son:

- Marca Personal para Dummies (Andrés Pérez Ortega ISBN 9788432902055)
- The Global Social Media Check-up 2010 (Burson Masteller)
- "Dos Grados: Networking - Cultiva tu red virtual de contactos". Sonia Fernández. Editorial LID
- "Revolución LinkedIn - La red profesional del management 2.0 del siglo XXI" JuanMa Roca. Editorial Paidós Empresa
- "El Éxito en Seis Cafés - Construya relaciones de confianza y practique networking efectivo" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Gestión
- "Toma las riendas - ¿Te atreves a cambiar?" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Alianta
- "PNL para Líderes" Jose Pedro García. Cuadernos de Alta Dirección. Universidad de Extremadura

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

## Agradecimientos



Finalmente, quiero significar la contribución de los siguientes artículos y libros:

- "The tipping point" Malcom Gladwell. Editorial BackBay books [2000]
- "Six Degrees" Duncan Watts. Editorial Vintage [2003]
- "I am on LinkedIn - Now what?" Jason Alba. Editorial HappyAbout.info [1ª edición 2007]
- "The LinkedIn Personal Trainer- Using LinkedIn to find, get found, and network your way to success" Steven Tylock. Editorial Tylock & Co. [1ª edición 2007]
- The McKinsey Quarterly:
  - 2009 March "When job seekers invade Facebook"
  - 2009 September "McKinsey Global Survey Results: How companies are benefiting from Web 2.0"
  - 2010 January "Using knowledge brokering to improve business processes"
  - 2007 number 4 "Harnessing the power of informal employee networks"
- The Economist: Networking  
[http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=15351002](http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story_id=15351002)

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

**“LA SEMANA PASADA HICIMOS NETWORKING CON GENTE DEL SECTOR DE COMUNICACIÓN...A SABER CON QUIEN ESTAMOS HACIENDO NETWORKING HOY”**



**Agenda:**

- ▶ **Objetivos**
- ▶ **Concepto**
- ▶ **Proceso**
- ▶ **Herramientas**
- ▶ **Conclusion**

Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



**Agenda:**

- ▶ **Objetivos**
- ▶ **Concepto**
- ▶ **Proceso**
- ▶ **Herramientas**
- ▶ **Conclusión**



Taleng

## Objetivo

En base al conocimiento adquirido sobre el concepto de Marca Personal comentaremos como gestionarla de forma efectiva para un desarrollo óptimo del potencial de carrera (nacional e internacional).

Perfeccionar el conocimiento de los participantes de las herramientas de desarrollo de sus redes de contactos profesionales o “Networking”.

Gestionar la red de contactos y utilizar las relaciones sociales para posicionarte en el mercado y desarrollar el negocio o profesión.

Taleng



Juan Díez-Arrieta © 2010

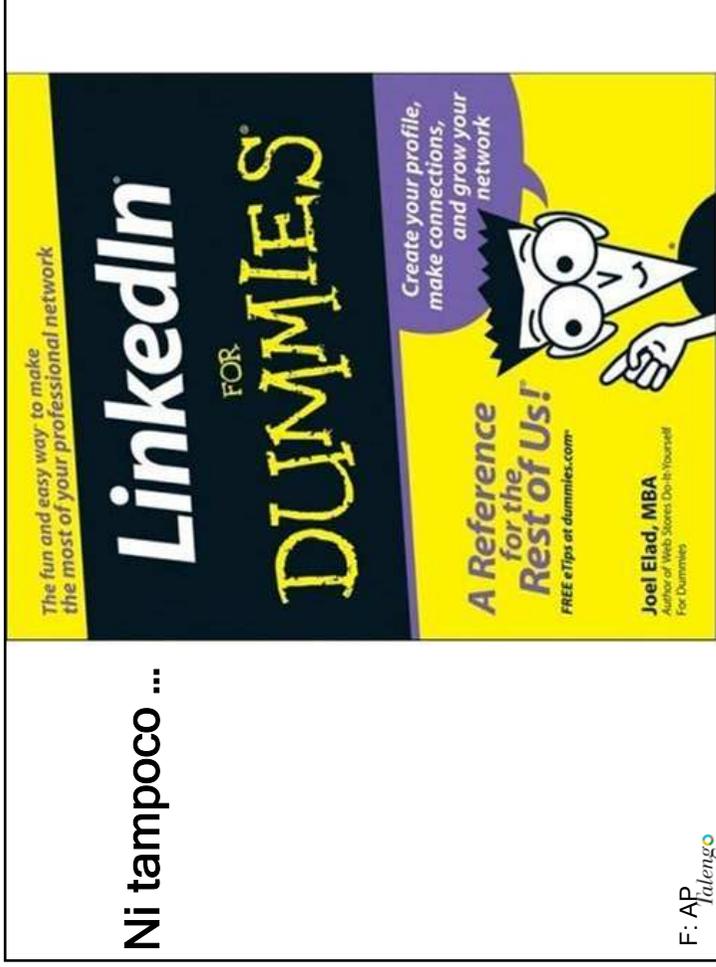
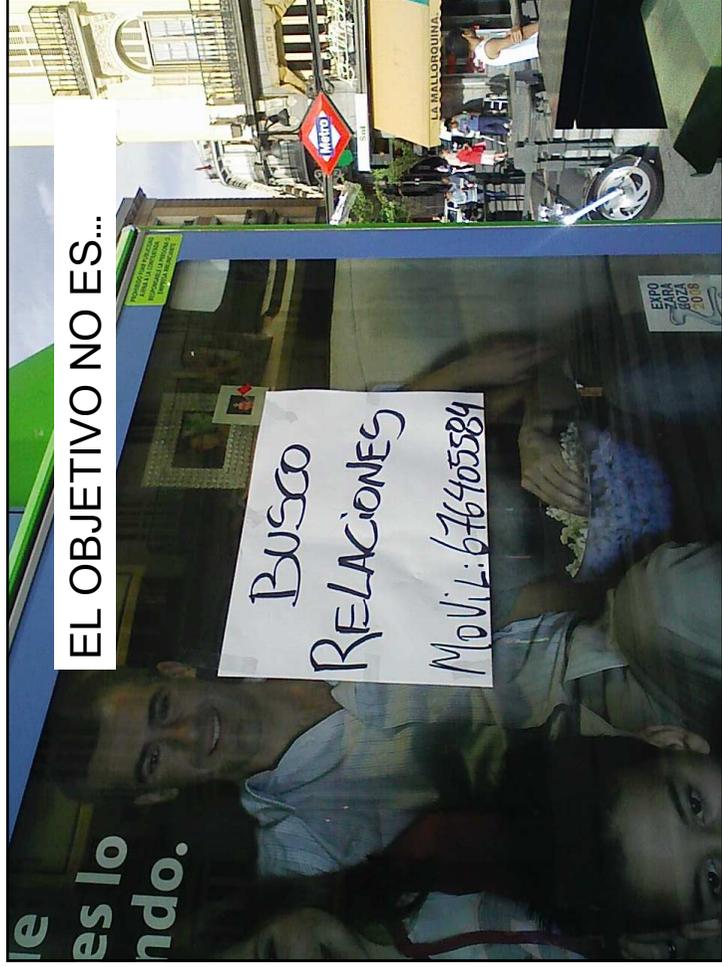
## Objetivo...más en detalle

- ¿Conoces el concepto de Marca Personal? ¿Cuál es la tuya? ¿Cómo la quieres desarrollar?
- ¿Cree que su red de contactos profesional es un activo que infrutiliza?
- ¿Conoce todos los medios para el desarrollo óptimo de su red de contactos?
- ¿Utiliza correctamente el networking en base a sus objetivos profesionales?
- ¿Conoce el verdadero potencial del networking?
- ¿Conoces las herramientas de Internet que te pueden ayudar al respecto?

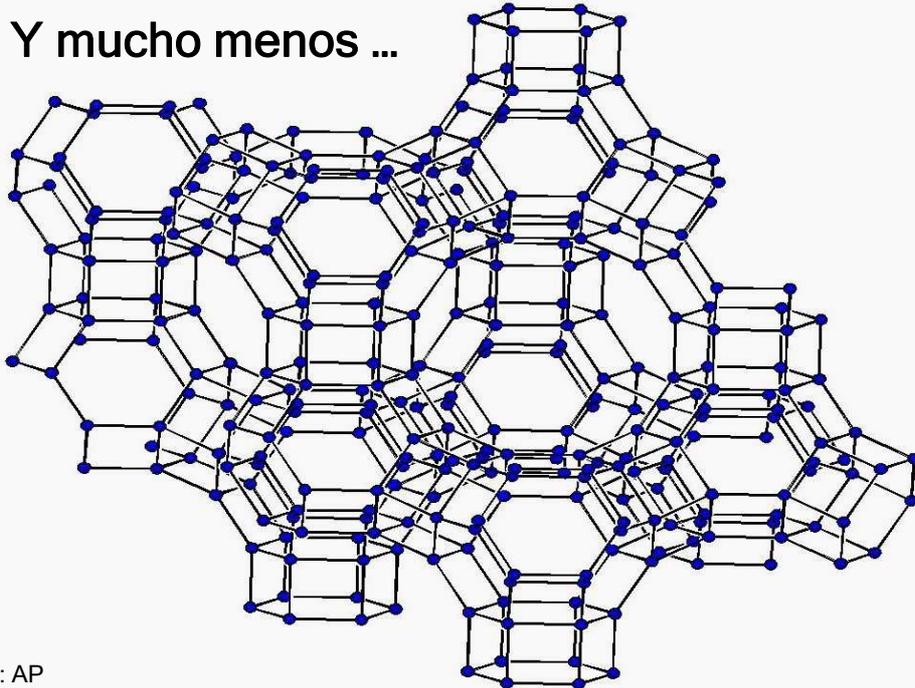
Taleng



Juan Díez-Arrieta © 2010

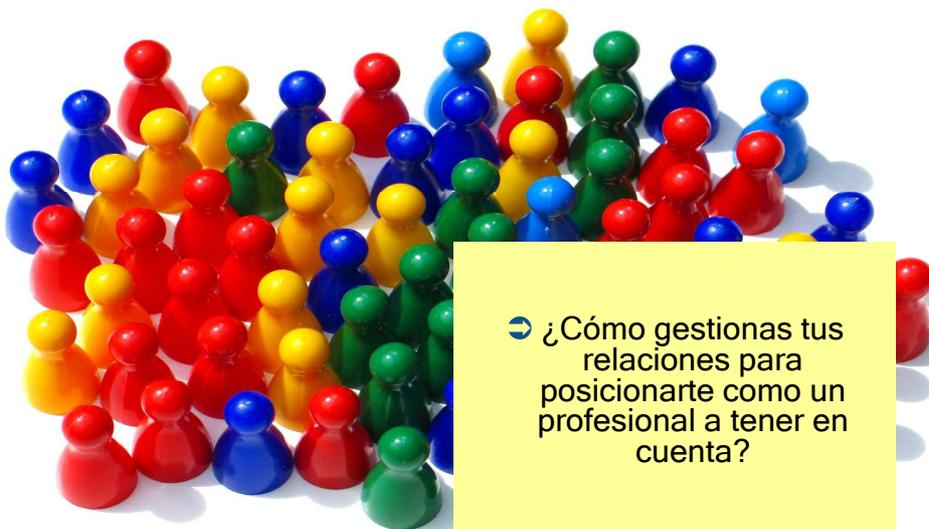


Y mucho menos ...



