A large, vibrant red abstract graphic on the left side of the page, consisting of several overlapping, curved, ribbon-like shapes that sweep from the top left towards the bottom right. The shapes vary in opacity, creating a sense of depth and movement. The background is plain white.

31 historias de branding
personal contadas en primera
persona



31 Historias de Branding Personal contadas en primera persona

¡Compártelo con el Hashtag #31historiasbp!

ÍNDICE DE HISTORIAS

Introducción	Pág. 3
Joantxo Llantada AKA @joantxo: Reflexiones sobre el concepto “Marca Personal”	Pág. 4
Alberto Inglés AKA @albertoingles: Una de las mejores estrategias Off-Online de un Hotel	Pág. 6
Antonio Domingo AKA @antoniodomingo: Los fracasos pueden llevar al éxito	Pág. 8
Clara Ávila AKA @claraavilac: Alma de payasa, sangre bufona, sentir flamenco y vivir improvisado.	Pág.10
Clara Soler AKA @clara_soler: “No Pain No Glory”	Pág.12
Diego Coquillat AKA @diegocoquillat: Pasión por la restauración	Pág.14
Diego Pons AKA @viajarcondiego: El Willy Fog 2.0	Pág.16
Empar Fayos AKA @viscoform: Entre la valentía, el descanso y un “zás en toda la boca” a los gurús	Pág.18
Erika Silva AKA @erisofi: ¿Quieres aprender sobre Marketing Gastronómico?	Pág.20
Fabián González AKA @fabiang: Una carta a los estudiantes	Pág.22
Gersón Beltrán AKA @gersonbeltran: La “G” como marca	Pág.24
Gregorio López AKA @goloviarte: El artista 2.0 por excelencia	Pág.26
Isidro tenorio AKA @isidrotenorio: Una evolución envidiable	Pág.28
Iván Rodríguez AKA @twittboy: Experto en Twitter ¡pero de verdad!	Pág.30
Jaime Chicheri AKA @jaimechicheri: Revenue Management, eCommerce y Marketing Online	Pág.31
Jaime Estévez AKA @jaime_estevez: no lo cuentes, muéstralo	Pág.33
Jaime Izquierdo AKA @jaime_izquierdo: Todas esas competencias / aptitudes de un responsable de Marketing en Internet tienen un origen: Jaime Izquierdo	Pág.35
Javier Esteban AKA @javimonsalupe: Otra referencia, en este caso en Eventos 2.0	Pág.37
Jimmy Pons AKA @jimmypons: El emprendedor del sector turístico por excelencia	Pág.39
Juan Carlos Sanjuán AKA @juancsanjuan: El Mejor director de hotel del mundo	Pág.41
Juan Merodio AKA @juanmerodio: Disciplina y sencillez 2.0	Pág.43
Juan Sobejano AKA @jsobejano: Otro pionero en el blogging turístico y cocreador de un exhaustivo estudio sobre la medición en Redes Sociales	Pág.45
Lasse Rouhiainen AKA @lassewebzo: Otra referencia, en este caso en el campo del video marketing	Pág.47
Mar Torres AKA @martorres77: El origen de este ebook	Pág.49
Mario Schumacher AKA @marioschumacher: El alma de la Costa Blanca	Pág.51
Marta Bonet AKA @Marta_Bonet: Una vida 2.0 de Rebuzznos	Pág.53
Miguel Nonay AKA @asaltodemata: El cielo es el límite	Pág.55
Miguel López AKA @MiguelLopezGo: ¿“SEO” qué é lo que é? Tranki, Miguel te lo explica	Pág.57
Noel Carrión AKA @noelcarrion: Discípulo de Karlos Arguiñano	Pág.59
Rafa Martínez AKA @hoteleszo: Su Nick lo dice todo	Pág.61
Rixar García AKA @taxioviedo: Hace cosas ordinarias de formas extraordinarias	Pág.63

INTRODUCCIÓN

En muchas ocasiones, en las formaciones que imparto hablo sobre las bondades de desarrollar una estrategia de Branding Personal. Hoy día hay mucha competencia para un mismo trabajo y el CV tradicional suele quedarse cojo frente a otros que muestran valores añadidos.

Una forma de mostrar qué te diferencia frente a otros profesionales con tus mismas aptitudes es mostrarte de una forma diferente y que mejor manera que mostrando lo que has aprendido y relacionarte con otros profesionales con tus mismos intereses. Para ello todas las herramientas que nos aporta la denominada Web 2.0 (disponer un blog personal, participar en comunidades, foros y grupos, tener perfiles reputados en redes sociales...) son realmente útiles.

Es por ello que he decidido recopilar en este eBook una serie de historias de personas a las que, a la mayoría he seguido desde hace tiempo y he sido consciente de su esfuerzo y dedicación.

En este libro no encontrarás historias de grandes gurús “con millones de seguidores en Twitter”. Las historias que recopilamos son de personas como tú y como yo que un día decidieron por medio de la ayuda desinteresada transmitir sus conocimientos o que han sabido diferenciarse de su competencia utilizando herramientas 2.0.

De este recopilatorio de historias solo puedo atribuirme el mérito de haber tenido la idea, haber seleccionado a los participantes y llevar a cabo su maquetación. El resto del merito corresponde a todos y cada uno de los profesionales que nos cuentan sus éxitos y fracasos.

Una de las tareas más complicadas ha sido decidir el orden y para ser “más justo que lo que se considera justo” he decidido ordenarlos alfabéticamente y no por apellido como es habitual sino por nombre. Hago una excepción e incluyo en primer lugar el testimonio de Joantxo Llantada ya que ha tenido la amabilidad de sacrificar el hablar de sí mismo por explicar a los lectores más a fondo lo que significa “Marca Personal”.

El objetivo de este libro no va más allá de conseguir que quien lo lea se anime a seguir nuestros pasos.

Solo con conseguir que uno de los lectores algún día me escriba diciéndome que este libro ha sido de ayuda para el me daría por satisfecho aunque realmente la verdadera satisfacción que me ha aportado montar este proyecto ha sido poder pensar en todos y cada uno de los participantes y abrir mi corazón para poder expresar lo que siento hacia ellos.

Para que os sea más fácil seguir en Twitter a las personas incluidas en este ebook podéis seguir esta lista: <https://twitter.com/#!/librorevenue/historiasbrandingpersonal/members>



Jaime López-chicheri (@jaimechicheri)

Jaimechicheri-revenuemanagement.com

Septiembre 2012

Joantxo Llantada AKA @joantxo: Reflexiones sobre el concepto “Marca Personal”



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

¿Conoces la Comunidad Valenciana? ¿Has tenido buenas experiencias? Pues deberías saber que durante los últimos 16 años Joantxo ha sido partícipe de que tu experiencia sea maravillosa.

Poca gente sabe de turismo tanto como Joantxo. Hablar con el es aprender. En su testimonio más que hablar de el nos explica a fondo lo que significa el concepto Marca Personal

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://e-turismo.blogspot.com.es/>

Agradezco sin dudarle la invitación que Jaime me hace sobre escribir unas líneas acerca de la marca personal. Cuando reflexiono acerca del concepto marca personal, vienen a mi cabeza ideas como imagen profesional, imagen personal, profesionalidad,... todos ellos conceptos parte de un todo que hoy entendemos como “marca personal”.

En mi opinión hablar de marca personal es hablar de conceptos muy elevados en los cuales debe un profesional fijar su atención. Somos seres sociales que nos movemos en un limitado entorno que es nuestro trabajo, nuestro ámbito profesional y nuestro mercado objetivo y ahí, es donde nace y se desarrolla, y en ocasiones se arruina, la marca personal.

Se me ocurren algunas reflexiones de cómo enfoco y veo yo mi marca personal que me gustaría compartir con vosotros:

- Marca personal es un activo, siempre lo ha sido y ahora lo es más si cabe. La marca personal hoy suma a la empresa y al proyecto como nunca antes había sido posible. En el entorno de inteligencia emocional, empresa abierta y del déficit de atención hacia las marcas y la comunicación de empresa o institucional, la marca personal se convierte en el referente de la reputación de las mismas. La marca personal ha dejado de ser anónima y eclipsada por las marcas comerciales.
- Marca personal es prestar atención a la imagen que comunicas, el cómo la comunicas, en que tono y que escenario/canal lo haces. Los más pequeños detalles, trabajados de forma que fueran críticos proyectan una imagen muy positiva de quien eres y como te gusta ser. No existen los grandes recursos en las marcas personales. Son los pequeños y a veces intrascendentes, los que sumados hacen grande la percepción de tu marca personal.
- Marca personal también es aquello que no comunicas pero que la mente reconstruye alrededor de la marca comunicada. Luego preocúpate y mucho por la percepción de la misma y por la gestión de la influencia. Creo ciegamente en la percepción 360º de la marca, luego practícala y gestiónala de forma coherente. Si no, podrás sufrir de esquizofrenia de marca.
- Marca personal es talento pero sobre todo, marca personal es aquello que te lleva a adquirir el mismo: el trabajo, el tesón y la curiosidad por alcanzar dicho talento. Si piensas que marca personal es ducharte por las mañanas y llevar ropa de marca estás profundamente equivocado. Marca personal es trabajo, sudor, desilusiones en

ocasiones, siempre satisfacción si realizas un buen trabajo aunque este no sea reconocido.

- Marca personal es sin duda alguna liderazgo, compromiso y arrojo. Es aprender a decir no pero también a gestionar responsablemente el sí. Es ser honesto contigo mismo y con las audiencias, es atreverse a cometer errores y a pedir disculpas, a ser el primero en dar un paso hacia delante cuando así lo sientes. Marca personal no la compras ni la adquieres en el mercado, la construyes día a día y te la otorgan las audiencias.
- Marca personal es no renunciar nunca a tener una mente infantil. A residir intelectualmente allí donde se cuestionan siempre las cosas, donde se abandonan siempre las zonas y entornos conocidos, donde se disfruta de lo posible adyacente. La innovación implícita que no explícita en la gestión de la marca personal es lo que te hace relevante, ergo construyes tu marca personal de entornos de no confianza. Entorno de Océanos Azules.
- Marca personal es soledad y orgullo a partes iguales. En cuanto comience tu marca a brillar, algunos saldrán a tu camino para recordarte que no te lo mereces, que no es tuyo el éxito, que solo ellos pueden hacer las cosas bien. Muchos otros los que más, te enviarán recado vía twitter o a través de terceros que es más fácil. Por si no lo sabes la envidia por el éxito existe. La envidia por el trabajo, el esfuerzo, el oficio ya no es tan común. Liderar es estar delante y ello molesta a muchos. En este camino que hoy emprendes, debes esforzarte por ser el primero y eso requiere un verdadero compromiso personal. Cuando tengas ganas de tirar la toalla por no entender las críticas que te vierten los mediocres acuérdate de la máxima de Wiston Churchill: “quien a mis espaldas me critica, mi culo lo contempla”. Créeme que funciona. Al menos te arrancará una sonrisa.
- Marca personal es sobre todo compromiso real con las personas, compromiso incondicional con la necesidad de gestionar el convencimiento de las mismas. Tu marca debe ser lo más importante para tu persona. Míjala, aliméntala, protéjala.
- Marca personal es la parte del iceberg que aflora, la que está hundida es el producto. No te olvides nunca de esto. Marca personal es una carrera a largo plazo, un maratón. Y por ello el producto debe ser genuino, coherente, culto, cultivado, auténtico, sorprendente,... Como estamos en un entorno de transparencia absoluta, quien no sea genuino, quien sea artificial, caerá por su propio peso en el pozo de la indiferencia.
- Pero por encima de todo marca personal es tu marca. Y marca es reputación. También marca personal es preocuparse por auditar y hacer seguimiento de nuestra reputación en los foros profesionales, en el trabajo cotidiano, en la red física y social que nos rodea. Marca personal es siempre compromiso.

Seguramente me olvidaré de algún que otro punto importante, pero grosso modo así es como gestiono y veo mi marca personal. Saludos y gracias por ofrecerme participar!

Alberto Inglés AKA @albertoingles: Una de las mejores estrategias Off-Online de un Hotel



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Seguía a Alberto desde hace tiempo pero sin reparar mucho en lo que hacía. Un día, casualmente leí algo de que un hotel había creado un muro físico para sus fans. Fue entonces cuando decidí conocer más a fondo a Alberto y he de decir que fue un gran acierto.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.albertoingles.es>

Me apasioné de inmediato, y vislumbré mi futuro integrando todas mis capacidades en esta disciplina tan novedosa, las redes sociales. Sabía que estaba en la edad perfecta para coger el tren que ya otros habían perdido, y otros por inexperiencia no podían aprovechar.

Me volví a escuchar a mí mismo, y me convencí de que cuando has descubierto cuál es tu elemento, con qué actividad te sientes como pez en el agua, con qué actividad disfrutas con pasión, te has de dedicar con disciplina, sin miedo al riesgo y preparado para equivocarte.

