

ZINKDO

Marca personal vs marca profesional

Cuida tu reputación online

@victorpuig

www.zinkdo.com

@zinkdo

Marca Personal vs marca profesional

- **¿Qué es la Reputación Online?**
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- Recomendaciones preventivas
- El papel de las redes sociales
- Evolución de marcas personales en digital
- Conclusiones

¿Qué es la reputación online?



Todos Online



Todos Activos



Todo Encontrable

Lillian Lowe de 103 años de edad, es la usuaria con mas edad de la red social Facebook

¿Qué es la reputación online?



- Ya **NO** eres sólo quien **TÚ** dices que eres...
- También eres **lo que TODOS** decimos que eres

¿Qué es la reputación online?

EL PAÍS



LA RAZÓN

- ¿Objetividad? No, **subjetividad compartida**
- Creemos a quién es como nosotros
- El **52%** está dispuesto a creer a un usuario que comenta en Internet sobre una empresa
- ...frente al **26%** que creería al director general de la propia empresa.



Tú también tienes Reputación Online

"Si entra en Google con mi nombre verá como punto dos una **noticia acerca de mí, de hace veinte años**, nada agradable, que no quiero dejar a mis nietos. Máxime cuando es **francamente obsoleta**. (...) Le ruego tenga a bien ordenar su retiro"

"Quiero agradeceros la atención que tuvisteis al publicar en el foro de EL PAÍS **la queja que envié**. Os escribo para solicitaros que la eliminéis, ya que ha quedado en el histórico, y todas las personas que buscan mi perfil **lo primero que encuentran es ese artículo**"

Es el caso de un cirujano cuya única referencia en Google es su **imputación** por negligencia a causa de un error médico del que más tarde **fue absuelto**; el de un **toxicómano ya rehabilitado**, cuyo pasado le persigue por un atraco en el que participó, o el de una mujer cuyo nombre remite a una noticia de cuando ella era menor y tuvo que presenciar **cómo su padre mataba a su madre**.

Tú también tienes Reputación Online

EL PAIS.com

Ana Ramos, explica: "Es una problemática muy seria, que **va en aumento** y que en ocasiones provoca situaciones muy dolorosas. Pero EL PAÍS no puede de ningún modo modificar sus archivos. Eso sería falsear la historia. **Los archivos son intocables.**



"Nosotros nos limitamos a rastrear e indexar páginas web de acceso público", responde Bárbara Navarro, directora de Relaciones Institucionales de Google. "Cuando alguien nos pide que retiremos una información, **le dirigimos al propietario de la página.** Es el único que puede eliminarla o modificarla".



Pérez Oliva: ¿Es lícito que publiquemos a cuatro columnas que alguien ha sido imputado y nunca informemos si ha sido condenado o absuelto?

¿Qué es la reputación online?

- **Derecho al Olvido... ¿funciona?**
- El 13-5-2014 el Tribunal Superior de Justicia obliga a Google a ofrecer un sistema de reclamación, y a atender las peticiones en 10 días
- Dos semanas después, Google habilita el formulario de peticiones:
https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=websearch
- ..y recibe 20 peticiones por segundo el primer día
- ¿Qué pasará ahora?



Solicitud de retirada de resultados de búsqueda en virtud de la Normativa Europea de Protección de Datos

Necesitará una copia de un documento de identificación con foto válido para completar este formulario. Los campos marcados con un asterisco (*) se deben completar para que se envíe su formulario.

💡 Estamos trabajando para finalizar la implementación de las solicitudes de retirada de contenido en virtud de la normativa de protección de datos europea lo antes posible. Mientras tanto, complete el formulario que se indica a continuación y recibirá una notificación cuando comencemos a procesar de su solicitud. Agradecemos su paciencia.

Seleccione el país cuya legislación se aplica a su solicitud. *

Seleccione una opción ↕

Su información

Nombre *

El nombre completo para el que solicita que se retiren los resultados de búsqueda

Su nombre ?

Su nombre (si es diferente)

Su relación con la persona a la que representa (por ejemplo, "esposa" o "abogado")

Dirección de correo electrónico de contacto *

(donde se enviará el mensaje de correo electrónico de confirmación)

Los enlaces asociados a su nombre que quiere que se retiren

Para que podamos evaluar su solicitud, necesitamos que haga lo siguiente:

- Indique la URL de cada enlace que aparece en una búsqueda de Google de su nombre y que solicita que se retire. (La URL se puede encontrar en la barra del navegador después de hacer clic en el resultado de búsqueda en cuestión).
- Explique, si no están claros, los motivos por los que la página enlazada se refiere a usted (o, si envía este formulario en nombre de otra persona, a la persona indicada anteriormente).
- Explique por qué esta URL de los resultados de búsqueda resulta irrelevante, obsoleta o inadecuada de cualquier otro modo.

URLs que quiere que se retiren *

[Añadir más](#)

Si su solicitud hace referencia a varias URLs, incluya una explicación para cada una de ellas. *

Por ejemplo:

- **Marca Personal vs marca profesional**
 - ¿Qué es la Reputación Online?
 - **Proceso para gestionar la Reputación Online**
 - Equilibrio personal – profesional
 - Recomendaciones preventivas
 - El papel de las redes sociales
 - Evolución de marcas personales en digital
 - Conclusiones

Proceso para gestionar tu reputación on line

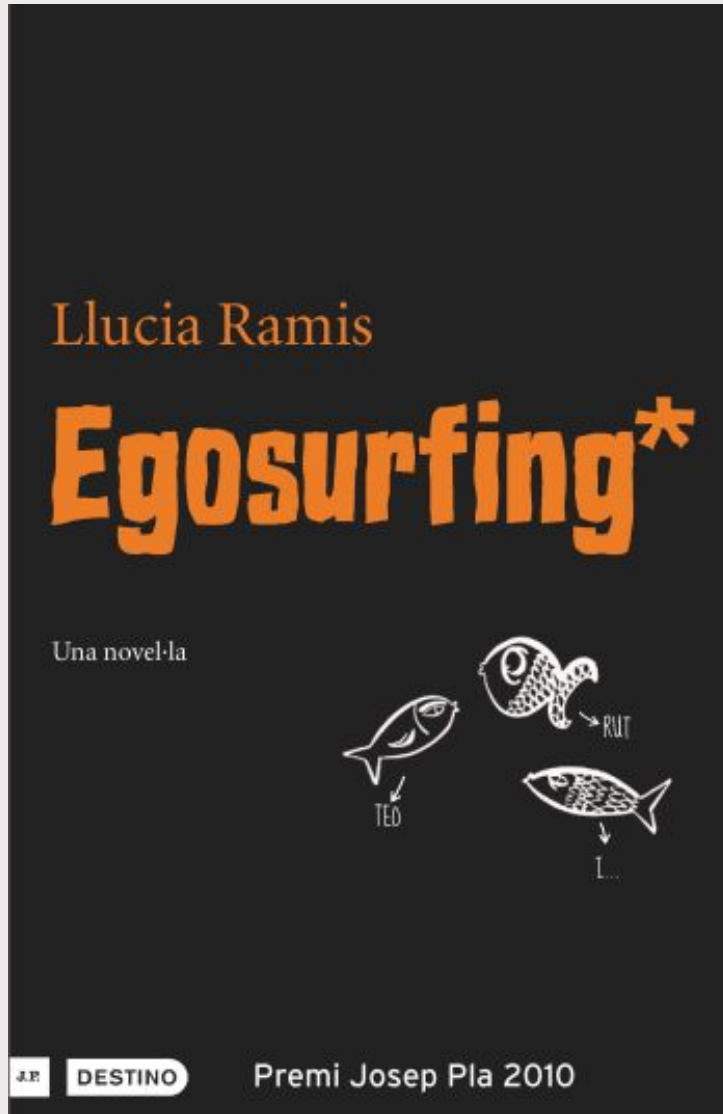
- 1. Monitoriza** = Más
- 2. Valora (analiza)** = Vale
- 3. Participa** = Prevenir