F: AP

¿Qué aporta el Networking?  
...preguntas que uno debe hacerse...



⇒ ¿Cómo gestionas tus relaciones para posicionarte como un profesional a tener en cuenta?

F: AP

➔ ¿Cómo estableces contacto con las personas adecuadas para alcanzar tus objetivos?



F: AP

➔ ¿Tienes problemas para empezar a hacer networking?



➔ Siempre se puede aprender...



Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng

Sun  
microsystems

- ➔ ¿Tienes objetivos claros cuando acudes a un evento o reunión?
- ➔ ¿Qué quieres conseguir con una red de contactos?



F: AP



➡ ¿Tienes alguna creencia o actitud contraria al concepto de Networking?

F: AP



➡ ...y específicamente, ¿tienes la actitud adecuada al acudir a un evento?



F: AP

**HELLO**  
my name is

➡ ¿Con cuanta gente  
“nueva” contactas por  
semana?

F: AP



- ¿Cómo explicas en un evento social a qué te dedicas y lo que puedes ofrecer?
- ¿Cómo te presentarías a ti y a lo que haces en un evento social?
- ¿Tienes una forma rápida de presentarte (SMS)?

F: AP  
talengo



## Agenda:

- ▶ Objetivos
- ▶ Concepto
- ▶ Proceso
- ▶ Herramientas
- ▶ Conclusión



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

 Sun  
microsystems



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

 Sun  
microsystems

## Referencia MUY práctica número 1: Blog de Marca Personal



**marca propia**  
Estrategias de posicionamiento profesional

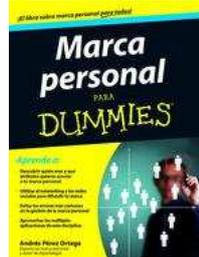


Branding Personal por Andrés Pérez Ortega

➔ **Concepto de MARCA PERSONAL**

➔ <http://www.marcapersonal.es/>





Juan Díaz-Andreu © 2010

F: AP





### Blog de Marca Personal

www.williamarruda.com

GM GT YG L fb OWA IE IEMail f CF BKT H UIMP Banif Bkt esas FT FX T W Wiki



**Brand Strategist. Speaker. Author.**

**William Arruda**  
"The Personal Branding Guru"  
*Entrepreneur Magazine*





1.212.537.9120 support@reachcc.com

**LEARN MORE**

- ➔ [Welcome](#)
- ➔ [Meet William](#)
- ➔ [Topics](#)
- ➔ [Top 10 Reasons to Hire William Arruda](#)
- ➔ [Testimonials](#)
- ➔ [Media](#)
- ➔ [William Arruda - Fact Sheet](#)
- ➔ [Downloads](#)

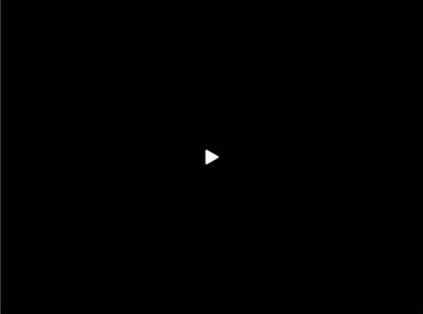
**WILLIAM'S BOOK**



**OTHER WEBSITES FROM REACH**

- ➔ [Reach Personal](#)

**Welcome**  
energy! passion! inspiration!



3:53

**BOOK WILLIAM**

William Arruda  
New York, NY  
1.212.537.9120  
[email William](#)

**PARTIAL CLIENT LIST**

William works with some of the world's strongest brands and with up-and-coming brands, too.

Adobe	JPMorgan
AMA	Lotus
American Express	Microsoft
British Telecom	Morgan Stanley
ASAE	NYU
Cisco	Ogilvy and Mather
Disney	PA Consulting
Duke CE	Procter & Gamble
Electronic Arts	Time Warner
France-Amériques	SHRM
Haas (U of Cal)	Starwood Hotels

Talengo





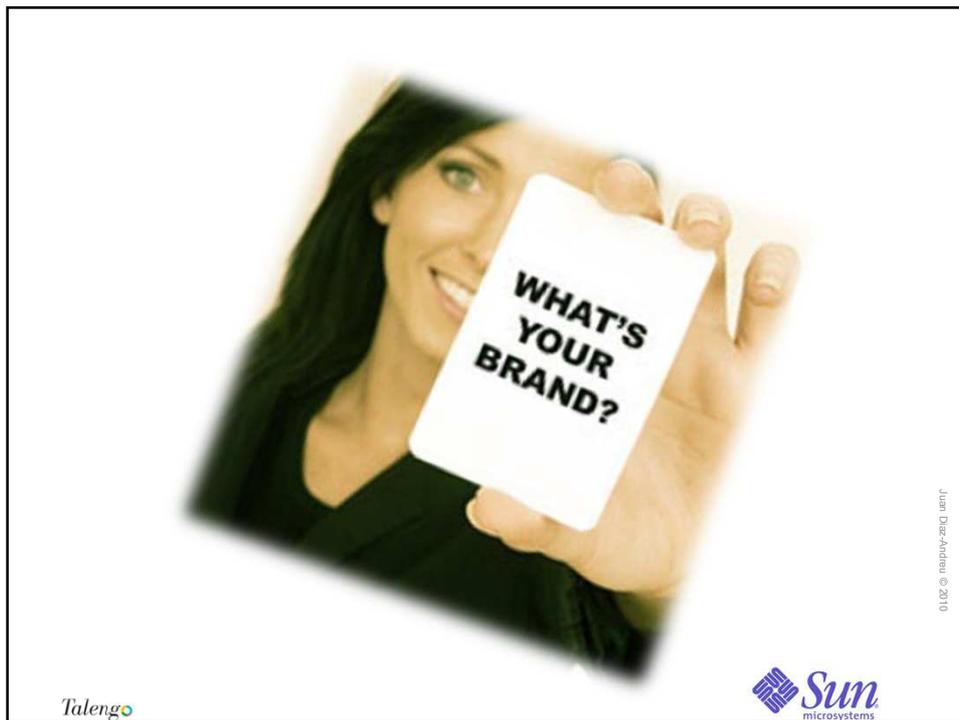
## Referencia MUY práctica número 1

### ⇒ Concepto de MARCA PERSONAL

⇒ Estrategias de Posicionamiento Profesional y Reputación Personal

⇒ Desarrollar una Marca Personal consiste en identificar y comunicar las características que nos hacen sobresalir, ser relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante.

Juan Díez-Andreu © 2010



Personal Branding @ Wikipedia:



- ➔ La Marca personal (en inglés Personal Branding) es un concepto de desarrollo personal consistente en considerarse uno mismo como una marca, que [al igual que las marcas comerciales](#), debe ser
  - ➔ elaborada,
  - ➔ transmitida y
  - ➔ protegida,
  - ➔ con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales.

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010



- A diferencia de otros enfoques de técnicas de mejora profesional que tienden *a la mejora de las características personales*, este enfoque de marca personal tiende a la promoción personal PERDURABLE a través de la percepción que lo demás tienen de uno.

Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010



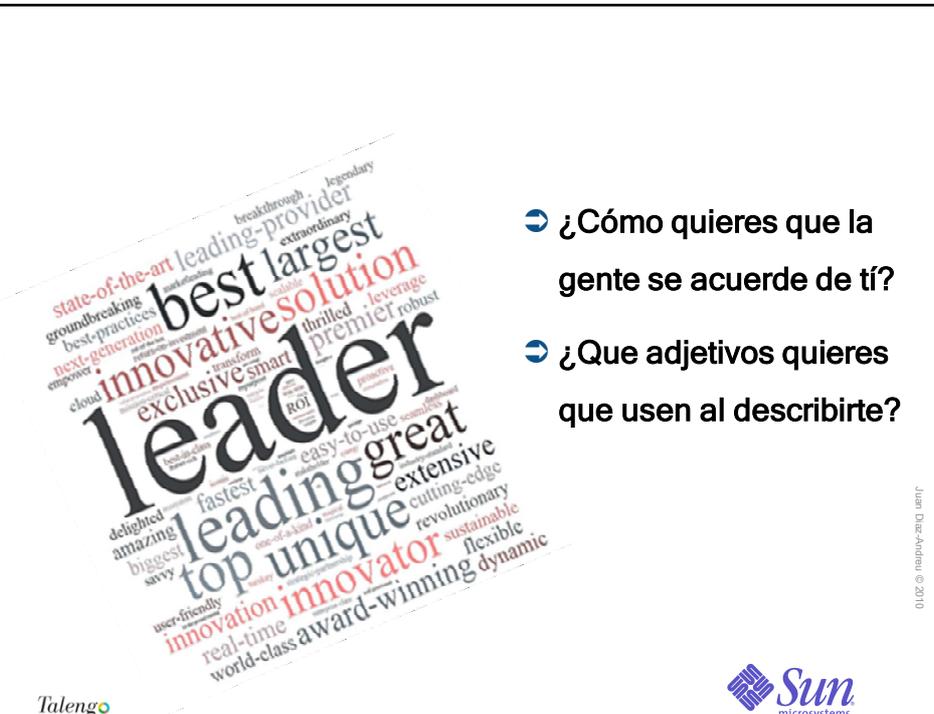
## ¿Lo son ellos?



Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010



Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

- ¿Cómo quieres que la gente se acuerde de tí?
- ¿Que adjetivos quieres que usen al describirte?

## Sinceridad / Transparencia



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

sun  
microsystems

## Autenticidad





Pasión y Entusiasmo



Visionari@

➔ Esto supone la planificación consciente de actividades que supongan la creación de una determinada imagen / percepción en los demás: tenéis que dejar huella!