No estoy de acuerdo con aquellos que dicen que las redes sociales te convierten en un ser aislado y asocial. A mí me ha convertido en un ser más social. Salgo más, conozco y empatizo con más gente, en contra de lo que creen algunos que supone estar todo el día twitteando con un móvil en la mano. No estoy de acuerdo con aquellos que resaltan la fuerza de las redes sociales como agentes del cambio del mundo.

Las redes sociales de la mano de la globalización, tan sólo nos han hecho más conscientes e informados, y de manera más rápida, ya que las desigualdades sociales, políticas y culturales en contra de haber disminuido, han aumentado. Las redes sociales vienen para cambiarte a ti. A mí me han cambiado. Han supuesto sentirme desde el pueblo más remoto y con menos identidad de la tierra, ciudadano y protagonista del mundo.

El cambio se ha producido en mí. Cierto es que ese cambio personal, redundará en mi comunidad más cercana, mi empresa y mi comunidad 2.0 (seguidores de twitter, Facebook, etc....). Y de lo que estoy seguro, que ese cambio personal, que asciende a la comunidad más cercana, hará que esa comunidad llame a otras más lejanas y tal vez contribuya a un mundo mejor.

En estos momentos de crisis, de nada te sirve luchar y avanzar en la adversidad si estás solo, la lucha que se comparte se multiplica. Cada cual tiene su reto, lo importante es que cuando lo superes, tengas con quien compartirlo, y esta máxima de la que todo ser humano es consciente aunque no lo reconozca, hace de las redes sociales su utilidad. Necesitamos estar y ser acompañados en nuestros retos, y más si el entorno es hostil, como ocurre en estos momentos.

Por eso es tan importante que salgamos de esa zona de confort lentamente y entremos en la zona del valor, porque es ahí donde afloran los talentos, cuando se despiertan energías dormidas, cuando descubrimos la grandeza que hay dentro de nosotros.

Como ejemplo, el primer muro físico de Facebook y la primera oficina del Fan, son dos de los numerosos hitos de la presencia en redes de Entremares, consecuencia de entender Facebook como un mecanismo de vincularnos aún más con nuestros clientes, tal como se puede ver en nuestra más que conocida estrategia de video testimonios que puedes encontrar en nuestra web.

Tratar al fan como verdadero fan, y que las redes sociales trabajen para nosotros, son nuestros lemas diarios de trabajo.

Antonio Domingo AKA @antoniomingo: Los fracasos pueden llevar al éxito



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Conocí a Antonio hace mucho tiempo en un Mus&Tweets que organicé y más adelante nos hemos encontrado en numerosas ocasiones tanto en medios offline como Online. La historia de Antonio me gusta especialmente porque no tiene ningún reparo en explicar los fracasos que le han llevado al éxito. Además sus muchísimos años de experiencia aportan una visión diferente.

En su contra solo decir (aunque el lo negará siempre) que pocas veces ha conseguido vencerme al mus pero su tenacidad le hace seguir intentándolo ;D

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.AntonioDomingo.com

www.TheSocialMediaEvents.com

www.EatsAndTwitts.com

No sé bien como contar mi historia porque contarla en primera persona no es sencillo, pero si tuviera que resumirlo en pocas palabras diría que soy una persona que me he hecho a mí mismo y aun estoy en el proceso.

Para mí, internet es una pasión desde que leí el concepto en revistas americanas, antes incluso de que existiera en España como tal ya que mis primeros contactos con el mundo digital se remontan a lo que entonces se llamaba Ibertext, allá por el año 1991, gracias a la cual accedía con pantallas de fosforo verde a información de facturación y datos de una red de 400 distribuidores que tenía en aquel momento. Desde entonces comprendí lo que podría ofrecerme en el futuro y la pasión no ha desaparecido pues a medida que pasan los años más me aporta y más crezco como persona y como profesional.

Hace muchos años que aprendí que el éxito es un camino y no un destino, y en ese sentido Internet es el sitio en el que me he apoyado principalmente para recorrerlo, por supuesto cometiendo muchos errores y de vez en cuando algún acierto, pero es la única forma que conozco de poder avanzar en la vida: teniendo sueños, intentando las cosas en las que crees y luchando por ellas, y Internet posibilita que esos experimentos sean mucho mas sencillos y menos costosos y por tanto los errores mucho menos dolorosos.

Creé en mi empresa un departamento de nuevas tecnologías; hicimos páginas web y marketing online; creé una red de 23 blogs de diferentes temáticas, proyecto que tuve que abandonar a medias porque llegó un punto en el que requería mayores inversiones y en ese momento no era posible realizarlas ya que estaba canibalizando al resto de la empresa, un fallo de planificación del que aprendí; he desarrollado y comercializado productos y servicios muy innovadores, específicos para el medio online, como la Barra de Voces o la Lanzadera de Voces que no tuvieron el éxito que yo esperaba pero que me enseñaron que no siempre el mercado piensa como tú y ser demasiado innovador no siempre es sinónimo de éxito; desarrollé patentes en las que invertí mucho dinero pero que no pude hacer triunfar por falta

de suficiente capital a pesar de haber invertido miles de euros. Y así podría citar más ejemplos de proyectos que no conseguí que triunfaran en la medida que yo esperaba, pero que me fueron aportando conocimientos y experiencias que me ayudaban a estar mejor preparado para emprender el siguiente, y que nunca consiguieron que pensara en abandonar sino que me dieron fuerzas para seguir adelante.

Paralelamente, desde hace 20 años, vengo dedicándole mucho tiempo a aprender y experimentar lo que se denomina Networking y que me ha ayudado en ese camino de forma muy importante. La llegada de internet primero y de las redes sociales después, y sobretodo Twitter, me han ofrecido plataformas que me permiten poder optimizar el tiempo, consolidar los contactos y poder mantener muchas mas relaciones y de forma mucho más efectiva que antes, y por supuesto poder acceder a muchas personas que de otra forma difícilmente hubiera podido conocer, sin embargo, la verdadera eficacia del networking es un equilibrio entre lo digital y lo presencial, y eso es la parte esencial de lo que enseño en los cursos y seminarios que imparto.

De esta forma nació EatsAndTwitts, el evento de Networking en el que llevo desde Marzo de 2009 poniendo mi pasión por internet y por el networking, y que estoy decidido a que se haga mucho más grande aportando mucho valor en la forma de establecer y mantener relaciones personales y profesionales.

Mi marca personal la he ido construyendo en base a todo ello y aun sigo haciéndolo porque es un camino que nunca finaliza, y gracias a Internet he podido difundirla mucho más, hacer que se consolide en redes sociales y crear mi propio estilo en el mundo digital, por supuesto acorde a mi verdadera personalidad que mantengo en el mundo presencial. ¿Cómo? Pues gracias a mi blog personal, a mantener un estilo, a posicionarme en base a tres etiquetas: social media, twitter y networking, y sobre todo a saber hacerla evolucionar según ha ido pasando el tiempo. Y mientras tanto, sigo persiguiendo esos sueños en el camino del éxito.

Clara Ávila AKA @claraavilac: Alma de payasa, sangre bufona, sentir flamenco y vivir improvisado



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Conocí a Clara en uno de tantos eventos relacionados con el Marketing en Internet. Me llamó la atención de ella sus ojos. Esos ojos abiertos, inquietos, que parece que no quieren perderse nada de lo que ocurre a su alrededor.

Seguir a Clara en redes sociales es una constante alegría que ella tiene la capacidad de contagiar.

Destacaría de ella su creatividad y entusiasmo para superar los retos profesionales que le da la vida (pinchad el enlace de Youtube más abajo y lo entenderéis)

El título de su historia lo he sacado de su bío de twitter...¡Me encanta!

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.claraavilac.com/>

<http://www.youtube.com/watch?v=Op21FYIWD7k>

Si te digo la verdad yo empecé una estrategia de personal branding sin saber qué era el personal branding. Más allá del nombre que le queramos dar está el concepto que todos conocemos, las marcas personales han existido siempre. Siempre has intentado venderte como un profesional: cuando rellenas tu curriculum vitae, acudes a una reunión, haces una entrevista de trabajo... solo que en estas ocasiones lo haces por un fin inmediato, y cuando comienzas a elaborar tu marca personal, lo haces sin saber qué puedes recibir a cambio, simplemente lo haces porque sabes que va a llevar a algún sitio.

En mi caso me abrí un blog porque me dijeron que todo el mundo debía tener un espacio en la red para mostrar sus conocimientos y lo llamé la chica del facebook porque era como me presentaban en mi puesto de trabajo. Justo pretendía decir lo contrario: no soy la chica del facebook, soy la chica del twitter, del tuenti, del linkedin y demás redes sociales, pero sobre todo soy la chica que gestiona estrategias de marketing en medios sociales.

Cuando creé el blog seleccioné un nombre fácil de recordar, comencé a generar mucho contenido sobre facebook y a ser referente en esa red social, no dejé mi blog en internet sino que empecé a ir a eventos, esto me hizo tener muchos contactos y muchos apoyos que me enseñaron, me ayudaron, me retuitearon y me dieron confianza en mí misma. Algo de lo que he aprendido de esta gente es que se fracasa más veces de las que se triunfa pero que debemos seguir luchando, que nunca hay que parar de moverse porque no sabes qué te vas a encontrar en el camino.

También cometí muchos errores, el primero fue elegir ese nombre: era difícil que posicionara en google, los primeros resultados de búsqueda no encajaban en absoluto con la temática de mi blog y, sobre todo, acabé teniendo problemas legales con facebook por utilizar su marca registrada en mi dominio web.

Al final reposicioné mi marca, dejé de ser la chica del facebook y seguí escribiendo, aprendiendo, investigando, conversando, conociendo. ¿Funciona el personal branding? Con 25 años tengo un buen puesto como consultora, colaboro en un programa en la 2 sobre redes sociales y soy profesora de máster.

He tenido suerte, pero muchas de las oportunidades que he tenido las he creado. El personal branding es una herramienta muy potente pero la lucha personal lo es todo.

Clara Soler AKA @ clara_soler: "No Pain No Glory"



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Esta historia y la anterior me hacen plantearme llamar a mi hija Clara (si algún día la tengo), no por lo bonito de este (que lo es) sino porque "las dos Claras" de este libro tienen una personalidad maravillosa y muy similar.

La historia de Clara ha sido dura, como podéis leer a continuación. Comparándola con la mía (que leeréis más adelante) tiene unos inicios similares pero la suerte hizo que mi camino tuviera menos piedras.

No creo que hubiera aguantado todo lo que ha aguantado ella y por ello merece toda mi admiración y respeto.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.clarasoler.es/>

<http://www.turisticate.com/>

He trabajado como agente de viajes, camarera, recepcionista, en animación, como cocinera, en departamentos de relaciones públicas y marketing, como guía turístico o técnico en una oficina de turismo.

En 2009, trabajando en la Red Tourist Info de la Comunidad Valenciana, tuve "la suerte" de que me redujeran la jornada laboral a la mitad y empecé a estudiar el mundo de las redes sociales, marketing on-line e internet. A finales de ese año, decidieron prescindir de mí por no poder cubrir tantos costes de personal.

Durante el 2010 seguí formándome y empecé a trabajar de manera autónoma para clientes sin cobrar nada, "clientes ONG", cobrando en trueque o como se dice ahora, en retribución en especies.

Fue un año duro de estudio, mucho trabajo y poco dinero. Durante la semana llevaba proyectos y clientes para aprender, tener experiencia y ganar en conocimientos. El fin de semana lo pasaba trabajando en bares y restaurantes para poder pagar el autónomo, la gasolina para poder ir a reuniones, eventos, cursos o charlas sobre social media y turismo, o simplemente para llenar un poco la nevera.

En 2011 el trabajo empezó a aumentar y fundé una empresa con otra socia, Turistícate. Una empresa de social media dedicada fundamentalmente al sector turístico. Empezamos a creer...

Siguió siendo un año lleno de altibajos, de alegrías y penas pero lleno de ilusión, proyectos, ideas locas, objetivos, estrategias, acciones...

El 2012 está siendo un año lleno de alegrías, de trabajo duro pero gratificante. Un año para crecer, madurar, aprender. Una época para consolidar un trabajo que tras dos años de siembra, recoge sus frutos.

Las redes sociales han sido para mí una escapatoria de la rutina, una herramienta para aprender, un canal para conocer gente interesante, un modo de vida, una salida y una entrada, un motivo por el que no dormir y por el que soñar, un presente y futuro laboral.

Después de muchos años trabajando en el sector turístico y dando tumbos, a los treinta y tantos, he encontrado mi hueco en esta vida. El trabajo por el que me levanto todos los días con ilusión y fuerza. La manera perfecta de divertirme mientras trabajo, o trabajar divirtiéndome. He encontrado la manera de ser feliz.

Diego Coquillat AKA @diegocoquillat: Pasión por la restauración



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

No conozco personalmente a Diego pero mi socio Juan Merodio (de quien leeréis más adelante) me recomendó su inclusión en este ebook dado que la gestión de su restaurante “El Rancho Madrid” ha sido fruto de varios posts en el blog de Juan.