Monitorizar – Valorar – Participar

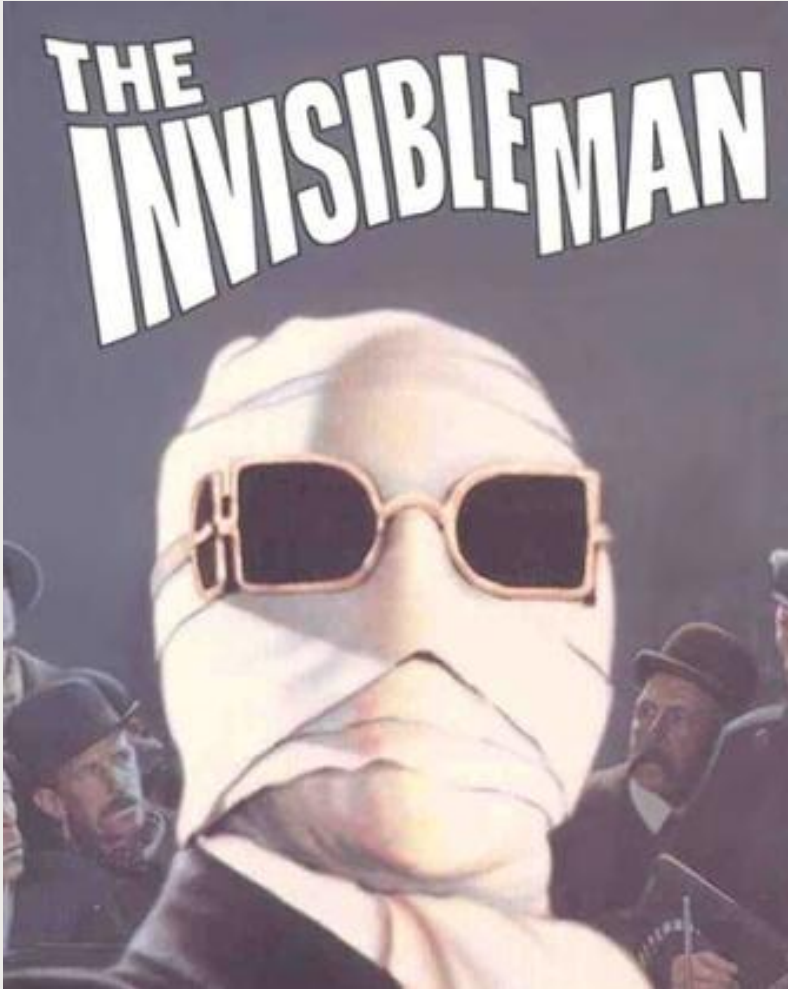
- **Qué** se está diciendo
- **Quién** está diciendo qué
- **Dónde** lo está diciendo
- **Alertas**



Monitorizar – Valorar – Participar



Monitorizar – Valorar – Participar



Monitorizar – Valorar – Participar



<http://mashable.com/2011/10/23/how-recruiters-use-social-networks-to-screen-candidates-infographic/>

Monitorizar – Valorar – Participar

Have you ever rejected a candidate because of what you saw about them on a social networking site?

69%

Yes

26%

No

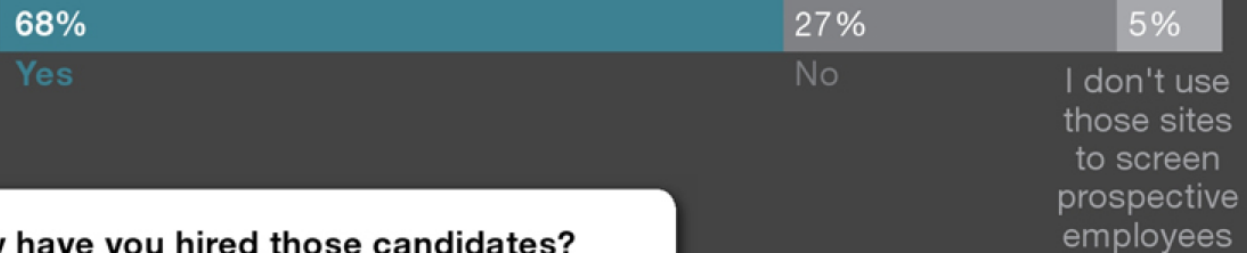
5%

I don't use those sites

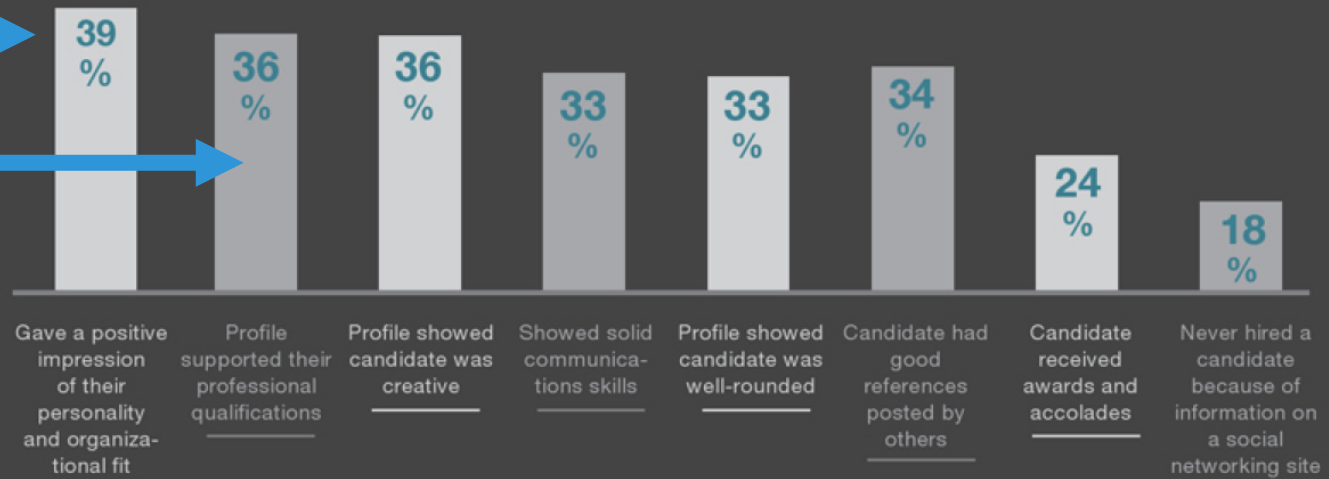
<http://www.historiasdecracks.com/2011/11/infografia-como-usan-los-reclutadores-las-redes-sociales/>

Monitorizar – Valorar – Participar

Have you ever hired a candidate because of what you saw about them on a social networking site?



Why have you hired those candidates?



<http://www.historiasdecracks.com/2011/11/infografia-como-usan-los-reclutadores-las-redes-sociales/>

Un 30% de las empresas descarta candidatos por su imagen en internet

La mayoría escruta qué dice y comparte en la red un aspirante antes de conocerlo



LinkedIn, la mayor red social para profesionales (S. Justel)



ALICIA RODRÍGUEZ DE PAZ, Madrid
18/02/2016 01:49 | Actualizado a 18/02/2016 09:31

Los **comentarios** y los **contenidos compartidos en internet** ya constituyen un criterio de peso para muchas **empresas** cuando se plantean a quién contratar. Prácticamente tres de cada diez responsables de recursos humanos –un 28%– reconoce haber rechazado a algún candidato por su actividad en las **redes sociales**, según un informe de Infoempleo y Adecco publicado ayer. Es más, la proporción se ha duplicado en tan sólo cuatro años –suponía un 14%, en el 2011–.