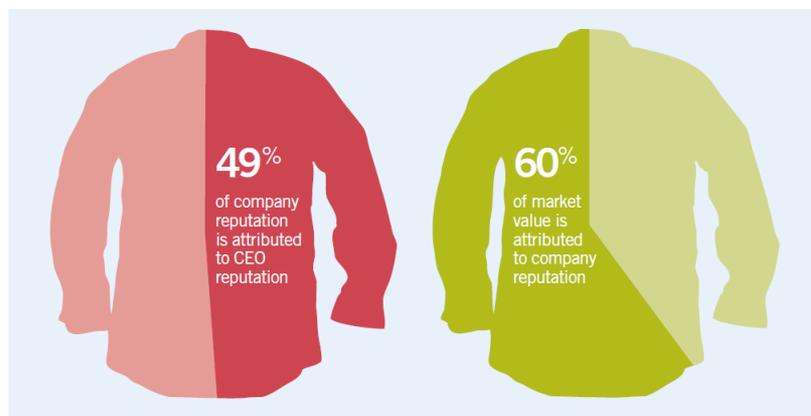
Juan Díez-Andreu © 2010

Talengo

Sun  
microsystems

## ¿Por qué importa ahora la Marca Personal?

➔ Relación entre la Reputación del CEO y el Valor de la Compañía



Juan Díez-Andreu © 2010

Talengo

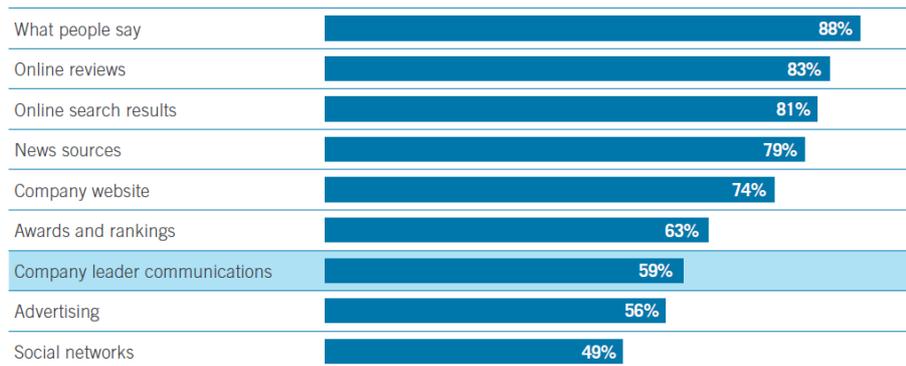
Source: The company behind the brand: in reputation we trust - CEO spotlight by Weber Shandwick

Sun  
microsystems

## Relación entre la Reputación del CD y las Percepciones de los Consumidores

### What influences consumer perceptions about companies?

(% Very/somewhat influential on consumer opinion)



Talengo

Source: The company behind the brand: in reputation we trust - CEO spotlight by Weber Shandwick



## Relación entre la Reputación del CD y Grupos de Interés

- ⇒ 95% Analistas de bolsa y Agentes toman decisiones en base a la reputación del Consejero Delegado
- ⇒ 93% de las Alianzas Estratégicas se demandan en base a la Marca Personal del Consejero Delegado
- ⇒ 88% de la Valoración sobre el Empleador depende de la Marca Personal del Consejero Delegado



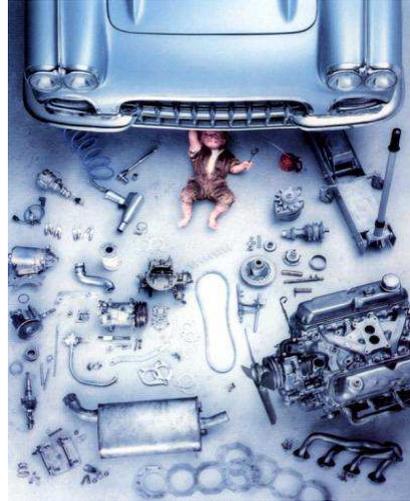
Fuente: Forbes, 2012 y Burston Marsteller, 2000

## Marca Personal del Consejero Delegado y Liderazgo

- Fijar y Comunicar una Visión y Agenda para el futuro
- Impulsar a empleados y directivos hacia la consecución de estos objetivos
- Emular y Demandar altos estándares éticos y de ejecución
- Fomentar cambios tecnológicos e innovación para mejorar la diferenciación y competitividad global
- Inculcar Ilusión, Credibilidad, Confianza en el proyecto empresarial ante grupos de interés



Sabéis quienes sois?  
...vamos a trabajar en vuestra marca personal



Talengo

 Sun  
microsystems

## Ejercicio

- ➔ 1. γνώθι σεαυτόν
- ➔ Nosce Te Ipsum / Temet Noscem



Juan Diaz-Andreu © 2010

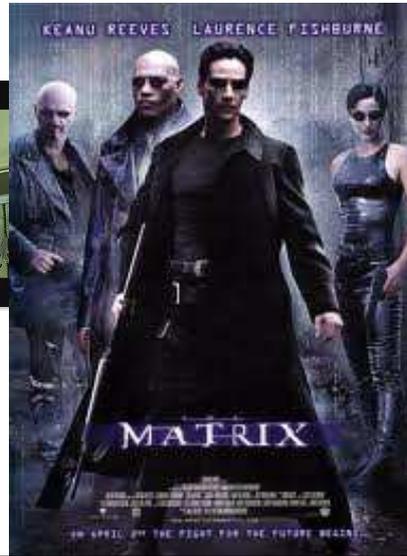
Talengo

 Sun  
microsystems

## Ejercicio

➔ 1. γνῶθι σεαυτόν

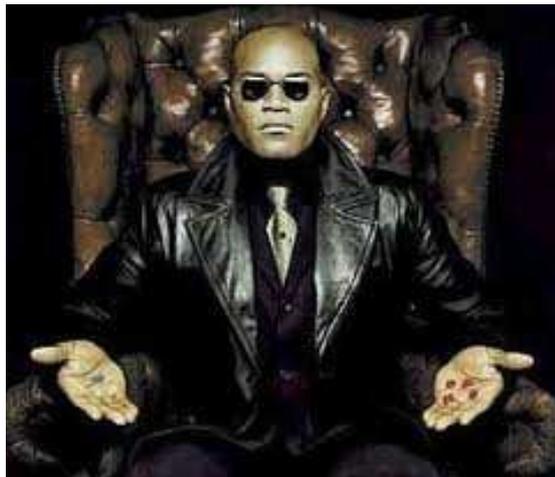
➔ Nosce Te Ipsum / Temet Noscem



Talengo

## Ejercicio

➔ 2. Define tu marca personal y transmitela de forma efectiva



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

 Sun  
microsystems

## Ejercicio

### ➔2. Define tu marca personal y transmitela de forma efectiva



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

Sun  
microsystems

## Ejercicio

### ➔3. Escucha activa y asimilación de información



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

Sun  
microsystems

## Ejercicio

### ➔4. Networking



Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

## Definición

- ➔NO) Networking NO es vender o pedir favores
- ➔SI)
  - ➔Forma parte de la hábitos del día a día y se puede aprender
  - ➔No es tan importante lo que yo sé como las personas que conozco
  - ➔La clave es la reciprocidad y compartir
  - ➔Es la herramienta básica del desarrollo de tu Marca Personal
  - ➔Es la mejor forma de alcanzar el Éxito Profesional / Personal

F: AP  
Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

“Muchas personas empiezan a hacer networking cuando están buscando un trabajo o clientes. Esto es un error. No deberías estar creando tu network en ese momento, entonces es cuando tu network debería estar trabajando para ti”



Juan Diaz-Andreu © 2010

*Jeff Taylor Fundador de Monster.com*

(empresa líder a nivel mundial en búsqueda de empleo en la red)



## Histórico I : Teoría de los seis grados de separación

*Stanley Milgram- 1967*

“Los grados de separación indican el número de personas a través de los cuales estamos conectados con cualquier otra persona”



# ¿Cuántos contactos tienes?

## a) Por su actitud

- Solitario
- Socializador
- Utilizador
- Constructor de relaciones



F: IA  
Talengo

# ¿Cuántos contactos tienes?

## b) Por la calidad de sus conexiones

- Grass Roots
- Rulers
- Connectors
- Super connectors
- Promoters
- Gurús
- Weak links

### Word of Mouth Visualized

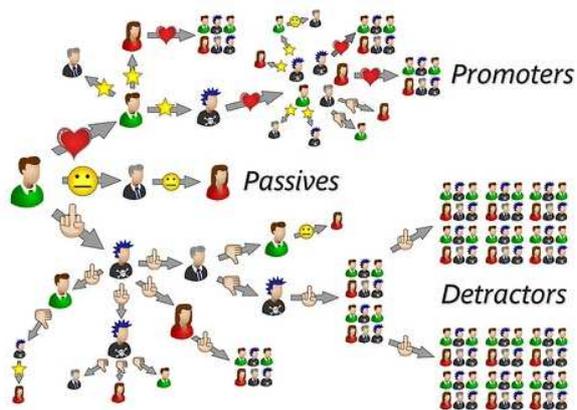


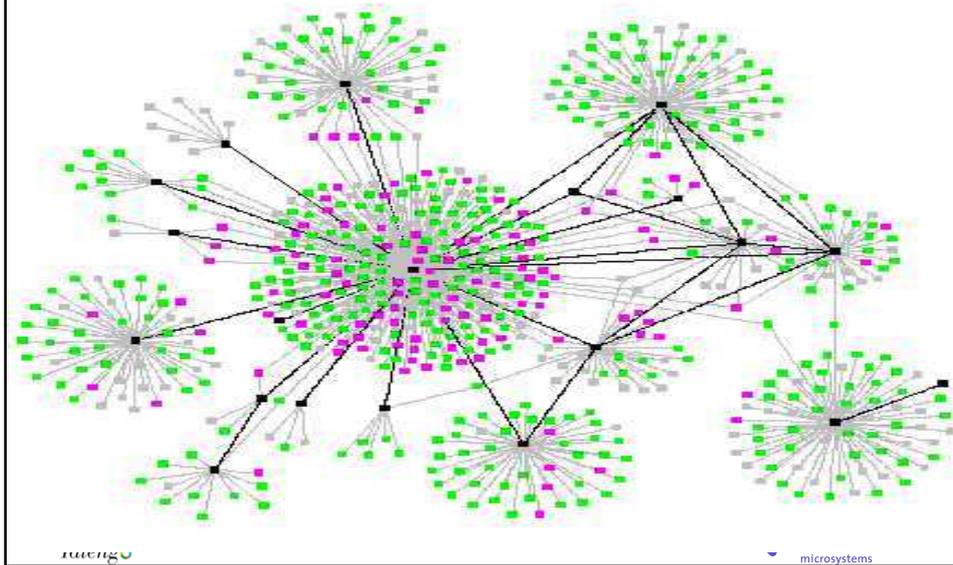
Illustration by Mario Vellandi - Melodies in Marketing

2010

F: IA  
Talengo



## Estructura de la red...de TU RED



### Social network

EN - [http://www.youtube.com/watch?v=6a\\_KF7TYKVc&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=6a_KF7TYKVc&feature=related)

ESP - <http://www.youtube.com/watch?v=bKZQGnGt0tw>

### Linkedin

EN - <http://www.youtube.com/watch?v=MXDaywPFRuk&feature=PlayList&p=3>

ESP - [http://www.youtube.com/watch?v=R5n7Or0ab\\_0&NR=1](http://www.youtube.com/watch?v=R5n7Or0ab_0&NR=1)

### LinkedIn premium Español

<http://youtu.be/ubw9Ssf4seE>

Para comerciales

<http://youtu.be/lq5vPcDQvsY>

LinkedIn: how to make your profile more useful

<http://www.youtube.com/watch?v=zRLYwTfjqHk>

### Redes - Socialnomics

EN <http://www.youtube.com/watch?v=QUCfFcchw1w>

ESP <http://www.youtube.com/watch?v=5mcEfumQ24M>

Talengo



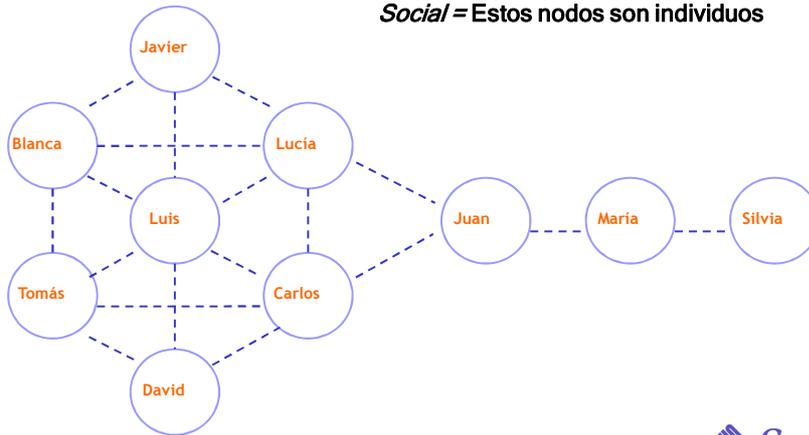
Juan Diaz-Andreu © 2010

## ¿Qué es una red social?

“Una red social es un **conjunto** de individuos (nodos) y las relaciones que estos tienen (enlaces)”. *Wikipedia*

**Red** = Conjunto de nodos unidos entre sí

**Social** = Estos nodos son individuos



F: SF Talengo

Sun  
microsystems

Juan Díaz-Andreu © 2010

## ¿Qué es una red social?

¿Eres un conector,  
estás en la periferia?