Aunque Diego no lo sabe cada vez que doy una conferencia sobre estrategias de éxito de Marketing en Internet le cito. Ha logrado ser una referencia en innovación, branding y según he oído conversión a ventas (si, ¡el Marketing en Internet hecho con pasión vende!)

Tras leer su historia veo que sus influencias familiares han sido un factor decisivo en su pasión.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.diegocoquillat.com>

<http://www.elranchomadrid.com/>

Desde muy pequeño me gustó mucho escribir por todos los lados, en los libros, en la mesa, en las servilletas, en la puerta y en la pared del baño del colegio, del instituto e incluso de la universidad, ahora sigo haciendo lo mismo, pero lo comparto con miles de personas a través de este invento que me apasiona y que son las redes sociales tecnológicas.

Otra de mis pasiones siempre ha sido la gastronomía, pero a diferencia de mucha gente, nunca quise ser cocinero, quizás me falta la paciencia suficiente para darle a la cocina su tiempo, siempre me gustó más la parte del cliente, del que la disfruta, del que la conversa, e incluso, del que la admira.

Con la visión única que te da el paso del tiempo, tengo que decir que he tenido mucha suerte de tener dos grandes influencias en mi vida que me han ayudado de forma decisiva en mis dos grandes pasiones, mis abuelas, ellas son las que me han dado la honestidad, la claridad, la sinceridad, los valores que mejor resultado me han dado en las redes sociales y que sigo aplicando día a día.

En lo gastronómico mi abuela Paquita, era una gran aficionada a los restaurantes, principalmente a los buenos restaurantes, y muy a menudo me invitaba a ir con ella, porque sabía que era en esos lugares donde su nieto más disfrutaba, y por otra parte mi abuela Angelita, era una gran cocinera, de las de antaño, casera por excelencia, siempre ofreciéndome probar sus deliciosas creaciones.

Hace más de 15 años decidí iniciar mi aventura en el mundo de los restaurantes a través de la gestión de franquicias, poco después ya era propietario de mi restaurante y desde el principio tuve claro que la parte online tendría mucho peso en mis negocios, esto me ha permitido experimentar, conocer y analizar muchas acciones pioneras en redes sociales que he realizado en los restaurantes.

Hace algún tiempo me propuse compartir mis dos grandes pasiones con todo el mundo, y cree mi blog, www.diegocoquillat.com que se ha convertido en la experiencia personal y profesional más alucinante que he tenido, casi tanto como cuando escribía aquellas cosas y entre risas las compartía en el patio del colegio con mis amigos.

Diego Pons AKA @viajarcondiego: El Willy Fog 2.0



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Una palabra para definir a Diego: Alucinante.

La envidia (sana) me corroe de saber que este “culo inquieto” vive de viajar y contar sus experiencias (entre otras cosas como podréis ver en su testimonio).

He tenido que recortar la cantidad de enlaces de los que Diego es propietario pero aquí tenéis una muestra que os llevará al resto.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.dpcvideomedia.com/index.html>

<http://www.youtube.com/viajandocondiego>

<http://www.diegopons.com/index2.htm>

<http://international.visitscotland.com/es/necesito->

inspiracion/Multimediavideo/escocia-video/viajando-con-diego/diego/

Cada vez que alguien me pregunta como llegue hasta aquí, siempre respondo lo mismo: yo empecé a grabar y editar videos para que mis padres, que viven en Uruguay, pudieran seguir mis viajes... a partir de entonces solo puedo agradecer al SOCIAL MEDIA, que hoy esto sea mi profesión ;-))

Sí señor, porque si hace 30 años me llegan a decir que tendría mi propio canal de audiovisuales y que cualquier persona en cualquier parte del mundo tendría acceso a él y en cualquier momento, la verdad es que, no solo no me lo hubiera creído, sino que me habría parecido un poco disparatado... y nada más lejos de la realidad ¡!! ... hoy soy un bloguero de viajes y promuevo destinos turístico en la red acompañado de YOUTUBE, FACEBOOK y TWITTER.

¿Cómo nació el videoblog?

En 2005 me compré mi primera cámara digital y un portátil y me tomé un año sabático para viajar por el mundo. Filmé horas y horas de video y al regresar quise compartir todas esas experiencias con mi familia y amigos; producía DVDs y los enviaba por correo; toda una reliquia. La iniciativa fue todo un éxito, a todos les gustaban los video y querían más, pero la logística resultaba muy complicada hasta que en 2008 subí mi primer video a YouTube; y así ,sin saber lo que estaba haciendo, nació «Viajando con Diego».

¿Qué aporta al mundo de los viajes una herramienta como internet?

Básicamente, internet ha revolucionado el sector turístico en toda su cadena de valor: prescripción, venta de viajes, marketing y hasta la forma de disfrutar y compartir la experiencia. Las redes sociales y los blogs han jugado un papel importantísimo en este proceso; ya son pocos los usuarios de viajes que no consultan la red para informarse sobre un destino, un establecimiento turístico o una actividad de ocio antes de contratarlo. Hace unos años ni te hubieras imaginado comprar un ticket de avión por tu cuenta y presentarte en el aeropuerto con un código de números y letras listo para embarcar, pero hoy en día es una

práctica habitual que ha obligado a las agencias tradicionales a cambiar la forma de interactuar con sus clientes y ha propiciado la creación de nuevas empresas que operan exclusivamente en la red y responden perfectamente, a las demandas de la nueva generación de consumidores de turismo. Esto supone grandes ventajas para los usuarios de viajes y para las empresas; para los primeros, internet es una fuente infinita de información y una herramienta de control de calidad y para los segundos, una plataforma para posicionar su producto globalmente (destinos, hoteles, parques temáticos, etc.) sin límite de fronteras. Internet es una revolución que nos ha cambiado la vida a todos. Yo agradezco a mi memoria que me permita recordar cómo era el mundo “analógico” y las ventajas que ha aportado el cambio. Qué lejos se ve hoy...increíble!

¿Qué representan para ti herramientas como YouTube?

YouTube es la plataforma ideal para compartir experiencias de viajes con todo el mundo de una forma, rápida y sencilla. Desde su origen, YouTube fue una gran idea, pero cuando Google adquirió la compañía se perfiló claramente como la plataforma audiovisual del futuro. En mi caso, YouTube ha sido una herramienta clave para la difusión de mi trabajo, me ha permitido llegar al salón de miles de personas y compartir mis viajes a nivel planetario. En general, los videoblogs de viajes son una alternativa “viva” a las clásicas guías de viajes. Los videos permiten vivir la experiencia real incluso antes de llegar al destino.

CONCLUSIONES

Durante 20 años he sido guitarrista y bajista profesional y paralelamente me dedicaba a la construcción de guitarras eléctricas a mano (Luthier) y la verdad es que adoraba mi trabajo, pero cuando empecé a viajar y a documentar lo que estaba viviendo no me imaginaba que esto terminaría siendo mi cambio laboral, de registro y convirtiéndose en una profesión ágil, divertida y que me permite hacer lo que quiero y como a mí me parece... y eso es lo que más me gusta de esta profesión ,la libertad que me permite ,¡¡¡me parece genial!!!!.

Gracias a mi videos he tenido la suerte de ser contratado por varias oficinas de turismo internacionales, con logros muy chulos, como que mi video del viaje cruzando Escocia sea escogido como video oficial para la pagina de turismo de Escocia ;-)

Después de 3 años en esto, ya estoy trabajando en dos cosas que me apasionan y que me permiten seguir aprendiendo

Ponencias: Esta siendo un reto muy divertido enfrentarme a la gente y contarles cómo surgió esto y como lo voy gestionando a base de prueba y error y mucha paciencia.

Consultoría: De tanto hacer, al final terminas aprendiendo, así que me he montado mi consultora sobre youtube y gestiono canales de youtube para empresas ;-)

Desde aquí un saludo a gente que me ha apoyado desde el principio: Jimmy Pons, Joantxo Llantada, Juan Merodio y alguno mas que se me puede escapar... GRACIAS CHICOS ¡¡

Empar Fayos AKA @viscoform: Entre la valentía, el descanso y un “zás en toda la boca” a los gurús



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Cuando por primera vez me habló Viscoform a través de twitter hace ya mucho tiempo no me lo podía creer.

“En twitter ya te hablan hasta los colchones” ¡y qué más!

Pues sí, Empar me enseñó mucho en dos o tres twitts. Me enseñó a combinar en una misma presencia Marca y Persona. Tanto que le dediqué un post en mi blog.

La historia de Empar no tiene desperdicio. Al igual que la de Antonio Domingo bien podría haberse titulado “Los fracasos pueden llevar al éxito” pero no os quiero avanzar más...Os dejo con su historia.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.viscoform.es/>

<http://blog.viscoform.com.es/>

Me llamo Empar Fayos, soy mujer y tengo 49 años. Mi historia como empresaria empieza con un despido, el mío de la empresa donde trabajaba desde los 14 años, de repente todo era negro y sin luz al final del túnel, pero solo era el principio de mi nueva vida, con otras tres amigas me presente en una gran empresa de marroquinería y cuando me preguntaron cuál era el motivo de mi visita dije: –tengo la manera de hacer que el Sr. X duplique sus ganancias, solo necesito dos minutos para explicárselo- ni que decir tiene que me recibió! Monte mi primera empresa con tres socias pero no tardamos mucho en quedar dos (lo de emprender es duro). Al poco ya éramos 25 personas trabajando... hasta que las importaciones de China mataron esta primera empresa.

No fue la última vez, nos volvió a pasar con los chinos por lo que harta de emprender decidí aceptar un nuevo reto, llevar la sección de muestras de una empresa exportadora textil. Allí quise emprender desde dentro y no me fue posible por la fatídica frase: ¡Aquí siempre se ha hecho así!

No podía durar mucho, por lo que acepte un nuevo reto, llevar una sección de una empresa del sector del mueble tapizado. Allí conocí a Jose M. Marco -diseñador de la empresa- y le conté la idea que me rondaba: hacer un colchón para problemas de espalda como los que yo tenía.

Yo usaba un sinfín de almohadas que al rato ya eran un estorbo y le pedí algo para solucionarlo. En unos días vino con un boceto de lo que debía de ser, me quede sin palabras... ¡era posible! Ahí nació Viscoform y mi jornada laboral fue una carrera contra el tiempo, a las 4:30 me levantaba y por las tardes cuando llegaba a mi casa seguía con diseños, papeles de patentes, plan de empresa, etc. Viscoform necesitaba más tiempo y no lo dude ni un momento, dedicándole todas mis fuerzas. Todo empezó a acelerarse y el proyecto necesitaba más y Marco dejo su trabajo para tomar las riendas del diseño, ayudado por fisioterapeutas y otros especialistas de la espalda, centrando nuestros esfuerzos en la comprobación de los colchones (para lo que nos apoyamos en el IBV). Gracias a este trabajo nos concedieron el

premio a la mejor empresa de mujeres emprendedoras CV en 2009. Ya teníamos el producto patentado ¿y ahora qué? ¿Cómo lo damos a conocer? los pocos recursos que quedaban no darían para dar a conocer el primer colchón ergonómico especial para la espalda. Un amigo nos hablo de twitter y de facebook, ¡y se hizo la luz! Era lo que necesitábamos y antes de acabar el día teníamos perfiles de Viscoform y propios en ambas redes. En Twitter con Viscoform empezamos a relacionarnos como si de una persona se tratara, esto levanto ampollas en algunos “expertos”: “No podéis twitear con el perfil de empresa de cosas cotidianas tiene que ser una comunicación oficial y corporativa, lo estáis haciendo mal” ¡AMEN! Apoyamos esta estrategia con mi branding personal, siempre me han dicho que soy demasiado sociable y en las redes me sentía en mi salsa y sin el eterno problema de ¿qué me pongo? Descubrí que era ser “emprendedor”, ¡toda mi vida emprendiendo y yo sin enterarme! Los eventos de emprendedores fueron para mí algo habitual, llegando a participar en varios Iniciadores de ponente e invitados en varios foros como ejemplo de empresa de éxito en las redes sociales, la parte de mi trabajo que más me apasiona :-).

Sé que algún día alguien llevará las RRSS de mi empresa, pero yo nunca renunciare a ellas, son una parte de mi misma y me encanta!. En las RRSS he aprendido que es importante ser “gallina”... CoCoCo! Conversar, Colaborar y Compartir

Erika Silva AKA @erisofi: ¿Quieres aprender sobre Marketing Gastronómico?



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Cuando conocí a Erika allá por 2.008 ella era quien coordinaba mi primera formación en Florida Universitaria. No es por menospreciar un trabajo administrativo pero desde el momento en el que la conocí pensé que ella podía dar mucho más de sí.

Ya por aquel entonces a ella le rondaba la cabeza de hacer algo relacionado con su pasión; la gastronomía.

Para mí fue una gran alegría cuando vi que daba el paso en solitario y montó la primera escuela de Marketing Gastronómico en España.

Aquí tenéis su historia.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://marketinggastronomico.com/>

No es lo mismo, dar clases a un reducido grupo de alumnos de forma presencial y opinar sobre temas de innovación y marketing a compañeros de trabajo, que ni le interesa lo que estás contando, que tener un alta voz que llega a miles de personas, que si se sienten atraídas, por lo que les quieres comunicar.