Más noticias



Las duras preguntas de la profesora Wind a Puigdemont en Copenhague

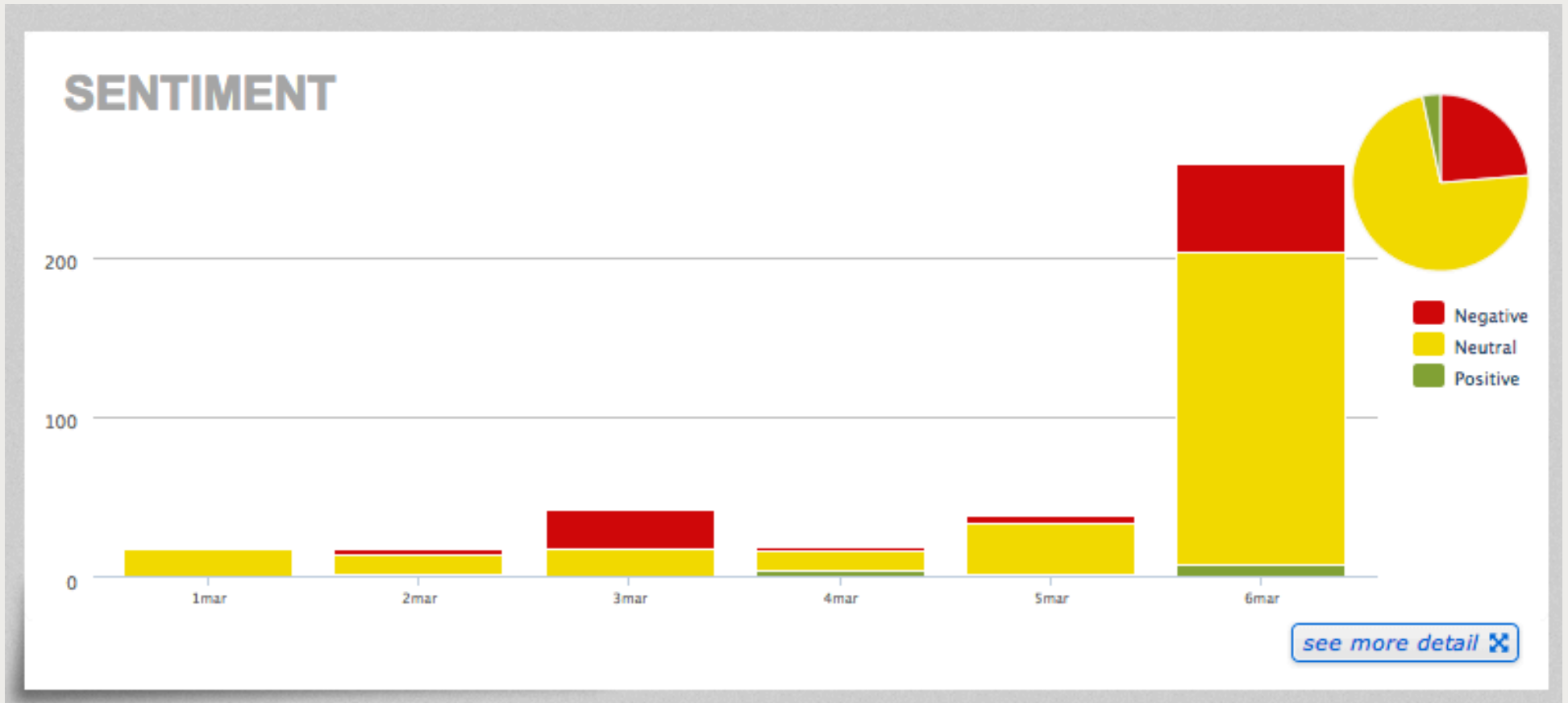
Tal y como recoge el informe, lo que mayor rechazo genera entre los expertos en recursos humanos cuando escrutan la actividad en las redes sociales de un candidato es la apología de cualquier tipo de violencia o discriminación –llevaría a rechazar a un aspirante al 73% de las empresas–, la publicación de contenidos que promuevan el consumo de drogas y alcohol –66%– o de imágenes de contenido sexual o poco apropiadas –62%–. Tampoco toleran comentarios negativos sobre sus jefes y compañeros de trabajo –49%– o datos que contradigan el currículum del candidato –48%–. En menor medida, a uno de cada cuatro no acepta la falta de habilidades comunicativas, los errores de expresión o gramaticales. Y, por último, un 6% considera la afiliación política un factor para descartar a un candidato.



<http://www.lavanguardia.com/economia/20160218/302243395189/30-empresas-descarta-candidatos-imagen-internet.html>

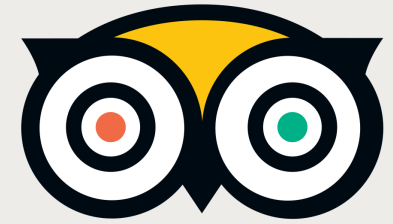
Monitorizar – Valorar – Participar

Qué se está diciendo  ¿Positivo, neutro o negativo?



Monitorizar – Valorar – Participar

Dónde lo está diciendo



tripadvisor

Booking.com

Monitorizar – Valorar – Participar

Alertas



Monitorizar – Valorar – Participar

Ejemplo de informe completo

La Gestión de la Reputación Online de las Ciudades

Problemas habituales y recomendaciones sobre cómo resolverlos a partir de seis casos reales



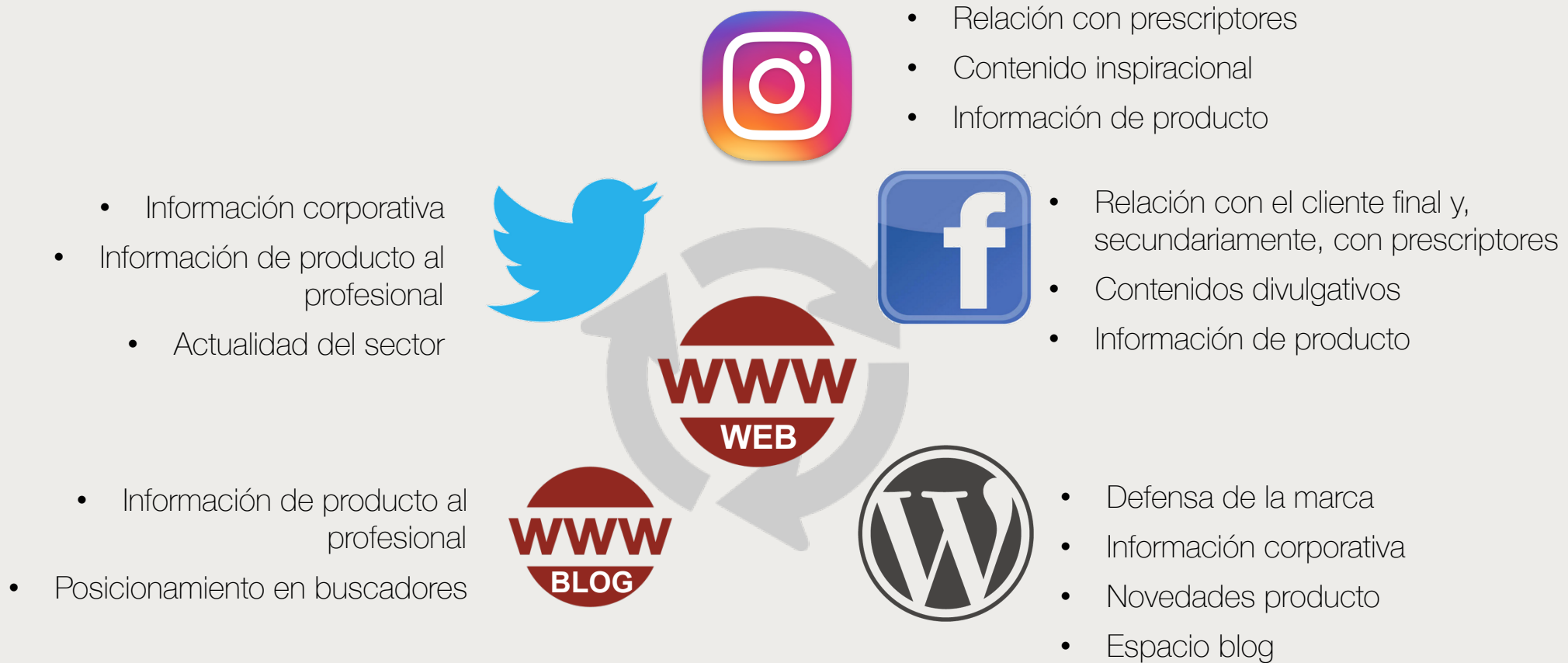
<http://bit.ly/zdciudad>


Monitorizar – Valorar – Participar


- Ya sabes quién dice qué y dónde pero, **¿por qué lo dice?**
- ¿Lo que dices es **relevante?**
¿Tú apareces?
- ¿Dónde publicarás **contenido?**



Monitorizar – Valorar – Participar



 Repositorio de vídeos

 Repositorio de presentaciones

 Repositorio de fotografías

 Actualización de las principales noticias del blog de forma periódica.