**ACTIVIDAD:** Luis tiene el mayor número de vínculos (6)

**PROXIMIDAD:** Lucía y Carlos están a la menor distancia entre el resto de los nodos

**CONEXIÓN:** Con sólo 3 vínculos Juan es el mejor conectado, permite que a través suyo se pueda poner en contacto todos los nodos. Juan es un conector (Malcolm Gladwell)

Talengo

Sun  
microsystems

Juan Díaz-Andreu © 2010



## Beneficios

- Cada persona pertenece a una red de unos 150 miembros y ahí radica la clave del efecto multiplicador del networking y con el correo electrónico incluso más: la campaña publicitaria más barata y eficaz del mundo.
- Fortalece nuestras relaciones personales y conduce a otras relaciones nuevas, a nuevas oportunidades y a mayores logros.
- Nos ofrece oportunidades para ampliar nuestras miras personales y profesionales.
- Entre el 70-80% de los trabajos se consiguen a través de contactos.



Juan Díez-Andreu © 2010

F: IA  
Talengo

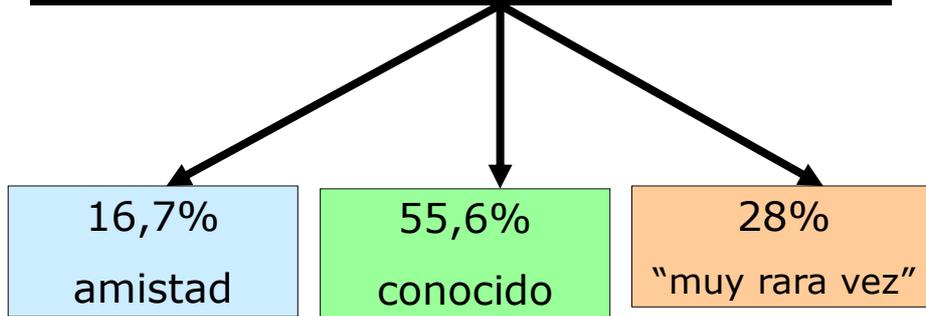


## “Getting a Job”: la fuerza de los nexos débiles

Mark Granovetter.

Sociólogo

56% a través de un contacto



F: IA

Talengo

Sun  
microsystems

## Artículos of Herminia Ibarra (Insead- Harvard)

Harvard Business Publishing | For Educators | For Corporate Buyers | Visit Harvard Business School



Develop Your Signature Voice

FREE WEBINAR PART OF THE MASTERING MANAGEMENT SERIES

FRIDAY, MAY 10 @ NOON EST

REGISTER NOW

Sponsored by

GoToWebinar

by citrix



Harvard  
Business  
Review

SEARCH

FOLLOW HBR:   
DIGITAL & MOBILE

THE MAGAZINE | BLOGS | AUDIO & VIDEO | BOOKS | CASES | WEBINARS | COURSES | STORE

Guest | limited access

Register today and save 20%\* off your first order! Details

Subscribe | Sign in / Register | My Account |

AUTHORS

Herminia Ibarra

Related Topics: Leadership, Leadership Development, Talent Management



Herminia Ibarra is the Cora Chaired Professor of Leadership and Learning, a professor of organizational behavior, and the faculty director of the Leadership Initiative, all at INSEAD, in Fontainebleau, France. She also directs INSEAD's Leadership Transition, an executive program for managers moving into bigger leadership roles. Prior to joining INSEAD, she served on the Harvard Business School faculty for 13 years. Ibarra is an authority on leadership and professional development and



Subscribe & Save Up to 71%

SUBSCRIBE TODAY →



DOES YOUR BOSS  
MAKE YOU WANT  
TO SCREAM?

## Articulos of Herminia Ibarra (Insead- Harvard)

### THE THREE FORMS OF NETWORKING

Managers who think they are adept at networking are often operating only at an operational or personal level. Effective leaders learn to employ networks for strategic purposes.

	Operational
<b>Purpose</b>	Getting work done efficiently; maintaining the capacities and functions required of the group.
<b>Location and temporal orientation</b>	Contacts are mostly internal and oriented toward current demands.
<b>Players and recruitment</b>	Key contacts are relatively nondiscretionary; they are prescribed mostly by the task and organizational structure, so it is very clear who is relevant.
<b>Network attributes and key behaviors</b>	Depth: building strong working relationships.

Taleng



F: IA  
Taleng



Juan Diaz-Andreu © 2010

## Histórico II

“Un número relativamente pequeño de personas están conectadas al resto en unos pocos grados”  
(Conectores)

**CONECTORES:** “persona capaz de servir de enlace entre dos personas que no se conocen y de ponerlas en contacto”



*Malcom Gladwell. The Tipping Point*

F: IA  
Talengo

Sun  
microsystems

Juan Díaz-Andreu © 2010

## Características de los conectores



Tal

Sun  
microsystems

Juan Díaz-Andreu © 2010

## Características de los conectores

- Conocen a una gran cantidad de personas.
- Les parece interesante todo el mundo "Ven en ti algo que ni tu mismo ves"
- Mantienen una disciplina (inconsciente) de reseñas, actualización de datos de las personas que conocen y "gestiones pertinentes" a esos datos.
- No consideran sus relaciones sociales como una estrategia para sus negocios. Nunca es algo premeditado.
- Se han ocupado de estar en muchos mundos, subculturas y estratos diferentes.
- Entre sus características de personalidad aparecen la confianza en sí mismos, la extraversión y la curiosidad.



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

Sum  
microsystems

## Agenda:

- ▶ Objetivo
- ▶ Concepto
- ▶ **Proceso**
- ▶ Herramientas
- ▶ Conclusión

Talengo



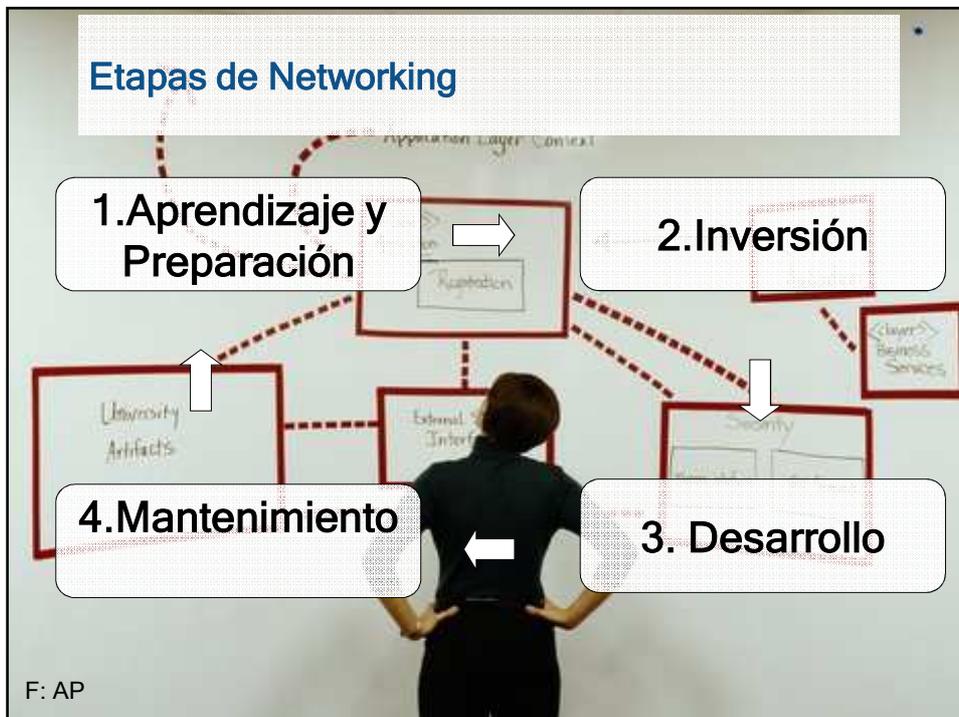
### “Test de networking”

- Q1 - ¿Dedicas alguna comida a la semana a comer con alguien diferente?
- Q2 - ¿Te paras a pensar en cómo poner en contacto a personas que conoces que le pueda interesar conocer a otros?
- Q3 - ¿Dedicas tiempo a mantener una agenda actualizada? ¿Qué sistema utilizas para hacer esto?
- Q4 - ¿Te planteas ir a conferencias o te informas sobre actividades que te puedan aportar y en las que puedas conocer a gente diferente?
- Q5 - ¿Te sueles acordar de tus amigos/conocidos no sólo cuando necesitas algo de ellos?
- Q6 - ¿Conoces a alguien que hace todas estas cosas y te preguntas cómo?

F: SF  
Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010



F: AP

## 1. Etapa de aprendizaje y preparación



### ↳ Entrenar las habilidades de comunicación:

- ↳ -Lenguaje no verbal:
  - ↳ -Posición corporal erguida
  - ↳ -Palmas abiertas
  - ↳ -Contacto visual
  - ↳ -Sonrisa



Juan Diaz-Andreu © 2010

F: AP  
Talengo

Sun  
microsystems

## 1. Etapa de aprendizaje y preparación



### ↳ Entrenar las habilidades de comunicación:

- ↳ -Lenguaje verbal:
  - ↳ ME PRESENTAN:
    - ↳ "Recordar el nombre"
  - ↳ ME PRESENTO:
    - ↳ "Extraiga información"
  - ↳ PRESENTO YO:
    - ↳ "Facilito información común"
  - ↳ DURANTE LA CONVERSACIÓN:
    - ↳ Prepare temas
    - ↳ Mantenga la conversación/Cambie de tema

Juan Diaz-Andreu © 2010

F: IA  
Talengo

Sun  
microsystems

**1.Etapa de aprendizaje y preparación**

↻ Entrenar las habilidades de comunicación:

- ↻ -Lenguaje verbal:
  - ↻ ESCUCHA ACTIVA:
    - ↻ Objetivos
      - ↻ Entender la información que recibo.
      - ↻ Incentivar o motivar al otro para que siga hablando.
      - ↻ Que se sienta a gusto dando información.
      - ↻ Identificar los sentimientos del otro.
    - ↻ Componentes
      - ↻ Verbales
      - ↻ No verbales
    - ↻ ¡¡Escuchar activamente si la conducta es adecuada a la situación.!!
  - ↻ HACER PREGUNTAS:
    - ↻ PREGUNTAS ABIERTAS
      - ↻ Para obtener información amplia
      - ↻ -¿En qué le puedo ayudar?, ¿Qué le trae por aquí?, ¿Qué opina de..?
    - ↻ PREGUNTAS CERRADAS
      - ↻ Para obtener información concreta
      - ↻ -¿Cuánto..?, ¿Es así?, ¿Dónde...?