Al dar estas clases, me di cuenta de lo obsoletos que estaban estos temas y me puse a investigar sobre marketing e innovación y todo lo interesante que encontraba, lo comencé a compartir, sin ningún fin mayor que el de aportar algo nuevo, en la Comunidad Hosteltur.

Y así comenzó todo, del aburrido despacho de compañeros, me pasé a hablar de mis temas preferidos al mundo online. En la Comunidad Hosteltur encontré el mejor aliado (sin saberlo) para comenzar mi andadura por la red. Las razones por las cuales comencé con el pie derecho fueron 3: Estar en un nicho segmentado (había interés) Estar presente donde la conversación y el conocimiento se generaba (redes sociales). Rellenar un vacío que existía: Marketing Gastronómico. (Innovación)

Sorprendentemente para mí, el tema que trataba, causó tanto interés que me animé a crear mi propio blog. Este blog me permitió, llegar a un número ahora mayor de personas y pude saber qué pensaban y sobre todo, que querían, ya que con su propio feedback y preguntas, vi la oportunidad de crear la primera Escuela Online de Marketing Gastronómico, ya que insistentemente me preguntaban, a través de las redes sociales, dónde se podía estudiar los temas que yo trataba.

Sin contenido, no hay herramienta que valga para triunfar. Para mí las redes sociales, se sustentan por la comunicación, la conversación y por la continua generación de valor. El contenido que yo generaba a través de mis investigaciones, sin las redes sociales, no hubiese llegado muy lejos, twitter me ayudó para difundir mis post y el fan page de facebook para conectar desde el humor y la innovación con todos los fans. La comunicación ahora es global y no hay ninguna razón para no utilizarla.

Lo más interesante de todo, es que si no hubiese comenzado en las redes sociales, nadie hubiese escuchado lo que yo quería contar y seguramente, todavía estaría encerrada en cuatro paredes. El mundo no tiene barreras y las redes sociales nos lo muestran cada día.

Fabián González AKA @fabiang: *Una carta a los estudiantes*



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Para Fabian, otro de mis compañeros de Mus&Twitts y a quien considero amigo he elegido el título de “Una carta a los estudiantes”. Este ebook está enfocado a ayudar y animar a quien lo lea a que se sumerja en el maravilloso mundo del branding personal y el testimonio de Fabian sin duda ayudará a aquellos que se enfrentan o enfrentarán pronto a retos profesionales a conseguirlo.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.fabiangonzalez.me

<https://profiles.google.com/fabian.gonzalez.checa/about>

En casa, con dos ingenieros (padre y hermano), siempre estuvimos muy conectados a las últimas tecnologías que aparecían en el mercado. No tenía 8 años y ya estaba jugando con ellos en un Spectrum, que más tarde reemplazamos por un Amstrad de cartuchos, y de ahí a la siguiente evolución en ordenadores personales.

Sin embargo, no fue hasta mi entrada en el dpto. de ordenadores personales de Toshiba y matriculación en “Teleco” en el año 99 cuando, por imperativo profesional, tuve que sumergirme en la informática más allá de los juegos. Desde entonces, he ido adoptando los cambios tecnológicos de una forma natural en el trabajo, estudios, y también en casa por hobby, pasando del MODEM 12Kb hasta la fibra óptica actual, o del Spactrum a los PCs, Tablets y smartphones.

Las redes sociales, desde sus inicios, para mí no eran más que herramientas que utilizaba para comunicarme con la gente de mi entorno y que compartía los mismos intereses. El correo en mixmail o Hotmail para estar en contacto con amigos, los foros para encontrar información o resolver dudas de alguna asignatura, o el MSN Messenger para comunicarme con los pocos amigos que lo utilizaban entonces y que se habían mudado fuera de Madrid. A través del uso de estas herramientas fui conociendo otras muchas y utilizándolas con distintos fines de una forma siempre natural, sin ningún objetivo concreto mas allá de conseguir lo que en aquel momento necesitara. Así fue hasta la aparición de LinkedIn, donde empecé a ser consciente del potencial que tenía una plataforma profesional donde poder encontrar y tener acceso a profesionales de mi sector con los mismos intereses. Profesionales mucho mas cualificados a los que no tenía acceso por otra vía, pues no compartíamos círculos profesionales ni sociales.

Ya había cambiado Teleco por la diplomatura de Dirección Hotelera, mientras poco a poco iba estrechando relaciones a través de LI con las que iba intercambiando información y colaborando en temas puntuales, hasta que en esta misma red encontré una oferta de trabajo en el ITH (Instituto Tecnológico Hotelero) que aunaba mis dos grandes pasiones, la tecnología y el turismo, empresa en la que actualmente trabajo como responsable del dpto. IT.

Fue en el ITH donde realmente descubrí que las redes sociales eran la mejor vía de información y contactos a la que podía tener acceso. En plataformas verticales como la Comunidad Hosteltur tenía acceso a una cantidad ingente de información sobre cualquier área que me interesaba del Turismo. Información práctica y de altísimo valor que provenía de profesionales de alto nivel y en activo, que compartían sus experiencias del día a día, no de un libro teórico escrito años atrás y basados en entornos socioeconómicos distintos a los actuales. En 6 meses había aprendido más sobre Turismo y Hoteles que en 3 años de carrera.

El carácter extrovertido, sociable y marcado perfil tecnológico, al que le gusta compartir experiencias y conocimiento con los colegas del sector, hace que las Redes Sociales sean para mí una herramienta imprescindible en el trabajo. Me permiten detectar las nuevas tendencias, estar al día de las novedades y casos de éxito, descubrir y conocer a los mejores profesionales de cada área para aprender de ellos y, en ocasiones, colaborar en algún proyecto. Las Redes Sociales no son más que una herramienta facilitadora de todo aquello que necesito para desarrollo profesional: formación, información y contacto con profesionales del sector.

Sin duda alguna, los estudiantes de hoy tienen en las Redes Sociales su mejor aliado: formación, información y contactos. Sin embargo, en la mayoría de casos todavía no han descubierto este potencial, y limitan su uso a la parte puramente social y personal, dejando escapar esta oportunidad que les permitiría una diferenciación fundamental para los futuros procesos de selección por los que tendrán que pasar.

No debemos cometer el error de desestimar o negarnos a usar las Redes Sociales con fines profesionales, pues éstas no son más que la evolución lógica y natural de la tecnología y las relaciones personales; una tecnología que facilita una necesidad básica del ser humano en todos sus aspectos: la comunicación.

Para finalizar y justificar mi aparición en este eBook, me permito la licencia de dar estos pequeños consejos:

- Ten siempre presente cuál es tu objetivo profesional, y comienza a dar los pasos para conseguirlo.
- Utiliza las herramientas que más se ajusten a las necesidades para conseguir tu objetivo.
- Los contactos siempre han sido fundamentales en el entorno laboral, y hoy en día, dada la coyuntura actual, mucho más.
- Para mí, solo hay cuatro cualidades imprescindibles para las relaciones personales y profesionales: Honradez, honestidad, transparencia y humildad. Sea el medio que sea, éstas siempre estarán vigentes, independientemente del canal o herramientas a través de las cuales se establezcan los contactos.
- Las redes sociales no son más que una herramienta de comunicación interpersonal, con los mismos códigos de conducta, reglas y buenas prácticas que cualquier otro medio en el que haya una comunicación personal.
- Por último, ante cualquier duda o problema utiliza siempre el sentido común, la razón y la empatía...

Gersón Beltrán AKA @gersonbeltran: La “G” como marca



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

¡Qué decir de Gersón! Emprendedor, campechano, y siempre con una sonrisa de oreja a oreja.

Gerson ha sabido encontrar un hueco de mercado poco explotado, con un gran potencial y posicionarse como referente en esta materia.

Hasta hace poco yo pensaba que la Geolocalización era un campo mucho más básico de lo que el me transmitió con un estudio que me pasó hace poco tiempo.

Si necesitas geolocalizar tu negocio o destino Gersón es tu hombre.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://gersonbeltran.com/>

Me llamo Gersón Beltrán, soy valenciano y mi nombre significa “forastero en tierra extraña”, quizás lo de mi vinculación con la geografía viene de ahí. Desde pequeño mis padres siempre me enseñaron el amor a la naturaleza y a la lectura. Como todo joven con inquietudes quería cambiar el mundo y decidí estudiar geografía para transformarlo, sin saber que fueron estos estudios los que me transformaron a mí.

Tras finalizar la carrera decidí hacer el Postgrado en Análisis Geográfico Regional en la Universitat de Valencia y otro a distancia en Sistemas de Información Geográfica por la Universitat de Girona, a partir de ahí todo fue autodidacta, consciente de que la formación reglada es básica a modo de justificación social de unos conocimientos cuando la experiencia no es suficiente como para valer por sí misma.

La geografía es la ciencia de la Tierra que estudia las interrelaciones del ser humano con su entorno desde una perspectiva holística. En principio me especialicé en desarrollo sostenible para pasar al desarrollo local y acabar especializado en el turismo y en la comunicación. He trabajado siempre de forma dual entre la consultoría como emprendedor y la formación, con un complemento de tres años en los que fui Agente de Desarrollo Local de un municipio.

Siempre me ha interesado mucho la tecnología y la innovación, desde mi primer Commodore 64 con diez años hasta mi MacBook Pro actual y mi pretensión de tener unas gafas de Realidad Aumentada próximamente. Pero el verdadero cambio vino hace unos años, mi mundo personal y profesional cambió en forma de crisis a todos los niveles, conseguí superarla y ahora mismo he vuelto con un enfoque muy claro y unos objetivos muy definidos.

Internet es en sí mismo un territorio al que yo llamo territorio red. Un espacio sin fronteras que podríamos ver como un ecosistema, donde hay una biocenosis (personas) en un biotopo (Internet) y que se comunican a través de las denominadas redes sociales. En este sentido empecé a trabajar el concepto de la geografía en Internet, como un reflejo de lo que es: así pues me he formado en conocer bien cómo funciona el ecosistema de Internet y tengo una

visión general del territorio red que me permite interrelacionar todos estos factores y entenderlos en su complejidad.

La forma de visualizar todo esto es con la marca de la geolocalización, que es uno de los elementos más importantes en Internet hoy en día junto a los móviles y las Redes Sociales, dando lugar a la trilogía Social-Local-Móvil. A partir de aquí entran numerosos factores como los geoportales, la geolocalización social, la realidad aumentada, el geocommerce, etc.

En mi caso juego con la g como elemento vertebrador de todo esto, como marca, soy geógrafo como profesional y como formador en la universidad, mi nombre empieza por esta letra y mi empresa y especialidad es el Geoturismo. Ambos elementos los estoy trabajando desde el branding como marca personal bajo el acrónimo “geo” o el concepto del punto geo como espacio donde la geografía tiene un peso específico en el territorio red y donde el entorno es el rey.

Gregorio López AKA @goloviarte: El artista 2.0 por excelencia



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Conocí a Gregorio / Goyo / Golo en un eats&twitts organizado por Antonio Domingo (a quien ya hemos leído) y cuyo anfitrión era Rafa Martínez (a quien pronto leeremos) que fue quien nos presentó.

A Golo, como le llama “mi viejo @jchicheri” es difícil describirle pero ya que tengo que hacerlo (y quiero) diría que es como un rayo; eléctrico, inquieto, divertido y (siempre en el buen sentido) algo excéntrico como todo buen artista que se precie.

Tuve la oportunidad de comprar una serie de mini cuadros personalizados para mis clientes como felicitación de navidad. Habitualmente quien haya enviado este tipo de detalles a clientes no suele haber feedback de estos. En esa ocasión prácticamente todos me respondieron agradecidos y entusiasmado por la originalidad y belleza de estos.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.lopezvicente.com

www.goloviarte.com

Mi historia es la historia de un caminar por la vida y del amor a una profesión que lleva consigo una gran libertad, ser “ARTISTA” y ofrecer a los demás algo de uno mismo y que a la vez esto contribuya a tener una calidad de vida aceptable y sobre todo una gran satisfacción personal.

Comencé a vivir de mis cuadros a la edad de dieciocho años, siempre pensé que se podía vivir de ello y comencé a ofrecer mis cuadros a empresas de decoración en unos tiempos en los que el arte moderno y a un precio asequible tenía una gran demanda. Yo no era visto como un “artista” de verdad por otros artistas, pero al menos yo conseguía ganar dinero y eso, al fin y al cabo era mi fin.

Evolucionaba a la vez que me adaptaba a la demanda y a veces por no tener estudios superiores me encontraba algo perdido a la hora de negociar con los clientes, por tanto decidí aprender a observar a los clientes ,sus gestos, sus formas de negociar y así asimile todas experiencias y las adapte a mi propio estilo y personalidad.

