



Liquidación Galaxy

S4-17€

Experto desvela cómo conseguir gangas aprovechando un vacío legal

Kreate

lunes, 21 de abril de 2014

La Tribuna de Ciudad Real.es

ECONOMÍA

Andrés Pérez Ortega: "LinkedIn es la mejor herramienta de investigación que puede tener una empresa"

A.V.E. - martes, 15 de abril de 2014

Andrés Pérez Ortega, licenciado en Química y MBA, trabajó durante 15 años en el desarrollo de productos y marcas para empresas como Repsol, Quaker Oats o Carrefour, pero, desde 2004, se dedica al desarrollo de modelos de personal branding y a la asesoría de profesionales y directivos de empresas. Es autor de tres de los libros sobre gestión de marca personal más valorados en España: Marca Personal (ESIC), Expertología (Alienta) y Te van a oír (Alienta). Colabora con frecuencia con distintos medios de comunicación en calidad de experto en personal branding e imparte conferencias, talleres y cursos sobre este tema.

Además, colabora desinteresadamente con organizaciones sin ánimo de lucro que buscan desarrollar a profesionales desempleados.

En su libro planteas la necesidad por parte de las empresas de generar confianza a sus públicos, ¿cuál sería la mejor herramienta para lograrlo?

En mi opinión hay dos formas de generar confianza por parte de las empresas y de las personas. Una de las formas es ofreciendo una prueba, demostración o muestra de aquello que ofrecemos. La otra es que haya gente que hable bien de nosotros y de lo que hacemos y cuanta más gente, mejor.

El problema es que en vez de dar a probar lo que hacemos o de “evangelizar” a quienes pueden prescribirnos, existe una tendencia a convencer mediante la publicidad o, lo que es lo mismo, a hablar bien de nosotros mismos o de nuestras empresas. Y eso cada día es menos creíble.

Por lo tanto, la mejor forma de generar confianza por parte de las empresas es dar instrumentos a sus profesionales para que ellos mismos se conviertan en “embajadores” o “evangelizadores” de marca. El problema es que la tendencia es justo la contraria, evitar que esos profesionales tengan la más mínima

posibilidad de hablar de su trabajo más allá de las cuatro paredes de su cubículo.

Habla del método de las 6p, ¿cuál es la más relevante para lograr una buena promoción de una empresa?

Cuando se trata de Marca Personal en el entorno empresarial, evidentemente lo más importante es la P de Persona. Sin tener una serie de ideas claras, sin hacer una auditoría personal, sin saber quién eres, qué quieres y qué te hace relevante, todo lo demás carece de sentido. Y algo peor, puede ser contraproducente y, como dicen en las películas, todo lo que digas podrá ser utilizado en tu contra.

Con motivo de la problemática de Coca-Cola España y Colebega, ¿qué relación existe entre la marca personal de su presidente Marcos de Quintos y la propia marca de empresa?

El problema de no separar claramente la Marca Personal de un directivo de la Marca Comercial de una empresa es que ambas pueden confundirse. Los atributos de marca de Marcos de Quintos no tienen por qué coincidir al 100% con los de la empresa que dirige. Y tarde o temprano pueden entrar en colisión. Con Steve Jobs ocurrió algo parecido. Los valores que representaba la Marca Personal Steve Jobs se enfrentaron a la de la visión que tenían los nuevos gestores cuando le echaron de su propia empresa en los años ochenta. Por eso es muy importante mantener una separación clara entre lo que representa el directivo y lo que representa la empresa, y eso, salvo que quien dirija sea el que ha creado la empresa, es muy difícil que esté perfectamente alineado.

¿Hasta qué punto la imagen puede influir positiva o negativamente en la reputación de una empresa?

En un momento en el que los productos cada día son más parecidos y tienden a "commoditizarse" hay que buscar nuevas formas de generar confianza y sintonía con quienes los consumen y necesitan. La imagen en general y la de los profesionales en particular puede jugar un papel decisivo para trasladar de forma consistente los valores de lo que representan. Y son estos valores los que hacen que odiamos o nos "enamoremos" de los productos, servicios, empresas y personas.

¿Cuál es el mayor error cometido por algunas empresas que se deben evitar a toda costa?

Posiblemente el de no dar más poder e influencia a sus profesionales. Durante años los responsables de recursos humanos han repetido la cantinela de que "nuestro mayor activo son nuestros empleados" y quizás por eso se han empeñado en ocultarlos y esconderlos como si se los fuesen a robar. Sin embargo, si las empresas quieren aumentar su valor y reforzar su marca, deben proporcionar medios, herramientas y libertad a sus profesionales para que sean ellos quienes hablen bien de sus organizaciones. No me canso de recordar que una marca empresarial o incluso la marca de un país es la suma de las Marcas Personales de todos los que la integran. Creo que el mayor error es el de esconder a sus profesionales. Pero cuando hay un problema hay una oportunidad y aquellas empresas que permitan que sus profesionales sean verdaderos embajadores de marca en todos los medios y canales de comunicación existentes se llevarán el gato al agua.