F: IA  
Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

**1.Etapa de aprendizaje y preparación**

↻ Barreras:

**BARRERAS**

**Riesgos pre  
"No empezar"**

- "No tengo ganas"
- "Soy tímido"
- "No se me da bien hablar con desconocidos"
- "Soy un desastre presentándome"
- "No tengo nada que aportar a los demás"
- "No caigo bien"
- "Me cae mal"
- ...

**Riesgos post  
"Abandonar"**

- Profecía autocumplida
- Rechazo inicial
- Malestar, coste emocional
- Espera e incertidumbre
- ...

F: IA  
Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010



## Referencia MUY práctica número 2

- José Pedro García y su libro "PNL para Líderes".
  - Dirige
    - la consultora de formación excellence research institute,
    - la web [www.coachingparati.com](http://www.coachingparati.com), y
    - la escuela de liderazgo personal.
  - Es coach personal especializado en empresarios y profesionales, y ejecutivo.
  - <http://josepegarcia.blogspot.com>
- Talengo



## Referencia MUY práctica número 2

➔ PNL es un sistema para preparar o programar, sistemáticamente nuestra mente, y lograr que comunique de manera eficaz lo que pensamos con lo que hacemos, logrando así una congruencia y comunicación eficaz a través de una estrategia que se enfoca al desarrollo humano:

- ➔ ¿Cómo hago lo que hago bien?,
- ➔ ¿Cómo podría mejorarlo?,
- ➔ ¿Cómo puedo conseguir las habilidades que admiro en otros?



Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng

Sun  
microsystems



**WIN €20  
INSTANTLY**  
100,000 CHANCES TO WIN

Have a break. Have a



Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010



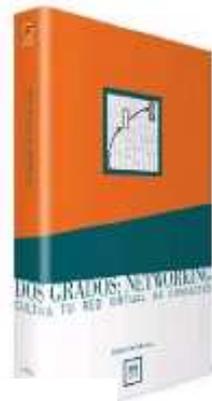
Juan Diaz-Andreu © 2010

### Referencia MUY práctica número 3

Dos Grados: Networking  
- Cultiva tu red virtual de  
contactos: Sonia  
Fernandez propone  
estructurar nuestros  
contactos en las redes  
sociales



F: SF  
Taleng



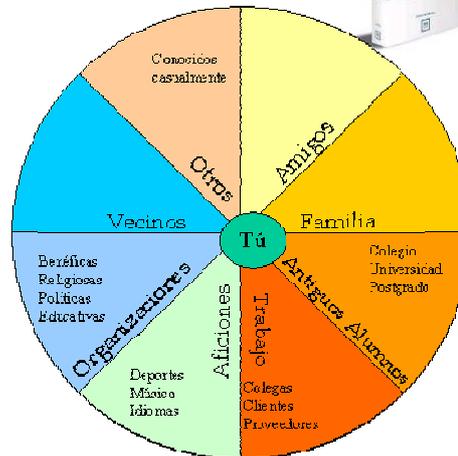
STANFORD  
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS

Juan Diaz-Andreu © 2010



### Referencia MUY práctica número 3

- ➔ 1. Crea tu diagrama de relaciones
- ➔ 2. Haz una lista de las personas en cada grupo
- ➔ 3. Limita la lista a las personas que te devolverían una llamada de teléfono (contactos reales)
- ➔ 4. Piensa en cómo puedes poner en contacto a unas personas con otras (a quién le puede venir bien conocerse)



F: SF  
Talengo



## 2. Etapa de inversión



- Crea la imagen correcta.
- Utiliza Tarjetas.
- Construye relaciones, no colecciones personas.
- Asistir a estos eventos requiere tiempo y no es posible ni conveniente acudir a todos: **no pierdas el tiempo en actividades improductivas.**

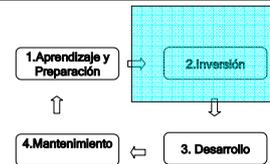
Juan Diaz-Andreu © 2010

F: IA+AP



## 2. Etapa de inversión

- ¿A que y cuantos eventos acudes?
- Organiza tu agenda!!!



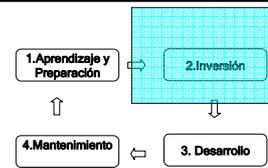
- Come con alguien una vez por semana
- Participa en charlas o presentaciones
- Dedica tiempo a tus aficiones
- Ejerce de anfitrión
- Participa en asociaciones



F: AP

Talengo

## Preparación



- Conocer la finalidad del evento
- Mantén el contacto visual y sonríe
- Practica tu apretón de manos



Juan Díaz-Andreu © 2010

F: IA+AP  
Talengo

Sun  
microsystems

## Recomendaciones para eventos



- Prepárate bien físicamente
- Escoge tu imagen
- Cuida tu aspecto
- Llega pronto
- Lleva al menos 10 tarjetas
- Prepárate mentalmente
- Prepara tu presentación (¿A qué te dedicas?)
- Ve con la intención de establecer relaciones
- Pregúntate si es el sitio adecuado
- Pregúntate ¿Porqué vas?

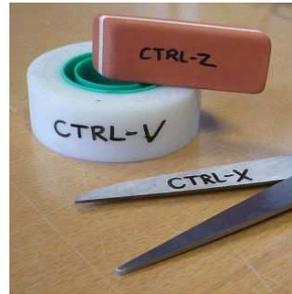
Juan Díaz-Andreu © 2010

F: AP+IA  
Talengo

Sun  
microsystems

### 3. Etapa de desarrollo

- Ser visto y conocido : aprovecha todas las oportunidades para contactar con la gente.
- Efecto de mancha de aceite que consigue que la gente hable de ti y te recomiende.
- No solo vamos a conseguir o a pedir, también debemos ofrecer.



Juan Diaz-Andreu © 2010

F: AP+IA  
talengo



### 3. Etapa de desarrollo

- Busca eventos interesantes. Puedes crear tus propios actos.
- Haz lo posible por asistir
- No suele haber un tablón de anuncios en el que aparezcan los eventos.
- Debes estar pendiente de lo que dice la prensa o las asociaciones.
- Cuando entras en “el circuito” las invitaciones llegan solas.
- Acércate donde estén las personas que van a tomar las decisiones.



Juan Diaz-Andreu © 2010

F: AP+IA  
talengo





### Acción

- **COMO COMPORTARSE:**
  - Sitúate en la zona donde entran los invitados, utilízalo para dejarte ver.
  - No vayas corriendo a la zona de bebidas o al buffet.
  - Saluda al anfitrión lo antes posible para darle las gracias y colaborar.
  - Acércate a personas que están solas o a grupos de 3 o más.
  - Da la mano y di hola y adiós. Mantente de pie en las presentaciones.
  - Pon tu identificativo a la derecha y altura de la vista.

Juan Díez-Andreu © 2010

F:  

### 4. Etapa de Mantenimiento

- ¿Cómo puedes aportar valor a tu red?
- ¿Cómo puedes aumentar tu influencia en los grupos a los que perteneces o con los que te relacionas?
- ¿Cómo puedes servir de puente para que otros accedan a los grupos a los que perteneces?
- Se creativo/a



Juan Díez-Andreu © 2010

F: AP  

## 4. Etapa de Mantenimiento



- Alimenta las relaciones con el seguimiento adecuado
- Busca oportunidades para escribir
- Imparte clases, charlas o talleres
- Analisis y revisión:
  - Tiempo desde el último contacto.
  - Aficiones comunes.
  - Intereses profesionales.
  - Cuestiones personales (bodas, cambios de trabajo)
  - Lo que puedes ofrecerles (contactos, invitaciones, información)

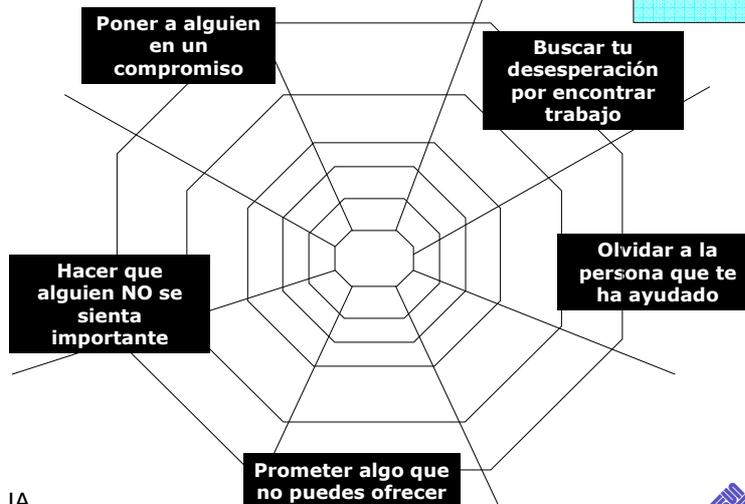


Juan Diaz-Andreu © 2010

F: AP  
Talengo



## Evitar errores



Juan Diaz-Andreu © 2010

F: IA  
Talengo



## Conclusión

- Arriésgate
- Conoce gente nueva
- Cultiva tus aficiones
- Participa en asociaciones
- Ejerce de anfitrión
- Crea tu propio grupo de networking
- Comparte tu conocimiento y tus contactos
- Déjate ayudar
- Pide consejos a las personas que admiras
- Da primero para recibir después



Juan Diaz-Andreu © 2010

F: Sfaleng



## Agenda:

- ▀ Objetivo
- ▀ Concepto
- ▀ Proceso
- ▀ **Herramientas**
- ▀ Conclusión



Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



Hasta hace poco, las relaciones estaban basadas en la cercanía física y habilidades personales tangibles...con desarrollo de relaciones de confianza en círculos cerrados...



Pero hay herramientas que facilitan el Networking:  
1. Asociacionismo / Grupos de Interés...



Talengo

SUN  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

## Y hay herramientas que facilitan el Networking: Internet!



Banca



Musica



Comercio



Comunicaciones



Relaciones personales

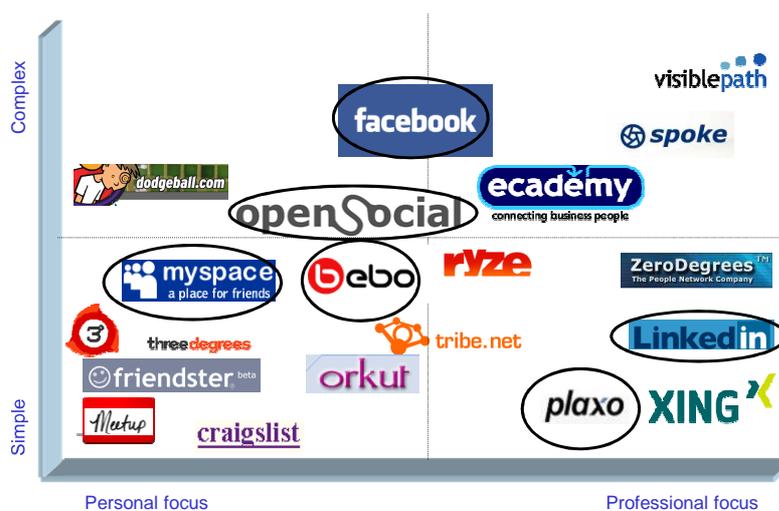


Viajes

Source: Kristel Latasto, Amadeus IT, S.A.