Llegaron tiempos difíciles y mis primeros pasos en internet, me di cuenta que era mi futuro pero que no podía actuar como lo hacían otros, meras galerías de arte online o simplemente un artista ofreciendo su obra con una web y un carrito de compra, así que decidí crear mi propia “marca” mal llamada por muchos así, yo prefiero llamarlo mi propia “personalidad” que mucho más allá de una marca dejaría en los demás un recuerdo de mi más duradero.

Llegue a la conclusión de que internet, o mejor dicho las personas que están detrás de la pantalla son esos mismos clientes a los que me enfrentaría personalmente si hubiera seguido viajando por España ofreciendo mi obra, pero que ahora los tenía delante de mi sin moverme

de mi casa, y por tanto, tenía que aprovechar al máximo esta forma mas cómoda de sacar adelante mi trabajo.

Las redes sociales han conseguido que sea conocido, a veces ni siquiera saben que les estoy vendiendo mis obras, pues trato de ofrecerles una gran diversidad de formas de contacto, mis fotografías, mis pensamientos y mis palabras y todo ello tratando de sorprender y dejar una huella para que en el momento adecuado “ofrecerles” el verdadero motivo de estar en ellas “vender”.

Hay otra cosa cierta, no tengo prisa a diferencia de otras profesiones o negocios pues el ser artista no tiene fecha de caducidad ni jubilación, por tanto, internet es sin duda para mi “El gran aliado”

Isidro Tenorio AKA @isidrotenorio: Una evolución envidiable



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Mus&Twitts member como otros participantes en este ebook y cuya evolución ha sido tremenda nos cuenta como ha conseguido combinar dos mundos, Internet y turismo en uno.

¿Dónde puedes encontrar más información?

blog.isidrotenorio.com
www.b-quest.com
www.expertur.es
www.hotelesociales.com

Siempre he sido un culo inquieto. Recuerdo que, con 17 años, tuve que elegir carrera. Decidí que no sería ni Medicina, ni Veterinaria, ni Bellas Artes. Todas las demás me parecían muy válidas. O quizá pensaba que, hiciese lo que hiciese, aparte de esos descartes, me gustaría y lo haría bien. Y siempre pongo mucha energía en lo que me gusta... y me gustan muchas cosas.

Informático, padre, oficial del ejército, vendedor, creativo, fungívoro, periodista técnico, campeón de mus, profesor de F.P., tolerante, socio, early-adopter, submarinista, culé, consultor, compañero, geek, emprendedor, cinéfilo, liberal, teleco, empático... y muchas otras cosas que me definen, “en parte”... porque soy una persona como tú, pero distinta a ti, con fortalezas y debilidades... y que, *casi naturalmente*, expongo y promuevo en mi “marca personal”, intentando aprovechar mis fortalezas y contrarrestar mis debilidades...

Un día, empezando mi “segundo primer” año de Teleco, ojeaba el tablón de anuncios de la “uni” y me llamó la atención un papelote en el que solicitaban redactores técnicos para una revista especializada. Se trataba de una editorial dedicada a la tecnología acústica y visual. ¿Creéis que pensé “*voy a hacer currículo y a empezar a crear mi marca personal*”?... Ni de coña! Siempre he apreciado mucho la música y los equipos de sonido, supuse que sería divertido y me podría ganar unas perrillas mientras estudiaba. Y me presenté. Y me cogieron. Y me gustó. Y ahora me doy cuenta de que trabajé duro, además de estudiar. Durante los siguientes años amplí mis colaboraciones en otras editoriales, como Marcombo o HYMSA; y en otras especialidades, según iba aprendiendo y experimentando. Así que parte de mi vida universitaria transcurrió participando en eventos y presentaciones internacionales, colaborando en numerosas publicaciones y conociendo a otros muchos especialistas y colegas, ingenieros y periodistas. Después de más de 200 artículos, otras tantas traducciones y varios fascículos, acabé mis estudios... y me fui a la “mili”. Tenía 23 años y sonaba el “Born in the USA” de Bruce Springsteen.

El servicio militar me dio la oportunidad de conocer otra de mis pasiones: la docencia. Fui profesor de F.P. y *realmente lo disfruté*. A partir de ahí una decena de años de trabajo, como asalariado, en diversas empresas, nacionales e internacionales, principalmente dedicadas al mundo del Turismo. Y en 1993, cuando ya se empezaba a oír sobre “una telaraña mundial” y un “extraño código” llamado HTML, con la intervención de Banesto, mi mundo de trabajador

por cuenta ajena se vino abajo. Tras despedir a todo mi departamento por necesidades de la compañía, decidí emprender un nuevo camino, MI CAMINO, creando una pequeña empresa. En realidad se trataba de *un grupo de amigos trabajando juntos*, por cuenta propia. Unos teníamos más conocimiento técnico, otros más dotes comerciales y todos dos inquietudes muy claras: EL TURISMO E INTERNET.

Así empezamos a desarrollar aplicaciones en la Red y páginas web para hoteles y compañías aéreas... y también empezamos a realizar intercambios de enlaces y banners, inserciones en directorios, foros, etc. Aparecieron Lycos, Magellan, Excite, Infoseek, AltaVista, Webcrawler... y Yahoo! Y bien pronto llegó el nuevo milenio. Y con él la burbuja puntocom, san Google y el bendito Blogger. Y el pago por clic, y los wikis, y los blogs, y las redes sociales... y se lió parda! Las personas empezaron a utilizar internet y sus aplicaciones como quisieron, cada una a su manera.

En 2005 un buen amigo, director de uno de los grupos editoriales más importantes, me propuso crear dos redes de blogs: una, especializada en el mundo del automóvil, una de mis pasiones; y otra, sobre el sector inmobiliario. Durante algunos años creamos y mantuvimos una plataforma con varios cientos de blogueros, algunos muy ilustres, aportando contenido de calidad que luego se recogía en publicaciones gratuitas de papel. Esta última crisis obligó a cerrar este proyecto, pero me volvió a *inocular el virus del periodista*, ese que te impulsa a escribir compulsivamente sobre temas que consideras importantes.

Y aquí estamos: lejos es cerca, juntos es mejor, menos es más, igual es diferente, el pez rápido se come al grande, publicidad es convicción... *Y lo que nos queda por aprender*. Desde hace años colaboro en bastantes publicaciones digitales de clientes, y mantengo varias bitácoras sobre los temas que más me interesan. Personales, como el submarinismo o la gastronomía, y profesionales como el marketing digital, la logística de distribución o el turismo. ¡Y también estoy en las redes sociales, claro! De hecho, hace ya tiempo, muchos estamos organizando una gran parte de nuestra vida gracias a personas, eventos y datos que compartimos mediante estos medios sociales. Afortunadamente la audiencia (todos) es cada vez más inteligente y participativa. Y aprovecho en cuanto puedo para organizar charlas y eventos sobre Redes Sociales, SEO, visibilidad en Web.... eso me mantiene al día de las últimas novedades en este mundillo tan cambiante, y alimento esa parte de mí que disfruta compartiendo conocimientos con personas tan interesantes.

Creo firmemente que una gran parte de nuestra felicidad se encuentra en el hecho de perseguir (casi siempre con cierto esfuerzo) nuestros sueños. Así que aprovecho el momento para aprender, actuar... y aprender. Y ahora... permíteme una licencia: que no te digan lo que tienes que hacer, ni cómo hacerlo... descúbrelo... o recréalo. Dedícate a lo que quieras, pero que sea *algo que te guste*... pon mucha pasión, el esfuerzo que puedas y compártelo! Y... si es necesario, hazlo otra vez, ahora un poco distinto... Ya estás en el camino, creando tu destino, tu propia marca...

Iván Rodríguez AKA @twittboy: Experto en Twitter ¡pero de verdad!



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Es otro de los pocos corealizadores de este ebook que no conozco personalmente. ¿porqué decidí que tenía que estar en este libro? Todo el mundo hablaba de @twittboy, todo el mundo recomendaba a @twittboy como no podría ser de otra manera. Pásate por su blog y entenderás porqué.

Para romper con la monotonía de este ebook ambos decidimos que su participación sería en formato video dado que, en el siguiente enlace explica en un formato audiovisual todo lo que el resto hemos explicado en texto.

<http://www.youtube.com/watch?v=sA81vwkv0uM>

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.twittboy.com/> (ojo, aunque lo parezca no es una cuenta de Twitter sino un blog...Está currao ¿eh?)

Jaime Chicheri AKA @jaimechicheri: Revenue Management, eCommerce y Marketing Online



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

No tendría sentido decirme a mí mismo porqué pienso que debería estar aquí por lo que paso directamente a contaros mi historia.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.jaimechicheri-revenue.com

www.librorevenue.com

www.marketingsurfers.com

Empecé a relacionarme con el mundo 2.0 allá por 2.003 cuando la única red social de éxito que existía era la ya casi desaparecida Hi5. En esos momentos todavía no tenía conocimientos de lo que era el Marketing en Internet pero ya conocía algún caso de éxito como el de mi compañero de colegio y amigo Guillermo Cifuentes con su proyecto Visualdisco.

Mi primera experiencia profesional tras 5 años realizando prácticas, casi todas ellas en nH Hoteles fue en AC Hoteles (año 2.005) donde hacía mis primeros pinitos con el Marketing y la Comercialización electrónica. Fue entonces cuando recibí una invitación de una red social de profesionales del turismo llamada Turismo 2.0 en la cual una serie de “frikis” que tenían algo llamado “blogs” debatían sobre aspectos de interés para los profesionales de este sector, debates en gran medida enfocados al Marketing que estaba por llegar.

Aprovechando que estaba empezando a estudiar un Master Certificate en Revenue Management decidí emular a estos profesionales y crear mi propio blog sobre este tema. Casualidades de la vida prácticamente nadie escribía sobre este tema en español y rápidamente me posicioné en buscadores para criterios de búsqueda relacionados con esta temática lo cual me motivo para seguir investigando y aplicando lo aprendido a mis diferentes proyectos profesionales.

Pronto, antes si quiera de terminar mi formación me llamaron para solicitarme una formación en este sentido. Ahí estaba yo, temblando como un flan ante directores de hotel, directores comerciales de cadenas hoteleras y otros cargos superiores al mío en ese momento, no puedo decir que esa primera formación fuera un gran éxito, pero tampoco un fracaso dado que me motivo para mejorar y seguir investigando para potenciar esa línea de negocio.

El Revenue Management es una estrategia de Marketing para hoteles y otros modelos de negocio similares y detecté que tenía una muy estrecha relación con todo el mundo 2.0 hasta tal punto que decidí recopilar en 2011 mi propio método en el primer libro en español sobre eCommerce, Revenue Management y Marketing Online.

Finales de 2.008; fui uno de los primeros afectados por la crisis (me despidieron debido a recortes en la empresa). Con una mano delante y otra detrás empecé a buscar trabajo pero paralelamente empecé a dar vueltas a proyectos que mi mente inquieta había estado dando vueltas.

Monté un centro de formación sin analizar bien su viabilidad y fue un fracaso estrepitoso. Me asocié con algunos supuestos gurús del marketing en internet y probé en mis propias carnes que en el mundo virtual no es oro todo lo que reluce.

Fue entonces cuando decidí lanzarme a montar mi propio proyecto con Juan Merodio a quien conocí de la forma más casual a través de LinkedIn. El resultado fue Marketing Surfers, nuestro “bebé” cuyo éxito ha radicado siempre en el cuidado del producto y el cuidado de nuestro cliente aportando valores añadidos que nuestra competencia todavía no ha sabido entender ni aplicar.

Hoy puedo decir que vivo de ello y que me encanta mi trabajo pues conseguí transformar lo que empezó como un Hobby en mi actividad profesional.

Ahí van una serie de consejos para quienes lean mi historia:

- Ten siempre en mente tus inquietudes y no tengas miedo de lanzarte si crees que pueden funcionar.
- Antes de lanzarte a un negocio analiza bien su viabilidad, sobre todo si tiene costes fijos elevados (que no te ocurra como a mí en el centro de formación)
- En internet no es oro todo lo que reluce, ten cuidado con esos “gurús con muchos seguidores”, investigales primero a fondo y pide referencias.
- Hay ocasiones en las que aunque no te veas 100 % preparado para un proyecto debes lanzarte (como hice yo en mi primera formación) esto te dará tablas.

Jaime Estévez AKA @jaime_estevez: no lo cuentes, muéstralo



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Con el fin de que este ebook no se convierta en un recopilatorio de "historias de amiguetes" aquí os dejo la historia de mi tocayo Jaime recomendado una vez más por mi socio y amigo Juan Merodio.

No voy a mentir, no conocía su trayectoria pero si el proyecto Agora News. Tras leer su historia no puedo hacer otra cosa que seguirle ya que creo que puedo aprender mucho de su experiencia.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://agoranews.es>

<http://agoramusic.es>

<http://jaimeestevez.wordpress.com>

Mi bautismo real en redes sociales tuvo lugar a principios de 2007 con el trío formado por Facebook, Twitter y LinkedIn. Por aquel entonces yo era empleado por cuenta ajena (trabajaba en la agencia Europa Press) y muy pronto mi actividad y atención a estas redes contribuyó a estimular mi apetito emprendedor. Conocer de cerca historias humanas de valentía, éxitos y fracasos por boca directa de sus protagonistas y en tiempo real era demasiado como para mantenerme al margen de la aventura de emprender.