Monitorizar – Valorar – Participar



<http://zinkdo.com/cuatro-niveles-basicos-contenidos-redes-sociales/>

Monitorizar – Valorar – Participar



Escucha activa

- Búscate
- Aporta valor
- Comparte
- Responde dudas
- Atención al cliente
- Dialoga
- Red de contactos

Marca Personal vs marca profesional

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- **Equilibrio personal – profesional**
- Recomendaciones preventivas
- El papel de las redes sociales
- Evolución de marcas personales en digital
- Conclusiones

Equilibrio personal - profesional



<http://www.mrperro.com>



http://photos1.blogger.com/blogger/6875/1255/1600/trekkie_nerds.jpg

Equilibrio personal - profesional



<http://mundofrikuno.com/2010/james-hance/>



Equilibrio personal - profesional



- ¿Seguro que es interesante... para mi?
- No quiero saber siempre dónde estás
- Pero déjame ver cómo eres
- ¿Qué tenemos en común? ¿Pensamos igual? ¿Votamos a los mismos?



Equilibrio personal - profesional

- Sé tú mism@
- No me vendas motos
- Coherencia!
- El mundo es pequeñito



Equilibrio personal - profesional

- Si te buscas y no apareces
- Si te lanzas a las redes
- Si eres más bien polémico...

- Que Santa Tecla te proteja...



Marca Personal vs marca profesional

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- **Recomendaciones preventivas**
- El papel de las redes sociales
- Evolución de marcas personales en digital
- Conclusiones

Prevenir: La presión cuenta



Prevenir: Conóciate a ti mismo



- ¿Qué haces bien? ¿Se nota?
- ¿Qué haces mal?
- ¿Qué críticas podrías recibir?

Prevenir: No tener tiempo No es una excusa

Tú **NO** eres el centro de la conversación

- Sé **humilde**
- Trabájalo, y que se note
- Piensa en la experiencia del usuario, no en tus limitaciones
- Actitud abierta



Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...



Internet es asíncrono

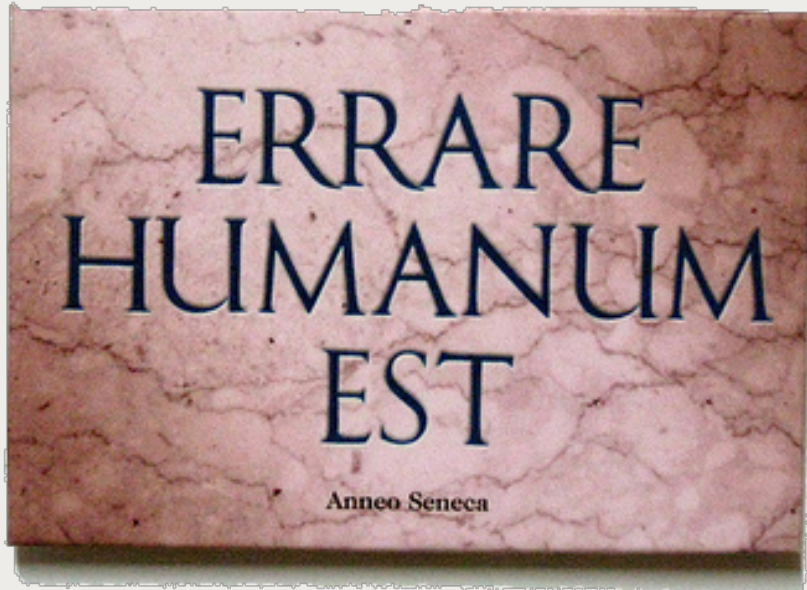
Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...



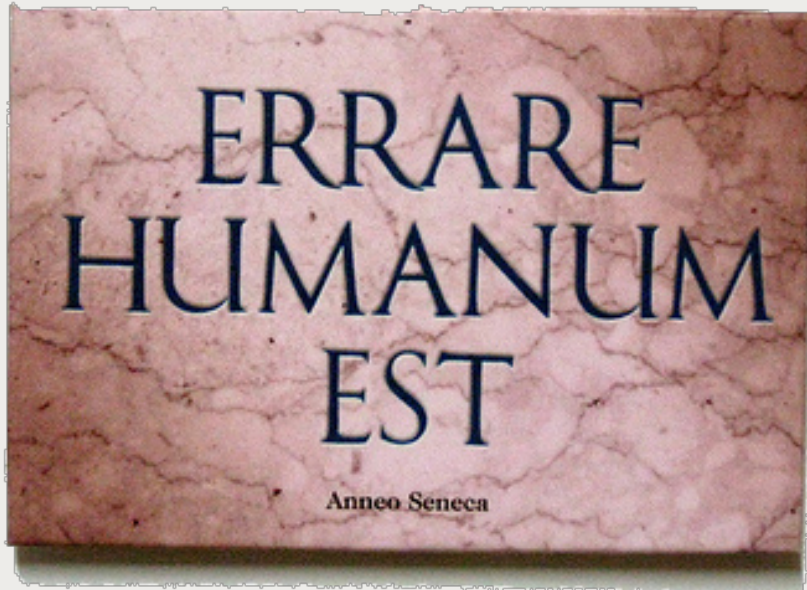
Evita discusiones innecesarias

- Texto, contexto y subjetividad
- Inteligencia emocional

Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...



Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...




Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...

 **Ana Rosa Quintana**
@anarosaq Follow

Estupenda la educación en Finlandia, y el frío, los suicidios y no poder sentarte en una terraza a tomar unas Cañas y unas tapas?


9:38 PM - 03 Feb 13

7,191 RETWEETS 637 FAVORITES

 **Merche Gracia Lucea**
@MercheGraciaLuc Follow

Que dice Ana Rosa Quintana que el clima aquí es mucho más benigno a la hora de buscar comida en los contenedores.

← ↻ ★

 **Ana Rosa Quintana**
@anarosaq Follow

Siento que se me haya malinterpretado. Mi intención era poner ironía y una sonrisa al drama. En AR lo hemos denunciado reiteradamente.

12:25 PM - 04 Feb 13

81 RETWEETS 18 FAVORITES ← ↻ ★

Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...

Jonathan Martínez @jonathanmartinz · 19h

Hoy, en el #DiaDelCommunityManager, mi homenaje a aquel CM del @diariosevilla que se moría de ganas por terminar el curro un domingo a las doce de la noche cuando de pronto la selección de Grecia marcó en el minuto 92 y forzó la prórroga contra Costa Rica. #WorkingClassHero

Translate from Spanish

DdS Diario de Sevilla @diariosevilla

Me cago en los muertos helenos de la puta Grecia

Responder Retwittear Favorito Más

RETWEETS 22 FAVORITOS 4

23:51 - 29 de jun. de 2014

DdS Diario de Sevilla @diariosevilla

El anterior mensaje sobre el Mundial se ha producido por un error. Disculpen

Responder Retwittear Favorito Buffer Más

RETWEETS 202 FAVORITOS 41

0:01 - 30 de jun. de 2014

10 219 363

Prevenir:
pensar,
revisar,
contar
hasta 10...



Juan López de Uralde

@juralde

Follow

Un individuo ve un lobo por la carretera, buscando un camino en medio de la nevada; lo atropella para presumir, y sube la hazaña a Facebook. Y estos hechos son impunes en España. Urge cambiar el código penal para que algo así sea considerado delito. Nos ponemos manos a la obra.