## ...especificamente las Redes Sociales...



Juan Diaz-Andreu © 2010



## De Seis a Dos... Internet

*Internet nos ofrece la herramienta perfecta para darnos a conocer y para poder ponernos en contacto con cualquier persona que queramos llegar a conocer en probablemente sólo dos pasos*

¿Por qué dos grados?

De ...



Stanley Milgram - 1967

Teoría sobre los Seis Grados de Separación

A ...



La teoría se hace parte de la cultura ...

Juego de seis grados de separación de Kevin Bacon



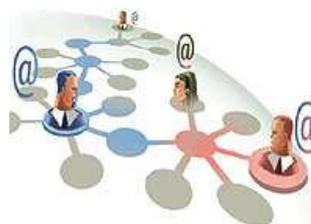
Juan Diaz-Andreu © 2010

F: SF Talengo



## De Seis a Dos... Internet

Internet nos ofrece la herramienta perfecta para darnos a conocer y para poder ponernos en contacto con cualquier persona que queramos llegar a conocer en probablemente sólo dos pasos



Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo



... y crea "lealtad" al facilitar la creación de relaciones colaborativas sin la necesidad de vínculos presenciales!



Source: Kristel Latasto, Amadeus IT, S.A.

Tras la teoría...vamos a la práctica:  
y esto cómo me afecta a mí: directivo,  
empresario, autónomo...o a nivel  
privado?

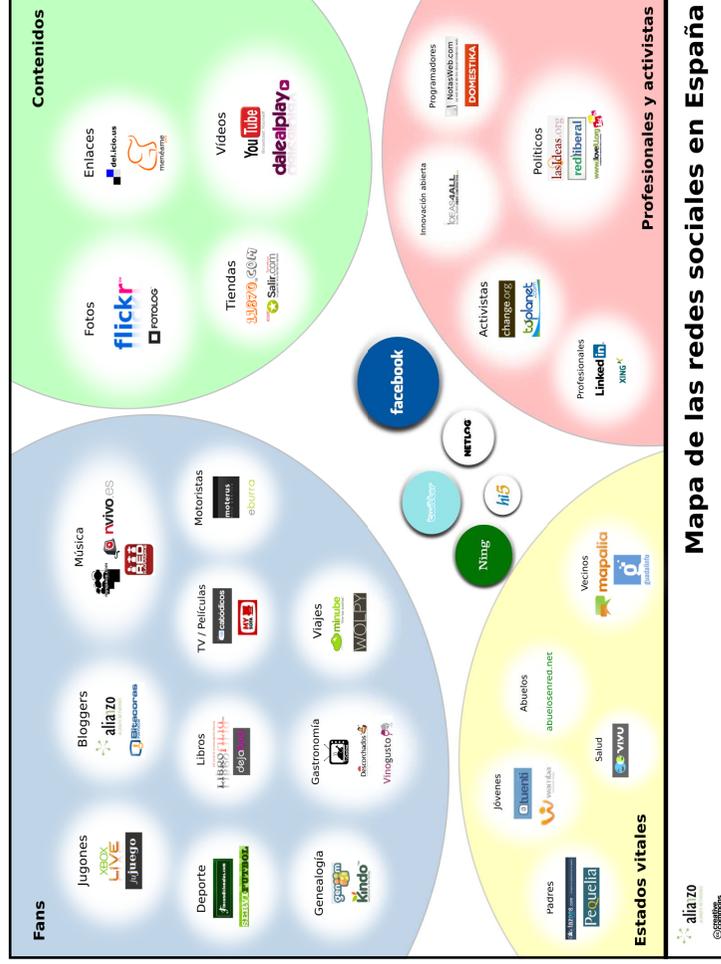
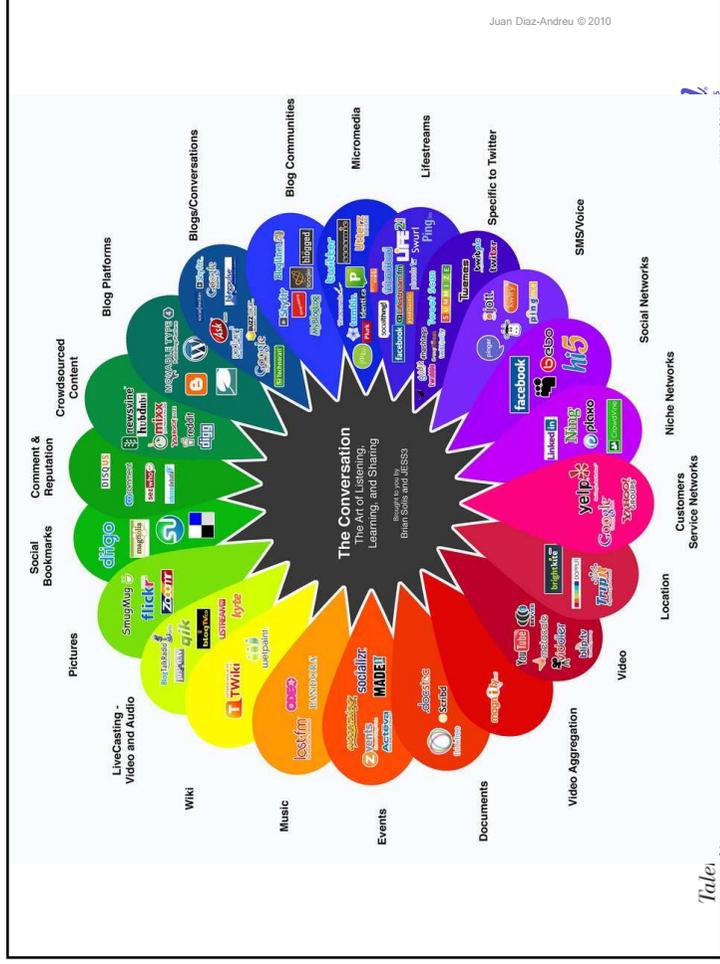
- ➡ ¿A qué redes sociales o grupos perteneces?
- ➡ ¿Cuál es tu posición y qué papel juegas dentro de cada grupo?

<http://www.youtube.com/watch?v=0eUeL3n7fDs>

F: SF  
Talengo

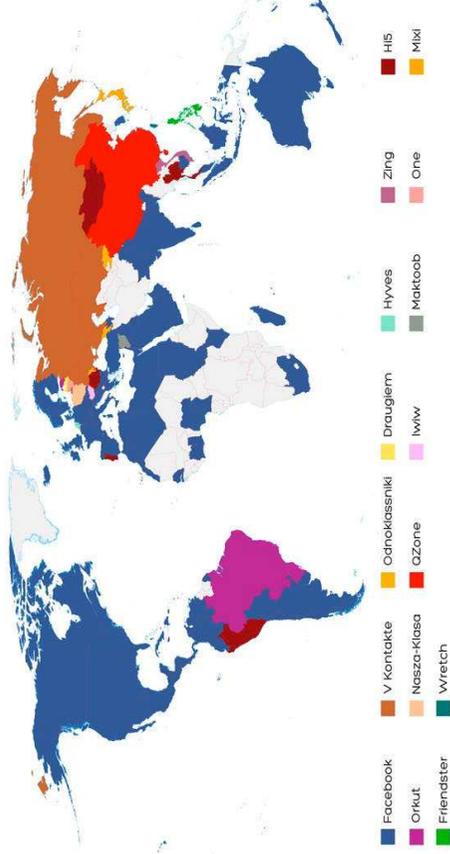
Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010



# Mapa mundial de Social Networks

December 2009

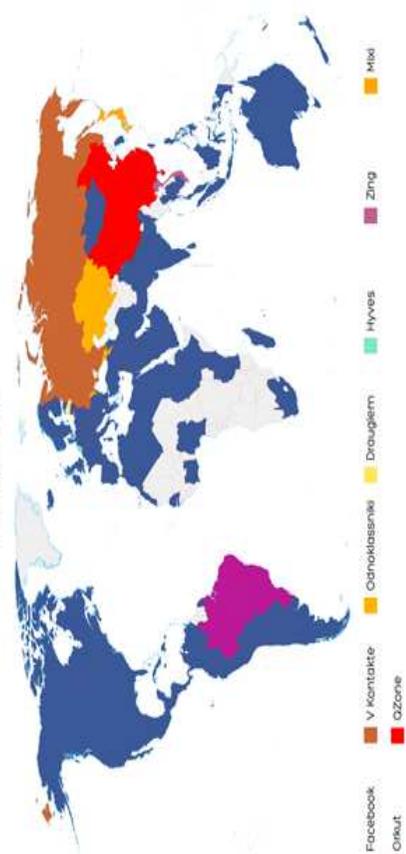


Talengo

Sun  
microsystems

# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

June 2011



credits: Umanoa Cosinea - www.uinoas.it

license: CC-BY-NC

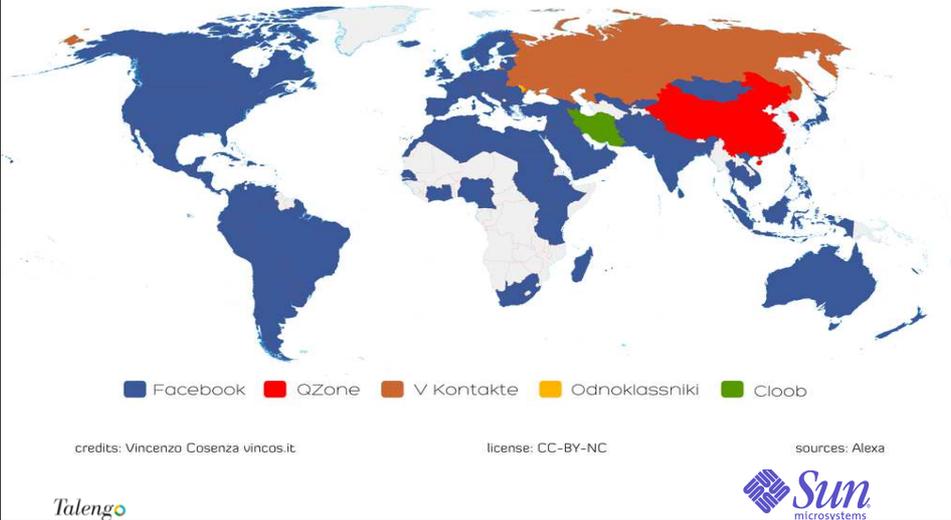
source: Google Trends for Websites / Alexa

Talengo

Sun  
microsystems

# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2012



## Social network

EN - [http://www.youtube.com/watch?v=6a\\_KF7TYKVc&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=6a_KF7TYKVc&feature=related)

ESP - <http://www.youtube.com/watch?v=bKZQGnGt0tw>

## Linkedin

EN - <http://www.youtube.com/watch?v=MXDaywPfRuk&feature=PlayList&p=3>

ESP - [http://www.youtube.com/watch?v=R5n7Or0ab\\_0&NR=1](http://www.youtube.com/watch?v=R5n7Or0ab_0&NR=1)