En abril de 2008 no pude más, anuncié mi renuncia tras 10 años para gran sorpresa de mis jefes y abrí mi propio blog en el que contar, día a día, lo que iba a vivir en ese proceso de pasar del trabajo por cuenta ajena a montar una empresa por cuenta propia.

Cada post de aquel blog amateur, publicado al filo de la madrugada tras un intenso día de gestiones, descubrimientos y en ocasiones, sonadas frustraciones, generaba un creciente número de visitas y comentarios por parte de una comunidad cuyo interés por mi proyecto no dejaba de sorprenderme y emocionarme. Twitter y Facebook se convirtieron en grandes atractores de tráfico hacia mi blog y, por ende, hacia el conocimiento de mi proyecto.

A través de las redes sociales y del blog recluté a mis primeros colaboradores y fue como se interesaron por mis servicios los primeros clientes. A medida que Agora News iba creciendo y desarrollándose yo no dejaba de mostrar su evolución diaria en mi blog y en mis redes, respetando siempre la máxima de "no lo cuentes, muéstralo" Hoy, cuatro años después, puedo decir que la gran mayoría de colaboradores, partners, clientes y proveedores conocieron por primera vez Agora News a través de los medios sociales.

Durante algún tiempo me obsesionó no lograr que los perfiles de mi empresa en redes sociales no superasen en número de seguidores y contactos a mi propio perfil personal. Pensaba que era esencial que mi marca personal no eclipsase la de mi proyecto. La gran alegría me la dio un joven periodista con el que coincidí no hace mucho en una rueda de prensa, quien, tras presentarme y comprobar que no me conocía, me preguntó para qué medio trabajaba yo. "Agora News" le dije. Y a continuación esbozó una amplia sonrisa y me preguntó a quién

debería mandar su CV para aspirar a una plaza de periodismo en ese medio que "le encantaba".

Jaime Izquierdo AKA @jaime_izquierdo: Todas esas competencias / aptitudes de un responsable de Marketing en Internet tienen un origen: Jaime Izquierdo



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Jaime es una persona excepcional por muchos motivos pero me gustaría resaltar 4 de ellos:

- Es una persona agradecida: En su testimonio podéis ver por qué lo digo pero esto yo lo sabía desde antes dada la relación profesional que hemos tenido.
- Es una persona “poco ambiciosa” y lo entrecomilleo porque dentro de que con sus proyectos tiene toda la ambición que puede tener el mejor de los emprendedores cuando ayuda a alguien no espera nada a cambio. Esto lo sé porque me ha pasado varios proyectos y cuando le hablaba de “comisión para el” me miraba como si le estuviera ofendiendo.
- Es un “early adopter” en todos los sentidos. Hoy día toda persona que ha creado un blog enfocado al marketing en internet crea su propia visión de las aptitudes / competencias que debe tener un Community Manager...Jaime fue pionero en este sentido.
- Por último como podéis ver en sus palabras la modestia es otro de sus fuertes.

Mi abuelo (DEP) era un tipo grande, como yo (más bien yo como el) y así lo es Jaime. Mi abuelo tenía muchas máximas y una de ellas era “Hombre Grande Corazón Grande”

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.competencias20.com/>
<http://jaimeizquierdo.blogspot.com.es/>
<http://newmahwah.com/>

Cuando Jaime López-Chicheri me ofreció la posibilidad de incluir mi historia en este eBook me sentí profundamente agradecido, en primer lugar porque dudo merecer el privilegio de estar en esta lista excepcional de historias de talento y pasión. También porque me da la oportunidad de repetir que no me preocupa mi marca personal, sino ser una “persona personal” dentro y fuera de la red. Pero sobre todo porque es una magnífica oportunidad para dar las gracias públicamente a muchas personas sin cuya ayuda mi proyecto no habría llegado hasta aquí. Ahora, cuatro años después, nos encontramos en un precioso momento de trabajo y de expectativas de futuro.

Mi encuentro con el mundo 2.0 se produce en el año 2008, cuando inicié la comercialización en España de dos productos a priori muy interesantes: implantación de Google Apps de la mano de la francesa Revevol, y programación de gadgets seguros (banca online, tarjetas de crédito o fidelización) para redes sociales y móviles, de la mano de la israelí Worklight. Pasé un año explicando a grandes empresas las ventajas de cloud computing y de la programación de

apps seguras, pero vender lo que se dice vender no vendí absolutamente nada (y no exagero ni un ápice). A finales de 2008 un antiguo cliente me ofreció dar una conferencia a alumnos de último año de la UPM sobre Gestión por Competencias, pero en vista del cambio trascendental que estaban a punto de alumbrar las redes sociales le propuse hablar sobre Web 2.0. Él me replicó “¿Y por qué no hablas de Competencias y Web 2.0?”

Esta frase del gran Joaquín García Alfonso (@joaquin_garcia2) terminaría por cambiarme la vida, sobre todo cuando Antonio Domingo (@AntonioDomingo) me dio el empujoncito que me hacía falta para tomar la decisión de emprender. Competencias 2.0 nació en la incubadora del Parc Balear d’Innovació i Tecnologia (ParcBIT) con el objetivo de identificar, sistematizar y divulgar las habilidades que las personas adultas debemos desarrollar para obtener una presencia en redes agradable y productiva. A partir de ahí el proyecto creció rodeado de amigos incondicionales. Algunos no están mucho por las redes, como Toni Viader, Rafa Goberna o Pepe Novas, pero otros sí: la genial @Marta_Bonet y su burrita @peppersantblai, Marco Taboas (@marcotaboas) de @promoturismo, José Miguel Palou (@josemipalou) de Obex, Josep Claret (@joclar) de CM&C, y también los organizadores y asistentes de las sucesivas @TwittPalma y @RTPalma. Gracias a las redes he tenido la gran suerte de conocer en persona a genios como Ana María Llopis (@anamariallopis), José Miguel Bolívar (@jmbolivar), Agustí Brañas (@agustibranas), Pedro Rojas (@seniormanager), Alberto Barbero (@albarte) o el propio Jaime López-Chicheri (@jaimechicheri). Hoy Competencias 2.0 es un modelo efectivo, un ambicioso proyecto empresarial global, y gracias a la inigualable Carmen Avilés (@cavilesp), el embrión de una cátedra. ¡Quién nos lo iba a decir! :-)

Javier Esteban AKA @javimonsalupe: Otra referencia, en este caso en Eventos 2.0



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

¡Qué tío más divertido! Esa es la frase que me viene a la cabeza cuando pienso en Javi. No solo porque alguna vez nos hayamos corrido una juerga sino porque quien le conozca seguro que coincide conmigo. Tallado del mismo palo que Clara Ávila en cuanto a Buenrollismo este tipo tiene un corte especial que te anima a acercarte a él. ¿Y la gente divertida donde está? Pues en todos los saraos y Javi es un experto en su organización, sobre todo si tienen tintes 2.0.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://about.me/javimonsalupe>

Mi historia personal 2.0 es de autoaprendizaje 100%. Después de pasar los primeros 10 años de mi vida laboral “encerrado” en una oficina bancaria, un cambio de vida me llevó a la reconversión personal y profesional, descubriendo, hace 6 años el mundo autónomo.

A través de internet y los medios sociales encontré mi pasión actual, el mundo online y sobre todo los eventos 2.0. En la red se consiguen muchos contactos virtuales, pero gracias a la desvirtualización de muchos de ellos en eventos, reuniones y actos sociales he podido colaborar y aprender de grandes referentes que me han ayudado a desarrollarme en mi nueva vida laboral.

Twitter, facebook, blogs.. y todas las herramientas disponibles en el mundo online son parte de mi vida actual, paso las 24h del día conectado para no perderme nada. Esa conexión me ha servido para emprender mi propio negocio, para construir excelentes relaciones personales y mantenerme al día de todo lo que pasa cada minuto en este mundo nuevo y apasionante en el que ahora vivimos.

Todo lo que tengo ahora ha sido gracias al 2.0, amigos, colaboradores y un sin fin de experiencias vividas gracias al acercamiento que las herramientas online nos permiten conectar con cualquier persona en cualquier lugar del mundo. A marcas que cada día apuestan por las nuevas tecnologías con estrategias que nada tienen que ver con lo que conocíamos no hace mucho tiempo.

Esfuerzo, ilusión y humildad son los tres pilares sobre los que trabajo cada día y sobre los que he conseguido construir mi branding personal. De lo que más he aprendido ha sido de las personas, de colaborar y construir nuevas relaciones, rodearse de los mejores en cada sector es la mejor manera para aprender día a día y sin duda, una gran herramienta de desarrollo personal y profesional.

En el 2.0 somos lo que la red dice de nosotros pero nunca hay que olvidar que cada uno ve en sí mismo lo que quiere llegar a ser y por eso es por lo que hay que luchar, no por lo que otros quieren o pretenden que seas. No me considero experto en nada, pero, gracias a la gran red de

contactos que he conseguido construir forjando mi “marca personal” puedo decir que no me falta de nada para llegar a cualquier parte del mundo.

Jimmy Pons AKA @jimmypons: El emprendedor del sector turístico por excelencia



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Uno de los creadores de la red social que mencionaba en mi testimonio: Turismo 2.0.

Jimmy fue uno de los que me tendió la mano durante mis inicios en Internet (a él le dedique en mi libro parte de mis agradecimientos) y como veis no he sido el único ya que Diego Pons en su historia también le menciona.

Este “culo inquieto” como casi todos los que están incluidos en este ebook ha sido bueno y siguiendo mis sugerencias ha resumido muy mucho toda su historia ya que si lo cuenta todo podría dar para varios ebooks.

Os dejo con su historia y aprovecho para una vez más decir GRACIAS TOCAYO.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://jimmyponS.com/>
www.nuevosviajeros.com
<http://www.petrolart.com/>

Ahora aproximadamente 15 años después miro hacia atrás y me doy cuenta de que las predicciones se han cumplido, en aquella época Internet era muy incipiente, corría el año 1998 y éramos pocos los que creíamos en ella de verdad. La frase era... en 15 años si no tienes una web tu empresa estará muerta, la verdad es que sonaba a profecía pero hoy ninguna empresa puede plantearse el futuro con optimismo si no es con una presencia importante en la red. De hecho muchos sienten que han perdido un tren, que han perdido un tiempo precioso.

Mis primeros escarceos con Internet empezaron por allá en el año 1997 cuando vivía en Costa Rica, influenciado por mi amigo y jefe Manfred, un apasionado del mundo de la tecnología y muy relacionado con EEUU. Pero realmente mi historia empieza en Menorca en 1998 con un proyecto creado por un grupo de amigos/socios llamado “Menorca Activa” que pretendía aglutinar toda la oferta de turismo activo, cultural, gastronómico de la isla de Menorca bajo un mismo paraguas y desde una perspectiva de marketing de 360 grados. Integrando en una misma estrategia, marca con una mascota, marketing tradicional (guía de papel, ferias y workshops) más una web catálogo al estilo 1.0. Eran aquellos tiempos en que las webs eran 4 fotos (pequeñas muy pequeñas), unos textos, los datos de contacto y poca cosa más. Ese fue el inicio de una aventura que hoy todavía sigue más presente que nunca.

A partir del aprendizaje de este primer proyecto, me invadió la fiebre de Internet. Lo tenía claro, ese era el futuro y mi siguiente objetivo montar mi propio negocio que pudiera realizar desde cualquier punto del mundo y no tener que estar enclavado en un lugar físico, una oficina. Paralelamente los móviles empezaban a ser una realidad, lo que me ayudaba a poder conseguir mi sueño. Ya tenía nombre para la empresa “Pijamas dream” Internet me permitía libertad total para trabajar desde donde quisiera. Con este espíritu nació Shopbalea.com que montamos con varios socios, proyecto de e-commerce basado en una tienda virtual que

además de ofrecer productos típicos de las Islas Baleares tenía una estrecha relación con la gastronomía, la cultura y el turismo de las islas.

Hoy me doy cuenta que con estos proyectos fui emprendedor, cuando todavía, eso no tenía el caché de hoy, aprendí un montón, cometí muchos errores, me pilló la burbuja .com pero estos proyectos crearon la base para seguir aprendiendo de este mundo tan apasionante que nos ofrece Internet.

Con la llegada de la web 2.0, todo se simplificó, aunque yo podía diseñar webs en HTML y podía hacer algunas webs básicas, la democratización de los nuevos medios de comunicación me descubrieron otro mundo, ya no necesitabas a un experto profesional del desarrollo para tener una web. Gratuitamente y en cuestión de minutos podías tener tu blog, tu canal de video o TV, o montarte tu propio podcast, las herramientas estaban más cerca que nunca, todo un sueño para quien tuviera un proyecto, una pasión y poco dinero. Así empezó toda mi andadura 2.0, concretamente en el 2006 conjuntamente con mi amigo y maestro Tirso Maldonado con él empezamos a explorar todas estas herramientas, aprendiendo día a día, disfrutando como niños pequeños de cada herramienta descubierta.