Translate from Spanish



7:13 PM - 20 Jan 2018

9,062 Retweets 5,182 Likes



EQUO, BlogSostenible ♡, EQUO Madrid and 7 others

478 9.1K 5.2K

Prevenir: pensar, revisar, contar hasta 10...

LA VANGUARDIA

Arrimadas denunciará a una mujer que le desea por Facebook que “la violen en grupo”

La portavoz de Ciudadanos recibe el apoyo de dirigentes de otros partidos



#MADCATALUÑA

'Mad in Spain': Inés Arrimadas también ha protagonizado diversos enfrentamientos a lo largo de la velada (Mediaset)

Comparte en Facebook

Comparte en Twitter

140

tinsa

Comunicado de Tinsa

Tinsa ha tenido conocimiento esta mañana de unos comentarios vertidos el pasado 3 de septiembre por una trabajadora temporal de Tinsa en su cuenta personal de Facebook contra la presidenta del Grupo Parlamentario de Ciudadanos en el Parlamento de Cataluña, Inés Arrimadas.

Tinsa quiere expresar su total repulsa a los inaceptables comentarios manifestados contra la señora Arrimadas por esta persona, que ya ha dejado de trabajar para la compañía.

Madrid, 05 de septiembre de 2017

Tinsa España
@tinsa

Comunicado oficial. @InesArrimadas @CiudadanosCs

15:07 - 5 sept. 2017

509 1.542 3.028

<http://www.lavanguardia.com/politica/20170905/431069461614/ines-arrimadas-denunciara-mensaje.html>

Cuidado con tu información personal

Tú eres quien debe controlar tu información personal!

- Datos personales
- Contactos
- ¿Tu jefe es contacto?
- ¿Tus compañeros de trabajo?



Cuidado con tu información personal

POLÍTICA 22/02/2016 12:44 CET | Actualizado 29/02/2016 20:42 CET

"La cagada de Ana": una diputada del PP se delata en Twitter por usar Runtastic

EL HUFFINGTON POST



Aguiló se delató tras salir a correr. Y es que la tecnología la carga el diablo. Usó la aplicación Runtastic y, por arte de magia, se publicó el ejercicio hecho en ambas cuentas. @Pepitog84838548 y @AnaMariaAguilo habían recorrido la misma distancia en el mismo tiempo. Demasiada sincronización.

juana alemany
@juanaalemany

Avisamos a @Pepitog84838548 o @AnaMariaAguilo q se le ha borrado este tuit @ppbalears #buenosdias

Translate from espanyol

Pepitogrillo
@Pepitog84838548

ha terminado una Runtastic carrera de 5,05 km en 42m 51s con #Runtastic App: runtastic.com/sport-sessions...

Translate from espanyol

10:11 a. m. · 21 febr. 16

Ana Aguilo Garcias

Statistics (February)

3 Activities

Running

21.02.16 / 09:19, in Palma, Spain

5.04 km 00:42:51

3:06 p.m. · 21 de febr. 16

Cristina Conti
@CristinaContiOI

De los creadores de #meadasPPeras llega #LacagadadeAna

17:36 - 21 feb. 2016

8 44 31

http://www.huffingtonpost.es/2016/02/22/diputada-pp-twitter_n_9288954.html?utm_hp_ref=spain

Marca Personal vs marca profesional

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- Recomendaciones preventivas
- **El papel de las redes sociales**
- Evolución de marcas personales en digital
- Conclusiones

Tus perfiles son tu marca personal: cuídalos



Tus perfiles son tu marca personal: cuídalos

- Foto: Identificable!!!
- Cuidado con la imagen de fondo
- Bio: Palabras clave y nombre de usuario
- ¿Apasionado? ¿Creativo?
- Tus últimos 5 contenidos



Tus perfiles son tu marca personal: cuídalos



Angeles Jirado

2º

Técnico de Comunicación en **Canarias7 Digital**

España | Asuntos internacionales

Actual **Canarias7 Digital**

Anterior **CABILDO DE GRAN CANARIA** Ambito Cultural de El Corte

Inglés, Canarias7 Digital

Educación **University College Dublin**

Conectar

Enviar mensaje InMail

más de 500
contactos



Dalina Krusemann

2º

Periodista

Argentina | Escritura y edición

Actual **El Nueve** Noticias, Haciendo Cine, Belle Époque

Anterior **Mutis x el Foro, DIRECTV, Radio Palermo**

Educación **Universidad Austral, Buenos Aires**

Conectar

Enviar mensaje InMail

309
contactos



Tus perfiles son tu marca personal: cuídalos



Pedro Martínez Martínez 2°
Director de Proyectos en Contribuciones y Desarrollos S.L.
Barcelona y alrededores, España | Internet

Actual Canal Envíos, GranComercio Internet S.L., Contribuciones y Desarrollos S.L.

[Conectar](#) [Enviar mensaje InMail](#)

es.linkedin.com/pub/pedro-martinez-martinez/304274123a Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

Extracto

Especialidades: Creación de Tiendas Online, campañas de E-Marketing y Posicionamiento Web.

Experiencia



Pedro Fernández 2°
Director Marketing y Ventas en Comunicaciones Digitales
Madrid y alrededores, España | Internet

Actual Comunicaciones Digitales, Iberopymes, Freevent
Anterior Formador para empresas, Ariacustic, sl.
Educación Universidad de Deusto

[Conectar](#) [Enviar mensaje InMail](#) **321** contactos

es.linkedin.com/in/comunicacionesdigitales Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

Extracto

Desde Comunicaciones Digitales queremos promover conocimiento y servicios a las empresas del futuro. ayudar a que los gerentes actuales y futuros se formen en tecnología e internet, innovación, toma de decisiones y desarrollo sostenible.



Tus perfiles son tu marca personal: cuídalos

- Misma foto en diferentes perfiles
- Si es para un mismo uso
- Actualizada!



¿Tienes una web o un blog? Cuidado con los detalles



Marketing y Comercial



¿Tu voz es diferencial? ¿O dices lo que todos?

LO VOYA A PETAR...

- Equilibrio seguidores-seguidos
- Equilibrio contenido – Retweets
- ¿En qué temas te centras?
- ¿Qué contenido de valor aportas?



... y la hortografía



<http://www.flickr.com/photos/smemon/5131269843/>



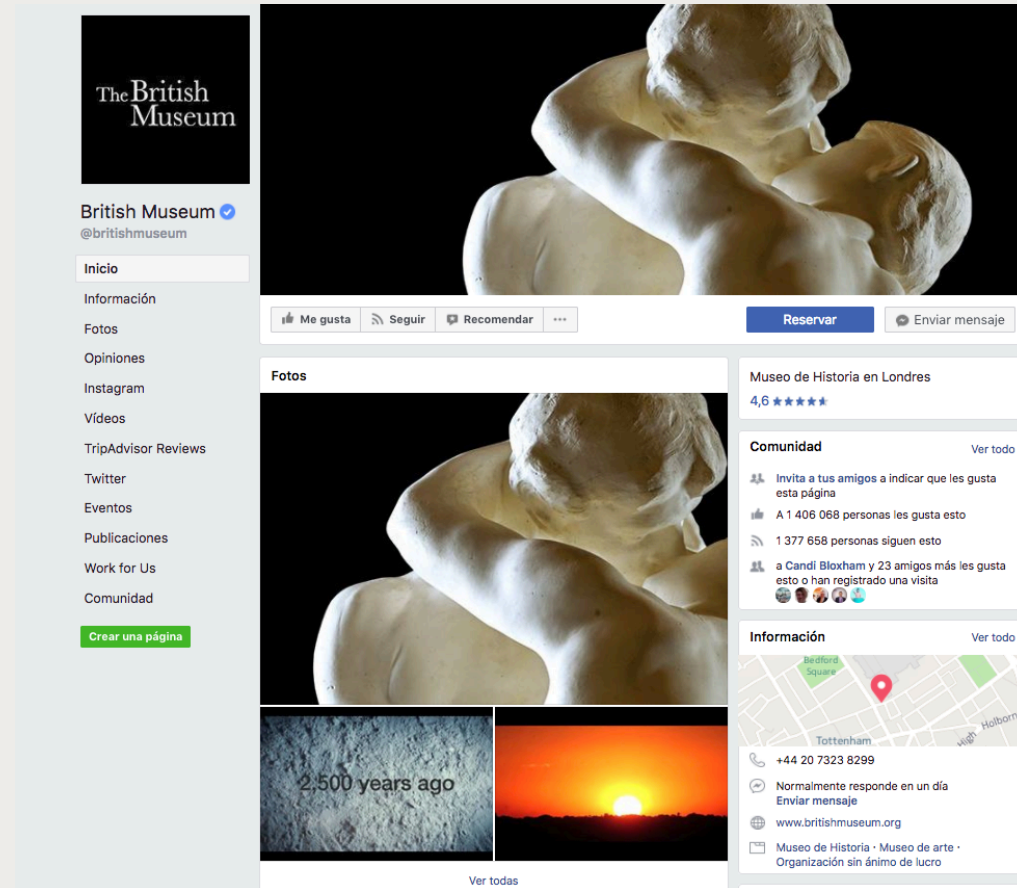
¿Tienes un plan en redes sociales?