En *Marca Personal Para Dummies* destaca: "Hace años se puso de moda utilizar las teorías de Sun Tzu, Maquiavelo o Clausewitz en la gestión empresarial...". En tu opinión, ¿cuál es la teoría más acertada para desarrollar una adecuada estrategia empresarial?

Creo que está todo inventado y todas esas teorías y las que surgen casi cada semana no son más que formas de utilizar el sentido común. Si en nuestro país nos sintiésemos más orgullosos de lo que tenemos y alguien se tomase la molestia de recopilarlos, estoy convencido de que en nuestros refranes o dichos populares está todo lo necesario para tomar las decisiones correctas. En cualquier caso creo que, afortunadamente, no hay una fórmula fija o una teoría infalible para gestionar una empresa. Digo afortunadamente porque si fuese así no harían falta personas que las dirigiesen y una máquina podría gestionarlas siguiendo un protocolo establecido.

Explica la importancia de alimentar un blog para dejar huella... ¿Qué ocurre cuando en lugar de obtener un efecto positivo a través de éste, consigues el resultado contrario?

Normalmente eso sucede cuando alguien se lanza a comunicar a lo loco y sin tener claro que es lo que pretende conseguir, cuales son los valores que quiere transmitir y qué es lo que puede ofrecer. De todos modos nadie está libre de cometer errores o de ser malinterpretado. Y cuando eso ocurre lo mejor que se puede hacer es admitir el error, explicarlo e incorporarlo como una lección aprendida. Mi experiencia me dice que cuando eso sucede, las personas que te siguen se fidelizan todavía más. Quizás sea porque te ven como un ser humano imperfecto pero que trata de aprender.

¿Qué diferencia hay entre un neoprofesional y un profesional?

Lo de neoprofesional es un término que utilizo para expresar que ya la diferencia entre empleados, desempleados, autónomos, emprendedores, o empresarios es puramente administrativa. En realidad todos somos profesionales que vendemos nuestro trabajo y unos cobran por factura, otros por nómina o reciben un subsidio. Lo que nos diferencia realmente es el número de clientes. Un empleado tiene un único cliente (su empresa), un desempleado no tiene ninguno y un emprendedor, autónomo o empresario puede tener varios. De lo que se trata es de encontrar lo que nos hace valiosos, darlo a conocer y venderlo. Por eso digo que hoy todos somos neoprofesionales.

¿Qué beneficios obtiene una empresa por tener una página en LinkedIn?

Creo que LinkedIn es la mejor herramienta de investigación que puede tener una empresa. Te permite conocer casi en tiempo real lo que ocurre con los profesionales de tu sector, incluidos los de la competencia. Es como un espía que te dice quién asciende, quién ocupa determinados puestos o qué perfiles son más demandados en una organización. Si, de pronto, ves que en tu competencia empiezan a contratar profesionales que saben italiano o portugués quizás puedas suponer que su política de expansión va por ahí.

Puedes encontrar y contactar con quienes realmente decide en cada compañía. LinkedIn es una fuente inagotable de información sobre los profesionales que pueden influir de algún modo en tu sector.



Ford Fiesta por 8590 €

Tecnología para estar conectado las 24 horas.



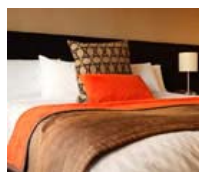
Westwing Home & Living

Accesorios para el hogar con estilo con hasta -70% de descuento! Regístrate ahora gratis!



HOY: Nuevo iPhone - 17€

Experto en compras desvela cómo los españoles consiguen gangas aprovechando un vacío legal



Hotel 4* Madrid desde 40€

Compara fácilmente entre más de 1500 hoteles de la capital. Escápate un fin de semana a Madrid.

Publicidad Ligatus

> Haz tu comentario

Introduce el texto que aparece en la imagen:

Apodo

Correo electrónico*

Web

Si aún no estas conectado, puedes hacerlo [aquí](#)

Acepto el aviso legal

- Los comentarios reflejan las opiniones de los lectores, no de La Tribuna de Ciudad Real.
- No se aceptarán comentarios que puedan ser considerados difamatorios, injuriantes o contrarios a las leyes españolas
- No se aceptarán comentarios con contenido racista, sexista, homófobo o que puedan interpretarse como un ataque hacia cualquier colectivo o minoría por su nacionalidad, el sexo, la religión, la edad o cualquier tipo de discapacidad física o mental.
- Los comentarios no podrán incluir amenazas, insultos, ni ataques personales a otros participantes.
- La Tribuna de Ciudad Real se reserva el derecho a eliminar cualquier comentario considerado fuera de tema.