Para llegar a donde he llegado, siempre digo que no he invertido ni un solo € en publicidad ni marketing, ni he utilizado ningún soporte físico. Toda la inversión ha sido en tiempo y en ganas de aprender cada día, durmiendo menos de lo normal e invirtiendo en “aparatejos tecnológicos” mi gran debilidad, para intentar siempre estar a la última en tecnología. La innovación, la pasión en lo que hago y plantearme cada mañana porque hago las cosas de la manera que las hago es mi consejo a cualquiera que hoy, quiera plantearse emprender un proyecto, solo así tendrá ya una parte del éxito, no toda.

Juan Carlos Sanjuán AKA @juancesanjuan: El Mejor director de hotel del mundo



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Juan Carlos para mi es mi compañero de colegio, podría decir lo mismo de Rafa Martínez. Mientras que otros ya estaban en este mundo 2.0 y otros aún no habían llegado Juan Carlos, Rafa y Yo llegamos casi al mismo tiempo.

Considero a Juan Carlos mi “Coopetencia” como blogger. Ambos hablamos de eCommerce, Revenue Management y Marketing en Internet enfocado a hoteles y como buenos “coopetidores” no consideramos que nos estemos pisando los contenidos sino que nos complementamos.

Conozco a muchísimos directores de hotel pero la pasión con la que Juan Carlos se enfrenta a sus retos profesionales hace, como ya he expresado en muchas ocasiones que para mi Juan Carlos sea el Mejor director de hotel del mundo.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://juancarlossanjuan.com/>

<http://www.invitic.com/>

Han pasado 6 años, por 2006 empecé a estudiar y conocer las redes sociales. Como todos las conocí gracias a personas como Tirso Maldonado, Isaac Vidal, Javier García Cuenca, Jimmy Pons, y muchos otros que me “abrieron los ojos”... Profesionales del sector que nos llevan mucha ventaja a tantos otros.

Inicialmente, como a todos, me pareció algo complejo, algo difícil, pero pronto le encontré la parte productiva, la forma de comunicar de forma directa con el cliente final sin necesidad de intermediarios, la capacidad de hablar de tú a tú a las personas, descubrí que las empresas dejan de carecer de personalidad para poseer una personalidad propia, una fuerza en la palabra para comentar con sus clientes y amigos. Por primera vez no necesito un publicista o empresa de marketing para ayudarme en mi gestión empresarial a dar a conocer mis productos.

Evidentemente nada es gratis, lo puedo hacer yo mismo pero requiere que me forme, que aprenda, que sepa que hacer. En 2006 éramos tan pocos los que andábamos por estos lares que los contábamos con los dedos de las 2 manos y nos sobraban 7 dedos. Todos cometiendo ciertos errores, esos errores que ahora ya no son perdonables pero que en su día eran cotidianos. No nos dimos cuenta pero fuimos generando una nueva forma de comunicar, una forma de hablar entre nosotros, poco a poco, sin saberlo pero trazando caminos que nos dejarían a un lado aquellas prácticas que son positivas y al otro lado las que, con nuestra humildad, consideramos que son negativas. Cabe destacar que los GURUS, a mi juicio NO EXISTEN en el Social Media Marketing dado que lleva escasos años en nuestro mundo, por tanto ¿podemos llamar a un bebe gurú?

Tras darme de alta en las redes sociales, empezar a comunicar y sobre todo, enfocarme en el Video Marketing, gracias a Lasse Rouhianen, contando con visionados en Youtube de campañas realizadas por mí en más de 200.000 visitas., es más, tengo el honor de salir el primero en Youtube para búsquedas de “director de hotel”, bueno que nos desviamos, como iba diciendo, tras las altas en las redes sociales me decidí a tener mi propio blog por allá por el 2009, un año después de que Jaime López Chicheri me machacara para que lo hiciera) y de ahí nació www.juancarlossanjuan.com

Enfocándome en mi profesión el social media marketing además de permitirme llegar a muchas personas que no abren capacidades a diario de networking me ha ofrecido la capacidad de generar ventas e ingresos menguando los costes de intermediación. Esto es fundamental en la época que estamos viviendo, tratar de vender más ajustando los gastos al máximo.

Las redes sociales fueron la lanzadera de proyectos personales como www.pricetoroom.com, Web de reserva on line donde el cliente informa al establecimiento hotelero de su presupuesto en cuanto al alojamiento para sus vacaciones. En este momento está en Stand By por motivos varios, pero en breve lo relanzare. Así mismo para dar a conocer los hoteles en los que he sido director, tanto Petit Palace Bristol y Petit Palace Germanías como en Olimpia Hotel, Events & SPA, establecimiento donde conseguí generar gran trafico a nuestra Web corporativa desde las redes sociales. En la actualidad soy el Director General del Holiday Inn Valencia desde hace pocos meses, pero que nadie dude que entrara en redes sociales en breve. Axial mismo en otro proyecto personal como Invitic.com, plataforma de generación de invitaciones on line donde puedes compartir tus invitaciones en las redes sociales, invitaciones ya no solo para eventos profesionales (congresos, reuniones, conferencias, ferias, etc.) sino para eventos sociales (bodas, comuniones, cenas de amigos, cumpleaños, etc.)

Y, desde el punto de vista de branding personal, me ha permitido conocer a numerosas personas, estar presente en numerosas conferencias nacionales e internacionales como ponente desarrollando en las mismas estrategias de video marketing, social media marketing, revenue management etc., pero sobre todo, el poder enfocar mis charlas en casos prácticos, es decir, mis charlas las desarrollo en un entorno real, cuento anécdotas que me han pasado, errores cometidos para que no se vuelvan a cometer. Soy un directivo que ha puesto en marcha una estrategia de marketing on line para generar mayor beneficio en las empresas que he tenido a mi cargo obteniendo rendimientos mas que aceptables.

Juan Merodio AKA @juanmerodio: Disciplina y sencillez 2.0



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Somos socios desde el año 2.009 y amigos desde entonces (de los mejores). Compañeros de trabajo, de viajes, juergas, padel, longboard y yo que sé que más cosas.

Quizás pueda calificar a Juan como el mayor acierto de mi vida en todos los sentidos.

Profesionalmente Juan merece el mayor de mis respetos; Una persona que todos los días amanece a las 6 AM para explicarnos alguna herramienta o alguna campaña de éxito relacionada con el marketing en internet y que, a pesar de sus numerosos viajes y proyectos siempre tiene tiempo para gestionar conjuntamente conmigo el proyecto Marketing Surfers.

Juan ha conseguido que desde Marketing Surfers no tengamos que haber hecho muchos esfuerzos comerciales ya que su reputación le precede generando así una confianza extraordinaria en nuestros clientes potenciales y actuales.

Desde aquí un gran...¡GRACIAS COMPAÑERO!

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.juanmerodio.com
www.marketingsurfers.com

En mi caso empecé a trabajar en temas de Marketing Digital en el año 2002 de manera autodidacta aprendiendo SEO, temas relacionados con diseño y programación web y otros aspectos de marketing online, pero en el año 2009 conocí a Jaime Chicheri a través de la red social LinkedIn y comenzamos a colaborar en un proyecto conjunto que hoy está activo y es Marketing Surfers, y en ese momento yo estaba dándole vueltas a escribir un blog pero él me acabó animando y dándome ese empujoncito que me hizo lanzarme a ello y ese fue el comienzo de mi blog www.JuanMerodio.com donde contaba y cuento cómo el Marketing 2.0 puede ayudar a las empresas a hacer crecer su negocio y doy tips prácticos para ello.

El blog fue el responsable de que me animase a escribir mi primer White book de sólo 16 páginas y titulado “Cómo empezar a promocionar tu negocio en Redes Sociales” el cual decidí regalar a través de Internet y un día recibí una llamada de la Cámara de Comercio de San Sebastián ofreciéndome lo que fue mi primera conferencia, la cual tengo que reconocer que lo pase fatal al ponerme delante de 400 personas a hablales durante una hora, pero la experiencia fue satisfactoria y me animé a otros eventos en los que me invitaban y poco a poco iban siendo más, decidí lanzar mi segundo ebook, luego el tercero y hasta el cuarto que he publicado en febrero de este año.

Pero si me preguntáis cuál creo que es la verdadera razón de ir creciendo personal y profesionalmente constantemente, mi respuesta rotunda sería rodearme de gente mejor que yo, cada día estoy más convencido de esto, de la importancia de rodearte de gente buena a tu

alrededor que te aporte en todos los aspectos y lo que sin lugar a dudas condicionará tu trayectoria.

Pero no todo son éxitos, de hecho para ganar una vez hay que perder varias, y esa es la realidad de mí día a día, voy haciendo pruebas de todo hasta que encuentro algo que funciona, y así constantemente.

Mi recomendación es que si quieres hacer tu personal branding empieza ya, y empieza con ganas, continua con ganas y no pares de aprender, de investigar, de moverte, de conocer gente y lo más importante de disfrutar con lo que haces, ya que ese sentimiento se transmite, y a la gente nos gusta rodearnos de la gente que transmite sentimientos positivos.

¡Up to You!

Juan Sobejano AKA @jsobejano: Otro pionero en el blogging turístico y cocreador de un exhaustivo estudio sobre la medición en Redes Sociales



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Juan, junto a Jimmy Pons y otros fue uno de los que me inspiró a la hora de crear mi blog. También uno de los pioneros de aquella comunidad llamada Turismo 2.0.

Sus reflexiones en este ámbito suelen ser extensas pero llenas de conocimiento y con puntos de vista diferentes a los habituales.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.juansobejano.com

<http://www.bubok.es/libros/200984/social-media-ior--las-relaciones-como-moneda-de-rentabilidad>

Siempre he sido una persona de palabras más que de imágenes, más cercano a la literatura que al cine. Por eso me sorprende, me sigue sorprendiendo que haya llegado al lugar en el que estoy en un entorno tan potentemente visual como Internet. Todo empezó en septiembre de 2006, cuando decidí, con una mezcla de inconsciencia e ilusión, abrir mi blog y atreverme a compartir mis pensamientos y reflexiones sobre el turismo. No era la primera vez que publicaba. Tras estudiar la carrera de Turismo y un postgrado en marketing había publicado varios artículos en alguna revista universitaria, como Papeles de Economía, de la Universidad de Málaga. Pero la obligación autoimpuesta de reflexionar y publicar casi diariamente me sometió a una magnífica presión que me permitió dar un salto tanto personal como profesional.

Yo siempre digo que crear mi blog fue una de las mejores decisiones que he tomado en mi vida. A eso hemos de añadir que cuando empecé había muy pocos blog de turismo en castellano (creo recordar que 3 más aparte del mío), lo que me dio una visibilidad casi instantánea. Resultaba emocionante recibir comentarios de lectores, sorprendido como estaba que alguien perdiera el tiempo en leerme. Por supuesto, en aquel momento ni conocía Google Analytics ni existían Facebook o Twitter, por lo que toda mi presencia se concentraba en el blog.

Lo que sí hice fue apoyar mi marca (siempre de forma intuitiva y sin ningún tipo de estrategia) con presencia en comunidades como Turismo 2.0 (primera comunidad turística en castellano de la que tuve la suerte de ser fundador junto con otros) o la Comunidad Hosteltur (a la que también tuve la suerte de ayudar a nacer en una reunión casi mítica en Palma con los mejores bloggers turísticos del momento).

Lo que conseguí con esto fue crear una red de amistades que actuó casi como un networking permanente en el que siempre estábamos en contacto nutriéndonos de ideas, proyectos y reflexiones mutuas. Después de eso vinieron las oportunidades: me contrataron en Hosteltur, pasé a la consultora Mindproject, comencé a dar conferencias, cursos y charlas, y al final me independicé.

El camino está, evidentemente, resumido, pero su narración me permite poner negro sobre blanco una serie de conclusiones: crea una presencia de valor, si no tienes nada que decir o que mostrar es difícil que te escuchen; selecciona muy bien tus canales y herramientas, yo me concentro en mi blog, Twitter, Facebook y LinkedIn, Twitter me sirve como principal fuente de información, sustituyendo a los RSS; crea una red de networking, no lo desatiendas nunca, es fuente de ideas y oportunidades; no te centres en el dinero, hay otros beneficios que puedes obtener y que te enriquecen para conseguir luego que el retorno monetario sea más importante y sostenible, y por último, sé tú mismo, no puedes contentar a todos y no vas a gustar a todos, pero si eres honesto contigo mismo tarde o temprano te verán, como un valor al que seguir y escuchar.

Hay otros consejos y estrategias fundamentales, pero para eso ya tenéis que contactar conmigo.

Lasse Rouhiainen AKA @lasseweb20: Otra referencia, en este caso en el campo del video marketing



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Este finlandés afincado en España despierta un cariño especial en quien le conoce. Siguiendo una estrategia de webinars gratuitos y múltiples colaboraciones Lasse acerca a los internautas todos los secretos del videomarketing de una forma sencilla.