- Objetivos
- Redes a usar
- Líneas editoriales
- Tono
- Ritmo
- Contactos



Facebook: checklist para página

- ¿Tienes una página, no?
- Imagen de cabecera
- Logo
- Página de Información
- Alcance de las publicaciones
- Ritmo de publicación



The screenshot displays the Facebook profile for The British Museum. The profile picture is the museum's logo, and the cover image is a classical marble sculpture. The page name is 'British Museum' with the handle '@britishmuseum'. A navigation menu on the left includes 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Opiniones', 'Instagram', 'Videos', 'TripAdvisor Reviews', 'Twitter', 'Eventos', 'Publicaciones', 'Work for Us', and 'Comunidad'. The main content area features a 'Fotos' section with a large image of the same sculpture and a smaller image of a moon surface with the text '2,500 years ago'. To the right, there are sections for 'Museo de Historia en Londres' with a 4.6-star rating, 'Comunidad' with an invitation to like the page, and 'Información' with a map of the location in Tottenham, London, and contact details including a phone number and website.

Twitter: checklist para un perfil

- Foto-Logo y Biografía
- Imagen de cabecera
- Equilibrio cuantitativo
- Listas propias
- Aparición en listas ajenas
- Ritmo de publicación
- Conversación

Tweets	Following	Followers	Likes	Lists	Moments
31.2K	1,192	17.3K	23.3K	2	1

Vols viure la superexperiència de #donarsang? Apunta't a la #MaratoDonantsCAT! Del 12 al 19 de gener, a tot CAT #MoIMésdelQueDones

LinkedIn: checklist para un perfil

- Foto
- Cargo actual
- Datos de contacto
 - Mail
 - Web
 - Twitter
- URL corta
- Extracto



LinkedIn: checklist para un perfil

- Biografía
 - Responsabilidades
 - Logos
- Aptitudes

Experiencia

Especialista en Gestión del Talento y Marca Personal. Headhunter



Arancha Ruiz Headhunter & Talentist

may. de 2009 – actualidad • 8 años y 9 meses

Impulsamos el talento de las personas y la competitividad de las empresas usando la innovación y la marca personal.

Nuestros clientes creen en el valor de las personas e invierten en la innovación continua del talento.

Ofrecemos consultoría en:

- Marca Personal para Comité de Dirección, Directivos y Equipos
- Coaching de carrera
- Marca Personal para Emprendedores y Consultores
- Innovación en gestión del talento
- Headhunting

Aplicamos contrastada metodología a través de nuestros modelos únicos de Mapa de Talento, Storytelling y Networking. Nos avalan más de 350 casos de marca personal realizados para directivos de empresas y profesionales en empresas como Telefónica, Banco Mediolanum, HP, Danone, Sanofi y Desigual.

Consulta en www.arancharuiz.com nuestros planes y programas personalizados y avanza hacia la transformación digital del talento.

Contenido multimedia (2)



Qué Busca el Headhunter por Arancha Ruiz



Caso de éxito en el uso de la marca personal en la empresa



Conferenciante en tendencias de talento y marca personal

Arancha Ruiz-Headhunter and Talentist

2007 – actualidad • 11 años

Global

Imparto conferencias, charlas y talleres sobre cómo aprovechar las oportunidades del cambio para impulsar el talento utilizando la innovación y la marca personal.

Algunos de mis clientes: Banco Mediolanum, Banco Sabadell, La Caixa, Telefónica, Atos Medical, Sanitas, ESADE, Clifford Chance, HP, Atento, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Granada, Gobierno de Aragón, Cámara de Comercio de Lleida, Rioja Emprende, TEDx y muchos más..

Contenido multimedia (2)



El talento en el entorno desconocido | Arancha Ruiz | TEDxCuestadelBailio




2017-09-20 JoVullser-Cambra-Udl-8714.jpg





LinkedIn: checklist para un perfil

- Biografía
 - Responsabilidades
 - Logos
- Aptitudes























Aptitudes y validaciones destacadas

Personal Bra... · más de 99  Validada por Guillem Recolons Argenter y 3 personas más que poseen grandes aptitudes en este campo
Validada por Jordi Collell y 24 contactos más en común

Executive Se... · más de 99  Validada por Enrique Umbert van Roessel y 19 contactos más en común
Validada por 10 compañeros de trabajo de Arancha en IE Business School

Blogging · más de 99  Validada por Alex Lopez Lopez y 4 personas más que poseen grandes aptitudes en este campo
Validada por Guillem Recolons Argenter y 17 contactos más en común

Arancha es también bueno en...

Marketing · más de 99 	Entrepreneur... · más de 99 	Online Identity · 84 
Web 2.0 · 65 	Social Networking · 99 	Career Assessment · 68 
Online Marketing · 63 	HR Consulting · 46 	Social Media Mar... · 56 
Outplacement · 31 	Recruiting · más de 99 	Team Management · 59 
Communication · 35 	Executive Coaching · 49 	Negotiation · 73 
Management Con... · 54 	Community Mana... · 43 	Persona · 59 
Headhunting · 45 	Organizational De... · 39 	Social Media · 66 
Business Strategy · 10 		