## LinkedIn premium Español

<http://youtu.be/ubw9Ssf4seE>

Para comerciales

<http://youtu.be/lq5vPcDQvsY>

LinkedIn: how to make your profile more useful

<http://www.youtube.com/watch?v=zRLYwTfjqHk>

## Redes - Socialnomics

EN <http://www.youtube.com/watch?v=QUCfFcchw1w>

ESP <http://www.youtube.com/watch?v=5mcEfumQ24M>

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

## ¿Qué es lo que hace cada Red Social?

### Which social network does what?

**twitter**

Broadcasting: everything to everyone  
4 billion tweets posted in Q1 '10



**facebook**

Sharing personal information with friends & family  
>550 million members



**LinkedIn**

Building professional networks  
Building professional brand  
Sharing insights  
Finding new hires or jobs



**LinkedIn** Recruiting Solutions

### Utilidades de las Redes Sociales

- Generar oportunidades laborales
- Buscar proveedores, clientes o socios
- Encontrar expertos en tu sector
- Resolver dudas profesionales
- Compartir conocimientos
- Encontrar antiguos colegas
- Contactar con headhunters
- Ofrecer un CV abierto a la red



F: AP  
Talengo

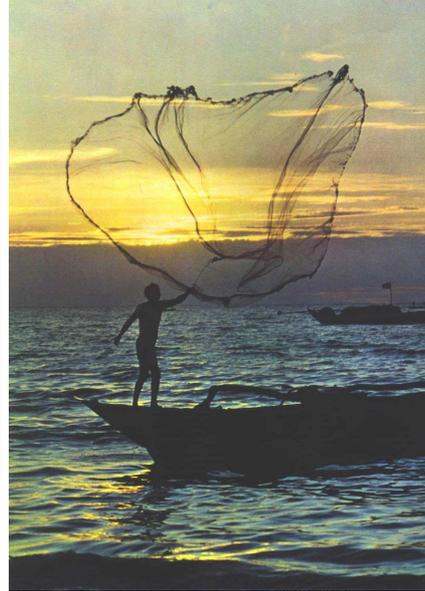
**Sun**  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

## ¿Tejer o Echar la red?



F: AP  
Talengo



## Proactividad vs. Reactividad

- No te consideres el ombligo del mundo.
- Haz preguntas y participa en los foros.
- Publica comentarios en los blogs.
- Se consistente en tu imagen y presencia
- Mantén tus perfiles actualizados.
- Utiliza invitaciones personalizadas.
- No esperes que todo el mundo las use como tú.
- Facilita el contacto entre personas que conoces.
- No confundas calidad con cantidad.

F: AP  
Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010



## Referencia MUY práctica número 4

Blog de Pedro de Vicente: “www.exprimiendolinkedin.com”

Home
Tu identidad 2.0
Webinars
Grupo
Contacto



# Exprimiendo LinkedIn

### Cómo localizar en LinkedIn a los profesionales mejor conectados de tu sector

13 diciembre 2011. Escrito por Pedro de Vicente en [Búsquedas en LinkedIn](#), [Contactos LinkedIn](#)

Como sabes, en LinkedIn, **el tamaño de tu red de contactos**, limita tu capacidad de acceso a los sectores, empresas y profesionales en los que estás interesado. Digamos que, el tamaño de tu red, va a determinar el tamaño de tu “mercado objetivo”, porque los resultados de búsqueda que LinkedIn te ofrece proceden del interior de tu propia red.

Una manera de mejorar enormemente el alcance de la misma, sin tener que invitar al 80% de los profesionales de un sector, es **detectar a los llamados superconectores**.

[Leer más >>](#)

**Pedro de Vicente**



Trabajando en redes sociales, gestión de la reputación, seo/sem, Mk online.

**Nuestros servicios**

Webinars

Tu identidad 2.0

Únete a nuestro grupo en [LinkedIn >>](#)

**Etiquetas**

Accionistas actividad actividad apariciones aplicaciones Inmaps aplicaciones linkedin

## “www.exprimiendolinkedin.com”

- [Cómo Configurar LinkedIn cuando estás buscando Empleo](#)
- [LinkedIn: Gestiona tu Perfil para Lograr Resultados](#)
- [Cómo optimizar tu Perfil LinkedIn para buscar empleo](#)
- [Cómo localizar en LinkedIn a los profesionales mejor conectados de tu sector](#)
- [Cómo elegir los Grupos Profesionales en LinkedIn](#)
- [LinkedIn cambia radicalmente el concepto “Red de Contactos”](#)
- [Los dos ámbitos clave de tu Actividad en LinkedIn](#)
- [Cómo controlar el retorno de tu Actividad en LinkedIn](#)
- [LinkedIn: Cómo convertir una Invitación en una Oportunidad](#)

F: AP

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

## Foros de LinkedIn

[Back to all discussions](#) | [Start a discussion](#)

[Follow](#) [Move to Jobs](#)



**Güley Erkin**  
Marketing and Personal  
Branding Strategist for Career  
Success, Founder and CEO,  
Win-More & Prosper, Madrid  
[See all Güley's discussions »](#)

### The 10 Mistakes You're Probably Making in LinkedIn

1. Not being branded, not delivering a message about your promise of value
2. Not having a good distinctive professional summary to set you apart
3. Not listing every position
4. Not writing job descriptions for each position
5. Not completing the "specialties" section
6. Not editing the auto sub-header provided by LinkedIn
7. Not sending personalized invitations
8. Not creating a personal URL
9. Not making your profile public
10. Not having recommendations

Do you need an effective LinkedIn profile? Please contact me for more information.

[guley.erkin@gmail.com](mailto:guley.erkin@gmail.com)

Posted 4 days ago | [Reply Privately](#)

Add a Comment:

Talengo



# Blog de LinkedIn

I'm On LinkedIn - Now What???

the blog behind the book

**New LinkedIn Profile Webinar**  
January 17, 2013

**Proactive click for Strategies Webinar**  
more...  
March 1

**New Job Title? Watch your Professional Headline**

Like last night I snuck into my office to do a 3 minute job: add Alternatives to a new job. I was in a hurry and added that. I was hoping people would see that in their updates today (they did, and I've already gotten 51 alternatives.com I noticed my new Professional headline:

7 8



**Jason Alba**

what

Author at 51 Alternatives to a Real Job

Greater Salt Lake City Area | [Interests](#)

on jobs: 25

[Find Jobs](#)

jobs by [Indeed](#)

Categories

Amazon (3)

Book Experiences (14)

book help (3)

LinkedIn Answers (12)

LinkedIn Applications (13)

LinkedIn Book (6)

LinkedIn Connections (13)

LinkedIn Contacts (2)

[Edit Profile](#)

I would call this a DESIGN FLAW: My programmers would call it a BUG. I think it is horrible that LinkedIn hides your Professional headline with whatever recent job title you put us, for two reasons:

First, I advise people to customize their headline and NOT make it Title at Company. My original intention was to encourage people to do that. Second, LinkedIn's search has to recognize the professional I have had there and overwrite it with Title at Company. The new Professional is misleading.

... have to spend time to rethink this and

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

Buy this book!



Buy hardcopy from publisher

Buy ebook

Buy in bulk

Buy from Amazon

More information

Receive posts by Email

(enter your email address)

Subscribe me!

Search

Recent Comments

Teddy Burrise (@TLBurrise) I fully agree with you Jason,

Bedfordbury THE PUT THICKENS

Goodyear my email contact him

Jason Alba Thank you, that is the

...

**The Kit Kat Truck**

**Challenge:** Create an eye-catching and memorable advertisement for the upcoming KitKat truck tour. The advertisement had to be a truck to inspire the jury of the Photo Award in Germany. The Photo Award is an awards show especially designed for "Rolling" - advertising on trucks.

**Strategy:** Have a break... have a Kit Kat. In my opinion, the advertisement for the truck was a success. It was a truck, a truck, a truck, and it was a truck. It was a truck, a truck, a truck, and it was a truck. It was a truck, a truck, a truck, and it was a truck. It was a truck, a truck, a truck, and it was a truck.

**Result:** Winning the first prize and a Photo Award in the Photo Award. The award was implemented in the first 50 trucks that will drive across Germany for four weeks.

## Agenda:

- ▀ Objetivo
- ▀ Concepto
- ▀ Proceso
- ▀ Herramientas
- ▀ **Conclusión**



Juan Díaz-Andreu © 2010

Taleng

 Sun  
microsystems

## Objetivo

En base al conocimiento adquirido sobre el concepto de Marca Personal comentaremos como gestionarla de forma efectiva para un desarrollo óptimo del potencial de carrera (nacional e internacional).

Perfeccionar el conocimiento de los participantes de las herramientas de desarrollo de sus redes de contactos profesionales o “Networking”.

Gestionar la red de contactos y utilizar las relaciones sociales para posicionarte en el mercado y desarrollar el negocio o profesión.

Juan Díaz-Andreu © 2010

Taleng

 Sun  
microsystems

## Mi plan de acción

ACTIVITY	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
Reading												
1												
2												
3												
Training												
4												
5												
6												
Networking												
7												
8												
9												
Personal Branding												
10												
11												
12												
Additional												
13												
14												
15												

Talengo

Sun  
microsystems

## To Do's (1/4)

- Acordaros de la "diapositiva del tenedor": "No tenéis que ser ÚNIC@S, sino ÚTILES" (hacéis vuestro trabajo a nivel técnico MUY bien!, lo que tenéis que conseguir es que "os luzca").
- Tras la sesión que he tenido con vosotr@s en que os he dado unas cuantas ideas de cómo mejorar vuestra Marca Personal y herramientas para desarrollar de forma más eficiente vuestra Red de Contactos (Networking), os "pongo tarea" para los siguientes meses. Así pues os hago una propuesta "práctica" de actividades a realizar en las próximas semanas: **os animo a que elijáis al menos 1 actividad** de cada categoría (pondré asteriscos según mi recomendación personal-más asteriscos significa más recomendable):
- **A. Lecturas:**
  - \*\*\*\* Marca Personal para Dummies (Andrés Pérez Ortega ISBN 9788432902055)
  - \*\*\*\*"Dos Grados: Networking - Cultiva tu red virtual de contactos". Sonia Fernández. Editorial LID (disponible en Inglés) [1ª edición data de 2004, hay una nueva edición revisada]
  - \*\*Revolución LinkedIn - La red profesional del management 2.0 del siglo XXI" JuanMa Roca. Editorial Paidós Empresa [1ª edición 2009]
  - \*\*"El Éxito en Seis Cafés - Construya relaciones de confianza y practique networking efectivo" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Gestión 2000 [1ª edición 2008]
  - \*\*"Toma las riendas - ¿Te atreves a cambiar?" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Alienta [1ª edición 2009]
  - \*\*"PNL para Líderes" Jose Pedro García. Cuadernos de Alta Dirección. Universidad de Extremadura, 2008

Juan Diaz-Andreu © 2010

Talengo

Sun  
microsystems

## To Do's (2/4)

### • B. Formación

- \*\*\* Busca un/a Mentor/a Senior y pídele consejo en reuniones periódicas (mínimo una al mes)
- \*Mira cada día un TED talk (o TEDx) <http://www.ted.com/>
- \*\*\*Lectura del libro "The tipping point" Malcom Gladwell. Editorial BackBay books [2000] y puesta en práctica de sus recomendaciones.
- \*Lectura del artículo de The Economist: "Networking" [http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=15351002](http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story_id=15351002)
- Mira cada año la versión del vídeo de Socionomics:
  - Inglés 2013 : <http://www.youtube.com/watch?v=QUCFfch1w>
  - Castellano (bastante peor): <http://www.youtube.com/watch?v=xeg2pRGii6Y>
- \*\*\*Asistencia a un curso de PNL (Programación NeuroLingüística): podéis encontrar muchos en Internet. Mirad este vídeo de ESADE Alumni
- <http://www.youtube.com/watch?v=bXDYtd4Ppco>
  - Una opción es buscar en
    - » <http://www.cegos.es/curso/Formacion-desarrollar-flexibilidad-relacional-impacto-e-influencia-PNL?gclid=CM3gkJKfrwCF5gewwod4icAig>
    - » <http://www.eae.es/part-time/direccion-general/master-en-desarrollo-directivo-inteligencia-emocional-y-coaching?var=no&c=190302M0029&qclid=CO7HxZ-frwCF5gKwwodelkA8A>
    - » <http://escueladeinteligencia.com/pnl/>

Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



## To Do's (3/4)

### • C. Actividades de Networking

- \*Os animo a que repitáis al menos con dos compañeras del curso y con otras dos personas de fuera del curso el ejercicio de Marca Personal (tareas+ logros+ capacidades y cómo lo comunicáis)
- \*Lectura de los artículos de Herminia Ibarra
  - <http://hbr.org/2007/01/how-leaders-create-and-use-networks/>
  - <http://knowledge.insead.edu/leadership-management/networking-is-vital-for-successful-managers-2085>
- \*\*\*Intentad localizar conectores en vuestra red y quedad con ellos a tomar un café y os cuenten sus "trucos", apuntadlos y nos los contáis
- \*\*\*Dedicad una comida a la semana a comer con alguien diferente
- \*\*\*Organizad vuestro propio sistema de "agenda" (calendario)
- \*\*\*Organizad vuestro propio sistema de "libreta de contactos" con notas de las última vez que habéis contactado con estas personas (sería una "especie de CRM").
- \*\*\*Asistencia a 1 o 2 conferencias / eventos / comidas / cócteles / cenas relacionadas con vuestro negocio en que hayáis definido vuestro objetivo y personas a contactar y explicadnos el seguimiento hecho a posteriori.
- \*\*Haz de anfitrión@ poniendo en contacto a gente que no se conoce (entorno de negocios o no)
- \*Evita errores (recomiendo repasar la slide sobre errores de mi presentación)
- \*\*\*Crea tu(s) propios grupos de networking (<https://es.groups.yahoo.com/neo> o <https://groups.google.com/> )

Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



## To Do's (4/4)

- D. Desarrollo de Marca personal
  - \*\*\*Creación de vuestro perfil de LinkedIn
  - \*\*\*Mejora de vuestro perfil de LinkedIn :[www.exprimiendolinkedin.com](http://www.exprimiendolinkedin.com)
  - \*Mejora de vuestro uso de Twitter según las recomendaciones de
    - “I am on LinkedIn - Now what?” Jason Alba. Editorial HappyAbout.info [1ª edición 2007]
    - “The LinkedIn Personal Trainer- Using LinkedIn to find, get found, and network your way to success” Steven Tylock. Editorial Tylock & Co. [1ª edición 2007]
  - \*\*\*Publicación de al menos 5 actualizaciones a la semana en vuestro perfil de LinkedIn
  - \*Hazte miembro de los grupos de LinkedIn que sean de tu interés y participa en las discusiones
  - \* Ejecución de la red visual / Mapa de vuestra Red / Network usando la herramienta <http://inmaps.linkedinlabs.com/>
  - \*\*Lectura artículos y videos en <http://www.marcapropia.net/>
  - \*\*Seguimiento en Twitter de @marcapropia
  - \*\*\*Creación de vuestro perfil en Twitter
  - \*\*\*Publicación de al menos 5 actualizaciones a la semana en Twitter

Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



## To Do's (4/4)

- \*\*\*\*Investigación del uso de Hootsuite (<https://hootsuite.com/>) o Tweetdeck (<https://tweetdeck.twitter.com/>) para la programación y lectura de todas vuestras redes sociales en una única pantalla.
- \*Desarrollo de vuestra capacidad de comunicación verbal
- \*Desarrollo de vuestra capacidad de comunicación no verbal
- \*Uso del “ejercicio de la boda” para el desarrollo de vuestra resiliencia
- \*Intenta organizarte un grupo de 2 o 3 personas con los que asistas a eventos y os deis apoyo mutuo
- \*Trabaja tu imagen personal (si es necesario, contrata a una “personal shopper”)
- \*Acostumbra a llevar tarjetas de visita. Comprate 2 tarjeteros elegantes con mucha capacidad
- \*Ofrecete a dar conferencias, charlas, clases en colegios, universidades, escuelas de negocio o foros profesionales.
- \*Apuntate a la(s) Asociación(es) de Antiguos Alumnos a las que tengas acceso y participa de sus actividades
- \*Investiga asociaciones que puedan ser tu interés y hazte miembro (por ejemplo: American Club of Madrid, L'Afterwork, Canadian Circle, Madrid Babel, etc.)
- \*Desarrolla un hobby.

Juan Diaz-Andreu © 2010

Taleng



### Conclusión

- Cultivar tus relaciones y aumentarlas depende solamente de ti



F: SF

Taleng

Sun  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

- Incorpora hábitos en tu día a día que te ayuden a mantenerte en contactos con las personas que te importan



F: SF

Taleng

132

A photograph of a man in a blue shirt sitting on a brown couch, surrounded by numerous babies in white diapers. The babies are lying on the couch and on the floor around him. The man is smiling and looking at the camera. The background is a plain wall. There is a watermark 'EOS PHOTOGRAPHY' in the bottom right corner of the photo.

➔ Deja atrás las excusas y aprende a sentirte a gusto relacionándote con los demás

Juan Díaz-Andreu © 2010

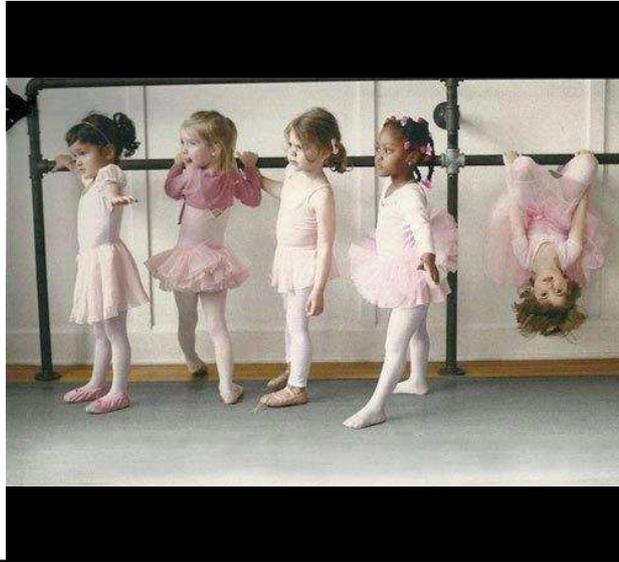
A photograph showing several hands of different skin tones clasped together in a circle, symbolizing unity and support. The hands are arranged in a ring, with fingers interlocking. The background is a plain, light-colored wall.

➔ Acostúmbrate a pensar en qué puedes hacer por las personas que conoces, a quién puedes poner en contacto

Juan Díaz-Andreu © 2010



- **Aprovecha cualquier oportunidad para conocer y darte a conocer (muchas oportunidades surgen de conocidos no de tu círculo más cercano)**



F: SF  
Talengo

135

- **Saca el máximo partido de Internet (crea tu blog, participa en las nuevas redes sociales online)**



F: SF

Tal

**iCame, iSaw, iConquered**

**Sum**  
microsystems

Juan Diaz-Andreu © 2010

➡ Y sobre todo recuerda cuanto más  
inviertas y más des, más recibirás



F: SF

Taleng

un  
rosystems

Juan Diaz-Andreu © 2010



## Agradecimientos



Mucho del material utilizado en esta presentación se deriva de 3 presentaciones a cuyos autores estoy profundamente agradecido:

- Sonia Fernández (SF)
- Andrés Pérez Ortega (AP) <http://www.marcapersonal.es/>
- Iñaki Amilibia (IA)

He intentado identificar en cada diapositiva quien ha sido el mayor contribuidor de cada una.

Asimismo he incorporado las enseñanzas de Jose Pedro García ([www.coachingparati.com](http://www.coachingparati.com)), Agnes Le (<http://www.agnesle.com>) y Alejandro Dominguez Doncel (<http://es.linkedin.com/in/alejandrodonce>)

También he utilizado fuentes públicas como son:

- Marca Personal para Dummies (Andrés Pérez Ortega ISBN 9788432902055)
- The Global Social Media Check-up 2010 (Burson Masteller)
- "Dos Grados: Networking - Cultiva tu red virtual de contactos". Sonia Fernández. Editorial LID
- "Revolución LinkedIn - La red profesional del management 2.0 del siglo XXI" JuanMa Roca. Editorial Paidós Empresa
- "El Éxito en Seis Cafés - Construya relaciones de confianza y practique networking efectivo" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Gestión
- "Toma las riendas - ¿Te atreves a cambiar?" Pino Bethencourt Gallagher. Editorial Alianta
- "PNL para Líderes" Jose Pedro García. Cuadernos de Alta Dirección. Universidad de Extremadura

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

## Agradecimientos



Finalmente, quiero significar la contribución de los siguientes artículos y libros:

- "The tipping point" Malcom Gladwell. Editorial BackBay books [2000]
- "Six Degrees" Duncan Watts. Editorial Vintage [2003]
- "I am on LinkedIn - Now what?" Jason Alba. Editorial HappyAbout.info [1ª edición 2007]
- "The LinkedIn Personal Trainer- Using LinkedIn to find, get found, and network your way to success" Steven Tylock. Editorial Tylock & Co. [1ª edición 2007]
- The McKinsey Quarterly:
  - 2009 March "When job seekers invade Facebook"
  - 2009 September "McKinsey Global Survey Results: How companies are benefiting from Web 2.0"
  - 2010 January "Using knowledge brokering to improve business processes"
  - 2007 number 4 "Harnessing the power of informal employee networks"
- The Economist: Networking  
[http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=15351002](http://www.economist.com/specialreports/PrinterFriendly.cfm?story_id=15351002)

Talengo



Juan Diaz-Andreu © 2010

**“LOS SABUESOS ANTES DE EMPEZAR A OLISQUEAR HACEN UNA BUSQUEDA EN INTERNET...”**



Juan Diaz-Andreu © 2010

*"First, they do an on-line search."*



©2005 JESSICA AND TOSH WILLIAMS

**UNIQUE**

JUST BECAUSE YOU ARE UNIQUE DOES NOT MEAN YOU ARE USEFUL



Juan Díaz-Andreu

 <http://es.linkedin.com/in/juandiazandreu>

 @jdiazandreu

[www.TALENGO.com](http://www.TALENGO.com)  
Europe, Americas, Asia, Africa, Middle East

*Taleng* 

¿Preguntas?



## NETWORKING - MARCA PERSONAL

Juan Díaz-Andreu

 <http://es.linkedin.com/in/juandiazandreu>

 @jdiazandreu



Talengo