Ver menos aptitudes ^



LinkedIn: checklist para una página

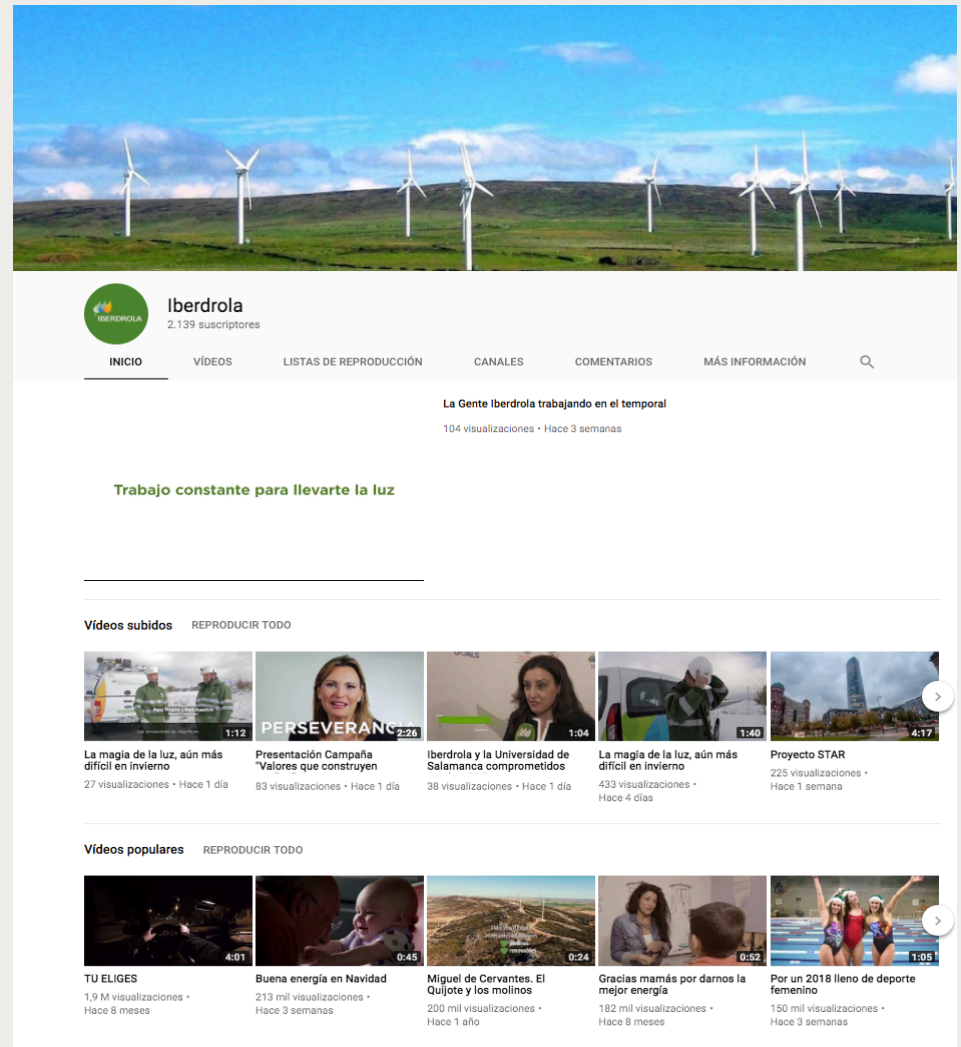
- Foto cabecera
- Logo
- Descripción
- Datos de contacto
- Lista de empleados
- Actualizaciones

The screenshot shows the LinkedIn profile for ACCIONA. At the top, the company logo and name 'ACCIONA' are displayed, along with 50,056 followers and a 'Seguir' button. Below this is a header image with the text 'AMONG THE MOST SUSTAINABLE COMPANIES IN THE WORLD According to Dow Jones Sustainability World Index'. The main description states that ACCIONA is a leading Spanish corporation in renewable energy and infrastructure, with over 30,000 employees and a presence in 30 countries. It lists specializations in infrastructure, renewable energy, and water. Contact information includes the website 'http://www.accionasa.es', the sector 'Energy renewable and environment', and the type 'Private financing'. The company size is listed as 'More than 10,001 employees'. The 'Recent updates' section features a post from ACCIONA about a scientific expedition to Antarctica, with a comment from Renata Melo. On the right sidebar, it shows 'Cómo estás conectado' with 264 second-degree contacts and 3,151 employees on LinkedIn. Below that, it lists 'Empleo' with 12 advertised jobs. At the bottom of the sidebar, it shows 'Páginas de productos de ACCIONA' with three product pages: 'ACCIONA' (10,001+ employees), 'ACCIONA...' (2,072 followers), 'ACCIONA Energía' (1,897 followers), and 'ACCIONA Agua' (1,172 followers).



YouTube: checklist para un canal

- Foto cabecera
- Logo
- URL corta
- Metadatos en los vídeos
 - Títulos
 - Descripciones
 - Etiquetas
- Listas reproducción
- Vídeo destacado
- Comentarios!!

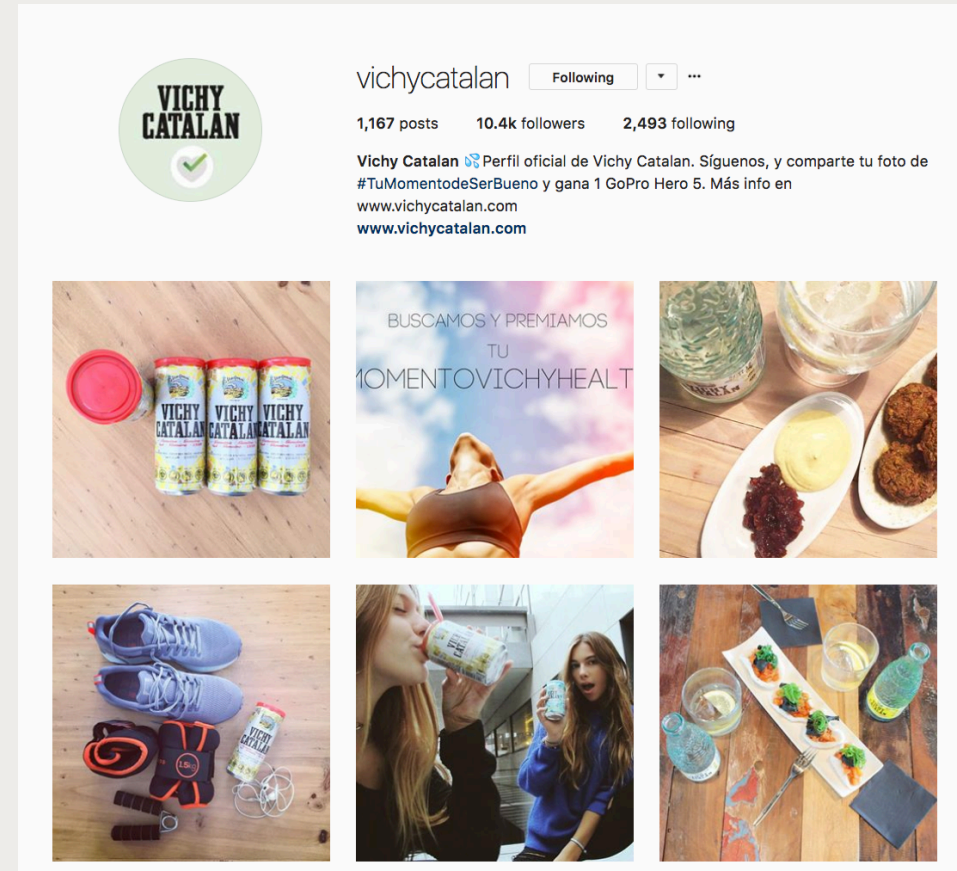


<https://www.youtube.com/user/iberdrolaEspana>



Instagram: checklist para un perfil

- Logo
- Descripción
- Enlace en la bio
- Galería homogénea
- Equilibrio en los números
- Comentarios
- Uso de hashtags



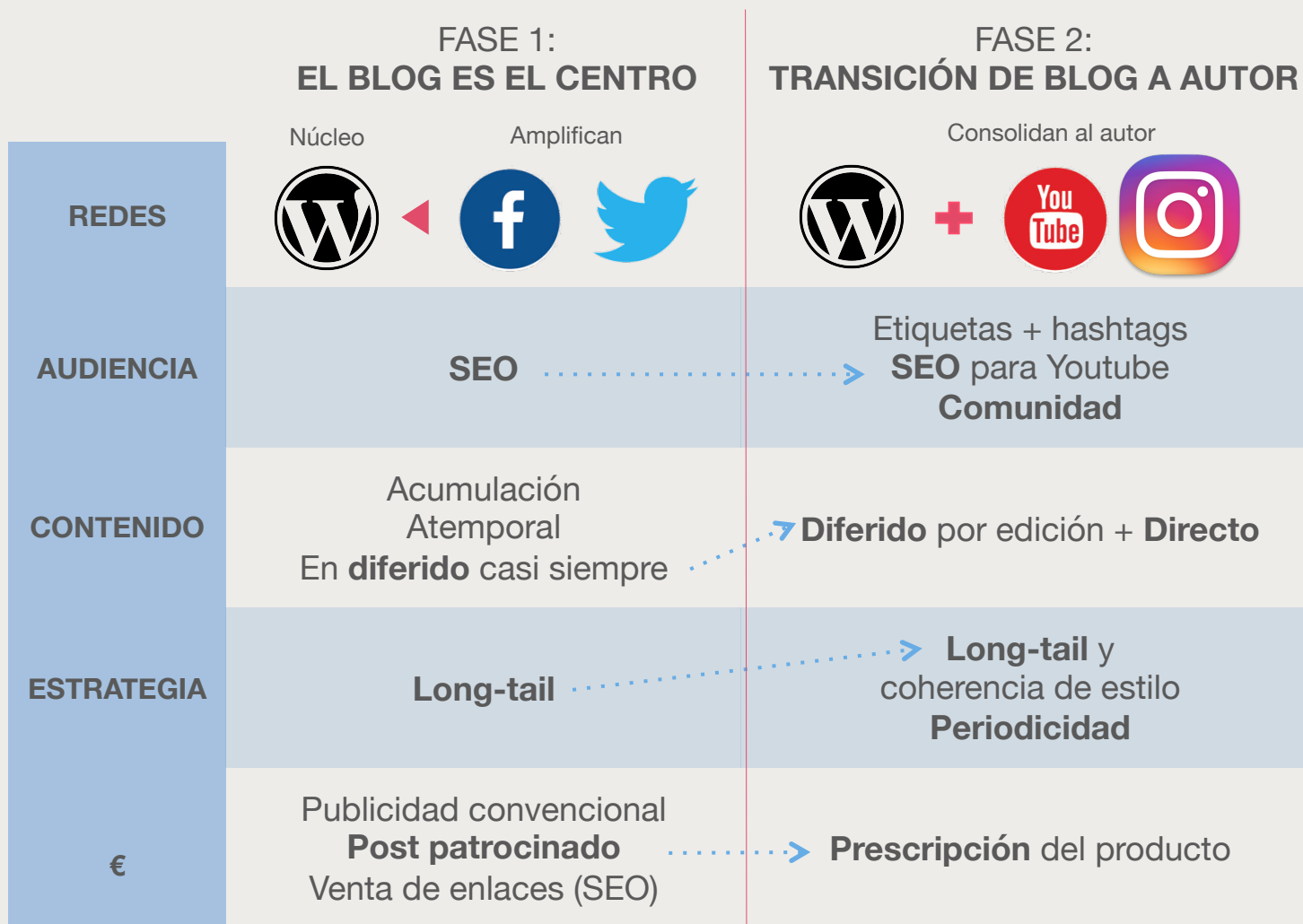
Marca Personal vs marca profesional

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- Recomendaciones preventivas
- El papel de las redes sociales
- **Evolución de marcas personales en digital**
- Conclusiones

Fase 1: visibilidad a través de buscadores y long tail

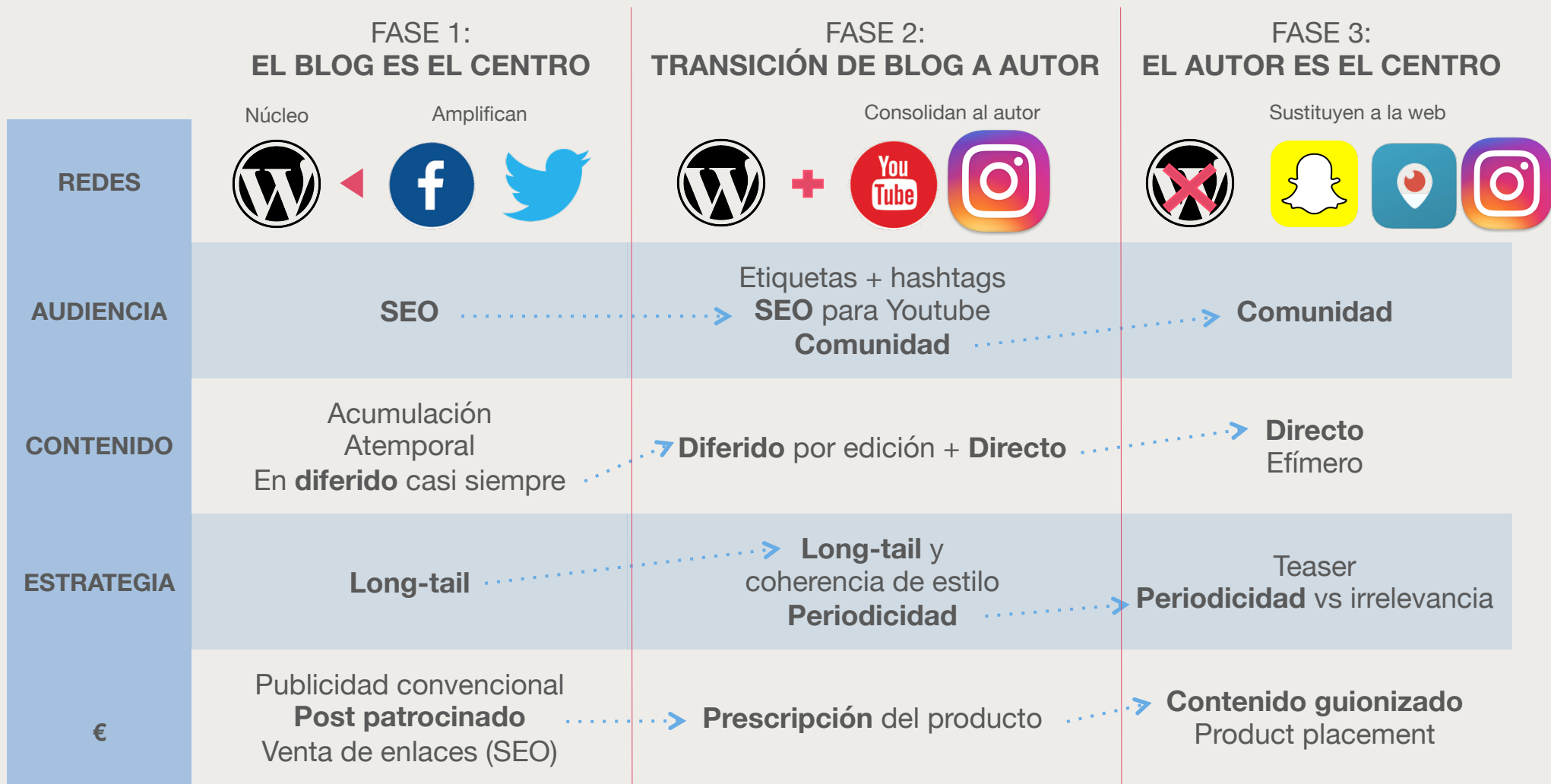


Fase 2: el contenido multimedia te pone ante la cámara



Fase 3: la reputación se centra en la Persona y en el Ahora

← Permeabilidad difusa entre fases →



Marca Personal vs marca profesional

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- Recomendaciones preventivas
- El papel de las redes sociales
- Evolución de marcas personales en digital
- **Conclusiones**

¿Conclusiones?

- **Pensar y participar**
 - Pedir opinión, consultar, preguntar
 - Escuchar y buscar
 - Atentos a las quejas y las críticas
 - **NO HAY CONTEXTO!**



CC BY Freepik

¿Conclusiones?

- **Define bien los temas que vas a tratar**
 - ¿En qué eres un experto?
 - ¿En qué temas vas a opinar?
 - ¿Qué equilibrio personal-profesional?



¿Conclusiones?

- **Monitoriza para poder actuar**
 - No podrás detectar el problema a tiempo si no mides
 - Búscate
 - Usa herramientas adecuadas



¿Conclusiones?

- **Rapidez en la respuesta**
 - Limita la difusión y volumen del problema
 - Limita reacciones airadas de terceros



Imagen: fuerzaycontrol.com

¿Conclusiones?

- **Es difícil razonar con quien está indignado**
 - Valorar una respuesta emocional, no aséptica...
 - Un argumento lógico pierde ante un lamento ajeno
 - Pasa de los trolls!



sentido común

Pensar primero... y hacerlo bien...

ZINKDO

... y repensarlo

ZINKDO



Muchas gracias!

Víctor Puig

victor@zinkdo.com

Zinkdo.com/blog

Victorpuig.es