Lasse no se conforma con los eventos nacionales. Es gran fan de interesantes eventos internacionales en los que participa para obtener conocimientos de primera mano y poder así transmitirlos y aplicarlos a sus proyectos profesionales.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://www.promocionweb20.com/>

<http://www.lasserouhiainen.com>

“La mejor manera de predecir el futuro, es creándolo” Peter Drucker

Ya desde muy pequeño, he sentido un especial interés por las nuevas tecnologías; quizás motivado por el país y el entorno donde nací y me crié; Estoy hablando de Finlandia, un país considerado como la cuna de la innovación tecnológica. Poco a poco, fui consciente de la importancia de Internet como medio perfecto para fomentar el intercambio de información y como soporte idóneo para la distribución del conocimiento; y es ahí donde comenzó mi andadura en el entorno 2.0, concretamente en la especialidad de video marketing como herramienta eficaz para afianzar la comunicación entre la empresa y su público; el tiempo me sirvió para ir ampliando y perfeccionando los conocimientos que se materializaron en mis primeros cursos online sobre Marketing y Optimización de Vídeos en YouTube, y sobre social media Marketing.

Cuando comencé mis estudios de Marketing y Comercio Internacional en la Universidad de Helia en Helsinki, Finlandia, nunca podía imaginar que mi Carrera profesional estaría tan vinculada al ámbito 2.0, un medio, que está en constante cambio y renovación, y es por ello por lo que las palabras “Innovación, evolución, interacción y proacción” siempre forman parte de mi vocabulario.

Durante este tiempo he desarrollado mi labor profesional de forma internacional en distintas facetas en EEUU, Europa, Dubai y por supuesto en España y en distintos ámbitos multidisciplinares, lo que me ha llevado a ejercer como Consultor especializado en Social Media y video Marketing, divulgador de conocimientos a través de mis cursos online de video marketing y social media manager, conferenciante y formador en diversas universidades e instituciones, y autor de diversos libros, entre ellos: “La Web de Empresa 2.0” y “Smart social media” en idioma Inglés y español (publicado en verano de 2012). Afortunadamente, el proceso de aprendizaje nunca termina, ya que cada etapa de nuestra vida nos aporta conocimientos continuos con el objetivo principal de evolucionar de forma constante.

Para mí, cada proyecto que realizo debe suponer un nuevo aliciente y un reto personal y profesional que contribuya a cumplir unos objetivos y unas metas; pero desde mi punto de vista, lo más importante en esta profesión es “aportar un valor añadido a las personas” transmitir información y conocimientos de valor que transformen sus vidas. El factor humano, las personas, son lo que marca la diferencia y hacen que cada proyecto valga la pena, siempre se debe aportar valor a las personas.

Mar Torres AKA @martorres77: El origen de este ebook



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Esta es la primera vez que lo comento abiertamente pero como todo en la vida la idea de este ebook tuvo un proceso y el inicio de este proceso es la historia de Mar.

Como podréis leer ella me llama su Padrino 2.0. Es cierto que yo la asesoré en sus inicios pero realmente todo el trabajo que ha llevado a cabo es cosa suya.

Mar en muchas ocasiones me ha pedido consejo, me ha contado los palos que debido a esta maldita crisis que estamos viviendo se ha llevado y siempre he notado en ella fuerzas inhumanas para seguir adelante.

Su historia me parecía digna de contar y en su día decidí escribir un post contando su historia (ella no lo sabe). Entonces me dije ¿y por qué no reunir muchas otras historias de las que soy conocedor?

Así surgió este ebook el cual agradezco a Mar sin ella saber su tremenda influencia pasiva en este proyecto que es de todos y aprovecho para agradecerle también todo su apoyo a la hora de difundir todos mis proyectos.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://gobernantas.wordpress.com/>

Junio 2009, plena crisis económica, un alquiler por pagar, sin trabajo y con los últimos € en la cuenta corriente.

En mis indagaciones “internetianas” descubro la comunidad Turismo 2.0, en donde se habla de turismo. Comienzo a participar y comparto comentarios con algunos, entre otros el autor de éste e-book que al poco tiempo me recomienda un libro “El Mundo de Sofía”, me encantó. En nuestras conversaciones sobre el libro que me ha recomendado y lo que me hace reflexionar me aconseja abrir un blog. Yo tenía pensado desde años atrás hacer una web sobre hostelería pero por falta de tiempo y medios, nunca vio la luz.

Pienso que en vez de hacer un trabajo tan grande como el de la web ¿por qué no empezar con algo más pequeño? Y abro “La Comunidad de las Gobernantas”, y lo enfoco a que todas las gobernantas de hotel entren para que contemos nuestras experiencias, pero no tiene mucho éxito y la termino cerrando. Investigando decidí abrir Gobernanta’s Blog en blogger pero pronto me dí cuenta de que no me daba mucha maniobrabilidad, pregunté , investigué me informé y lo pasé a Wordpress aunque eso sí en la versión gratuita.

Me refugié en mi blog y comencé a escribir sobre “cómo hacer una cama” , “planificaciones de plantilla” , “limpieza de habitaciones” y al poco tiempo una redactora de la Comunidad Hosteltur me escribe diciéndome que quieren sacar una noticia sobre mi blog. El 21 de Octubre de 2009, sale en pequeño una reseña sobre Gobernanta’s Blog, ese día se pasó de 15 visitas a 1477.

A partir de ahí me empezaron a llegar encargos, mails de directores de hotel para pedirme consejo, y comencé a tener un hueco en el Social Media. Al ver que sola no podía realizarlo, empecé a pedir consejo a gente que ya llevaba tiempo en las redes sociales: Fabián González (el cual me ofreció escribir un e-book para el ITH), Jaime López-Chicheri Mirecki (padrino 2.0), Rafael Martínez, Miguel Angel Campo Seoane, Lasse Rouhinianen, Marta Bonet (Pepper). Poco a poco mi blog fue teniendo más y más visitas llegando a las casi 500 visitas diarias y las 250.000 visitas en el cómputo global.

Hasta que hace unos meses por medio de la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) se pusieron en contacto conmigo para que por medio de una consultoría colaborara en el proceso de selección para el personal encargado de la limpieza de la Villa Olímpica de los JJOO de Londres 2012.

Para las personas que quieran entrar en el mundo de las redes sociales les diría que se dejen aconsejar, investiguen, lean y releen blogs hablando sobre lo que se debe y lo que no se debe hacer, para no caer en el SPAM, como me paso a mí en cierta ocasión hasta que alguien me dijo “No quiero ser brusco, pero por favor no me mandes más tus historias porque no me interesan”

Leer a los grandes del marketing en redes sociales: Juan Merodio, Enrique Dans, Lasse Rouhinianen, Juan Carlos Sanjuan o el autor de éste libro para tener un buen conocimiento de por dónde empezar.

Mario Schumacher AKA @marioschumacher: El alma de la Costa Blanca



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Lo mejor que puedo decir de Mario ya lo escribí en su día y es tal el reflejo de lo que siento hacia su persona que quiero mantenerlo. Por ello os dejo este post

<http://www.jaimechicheri-revenue.com/2012/05/24/las-lagrimas-del-exito-blogtripcostablanca/>

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.marioschumacher.com

www.ilovecostablanca.com

<http://www.lovecb.es>

Empecé en este mundo 2.0 gracias a Fernando Gallardo y Lasse Rouhiainen

En febrero 2009 grabé la conferencia de Fernando Gallardo con los primeros 80 hoteleros de España en facebook . Nos presentó estudios en los que muy pocos hoteles tenían páginas web profesionales o redes sociales. Además mencionó que los hoteles que no planificasen con facebook y las redes sociales no tendrían futuro, y dijo que dentro de un año 50% de los hoteles cerrarían. Qué razón tenía...

En junio del 2010 asistí a la presentación del libro de un Sr Lasse Rouhiainen..."La web de empresa 2.0" en Invattur de Benidorm. Estudié este libro, hice mi blog, probé las aplicaciones de google, hice un fanpage de facebook y trabajé en las plataformas de social media. El mismo Lasse Rouhiainen me recomendó el primer curso "Community Manager de la Universidad de Alicante #cmua .

En 2011 fue el responsable de la campaña electoral online de un candidato a la alcaldía. Nadie creía en el 2.0 solamente el propio candidato ya diputado de la Comunidad Valenciana (portavoz de las redes sociales y ahora número tres de Valencia). RESULTADO: Alcalde con mayoría en solo 2 meses con una campaña emocional y humana.

En septiembre 2011 comencé de organizar un sueño mío , el "Blogtrip Costa Blanca 2012" para el lanzamiento final del portal turístico y reservas www.ilovecostablanca.com , que se celebró con un éxito impresionante del 11-13 de Mayo 2012 en Calpe con 50 de los mayores especialistas del "Turismo 2.0" de toda España. De mi parte hubo un antes, un evento en vivo y un después con contacto personal, video-marketing, fotos emocionales, entrevistas, comentarios, presentaciones, madrinas y padrinos, pasión y teamworking. Unos 500 personas escucharon en directo y casi 2000 personas por live-streaming a la conferencia inolvidable "Viajeros del Mundo 2.0" con 12 ponentes en el Hotel AR Diamante Beach de Calpe. RESULTADOS: Número 1 en Trendic Topic-TT de España y más de 11.000.000 receptores solo en el hashtag #blogtripcostablanca solo en twitter. Las otras plataformas y visitas a la página web son hasta 10 veces más que antes del evento. El evento ha sido un paso al mundo 3.0 por ser una "tormenta de emociones.

Mi mentor Lasse Rouhiainen me animó comenzar un nuevo reto, de escribir un libro sobre las experiencias de cómo montar un “Blogtrip” en 8 meses llamado #blogtripcostablanca.

Las redes sociales me han regalado sorpresas, amigos y posibilidades únicas.

CUIDADO: En todos mis proyectos Internet y redes sociales la gente me han dicho que no tiene futuro, que son locuras y que me concentre en la vida 1.0 ¡NO!!!

RECOMIENDO: Creer en tus visiones y proyectos 1.0, usar el mundo 2.0 y trabajar continuamente con pasión 3.0 .

Adelante ;)

Marta Bonet AKA @Marta_Bonet: Una vida 2.0 de Rebuzznos



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Martita... ¡Ay mi Martita! Dicen que los amigos se pueden contar con los dedos de una mano. Puedo decir que tengo la suerte de llenar varias manos de buenos amigos. Dicen también que los amigos 2.0 no son amigos reales. Nunca me he visto en la situación de tener que pedir ayuda sobre algún tema personal a ningún contacto que tenga online pero pondría la mano en el fuego a que si algún día necesito un apoyo de Marta lo tendré.

Se puede decir que Marte revolucionó las redes sociales. Cuando todas las empresas creaban una presencia de su marca en internet seria, corporativa, aburrida marta decidió poner a su Burra Pepper a las riendas de su comunicación Online.

Siempre lo he dicho y siempre lo mantendré; Si Mallorca hubiera invertido una milésima parte de la inversión que ha hecho en campañas publicitarias con personajes famosos en apoyar a Pepper el efecto de sus campañas se hubiera multiplicado.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://martabonet.com/>

<http://www.rebuzzna.com/>

Cuando hace unos 5 años me lancé en las redes sociales con lo que creía que había aprendido previamente, me di cuenta que había algo que estaba muy relacionado con el triángulo de la marca personal, profesional y el éxito por encima de todo aprendizaje: la pasión.

Desde hace años tengo una creencia con la que me muevo en la vida: todo lo que se hace sin pasión es mediocre. Eso lo aplico a mi vida personal y/o laboral, a todo lo que hago, y la estrategia que decidí generar en redes a través del personaje de la burrita Pepper así lo refleja también, igual que mi propia estrategia de marca personal.

Mi paso por las redes sociales y el mundo de la comunicación ha evolucionado progresivamente pero muy rápido, y a día de hoy, es mi ocupación y mi elección en mi presente profesional. Comencé fusionando mis recursos adquiridos durante los 12 últimos años de mi vida, recursos en conocimiento, en experiencia, en filosofía de trabajo, en ideología, etc. y los uní a los patrimonios materiales para adquirir junto a mi socio Roger un hotelito rural que se convertiría en mi caso piloto, y en mi lanzamiento en el mundo de la comunicación digital. Trabajé una estrategia diferente de comunicación, impactante, y posicioné un personaje optimista, divertido, desenfadado y cercano en una planificada habilidad en medios y le di vida a lo que, a día de hoy, se ha convertido en un caso de ejemplo para muchos otros profesionales y emprendedores, un caso de éxito mediático. La burrita Pepper Mallorca y su campaña de promoción de destino fue mi vehículo para posicionar mi marca personal y darla a conocer, para demostrar que uno se puede diferenciar utilizando ingredientes de cosecha propia tales como la pasión, por encima de todo, y el esfuerzo, la constancia, la creatividad, la generosidad etc., cualidades que deberían ser de sentido común

pero que muchas veces obviamos. La prensa y los medios se fijaron en esta promoción y resaltaron en numerosas publicaciones, entrevistas, formaciones y congresos lo que fue un ejemplo de buenas prácticas en la comunicación de una Pyme, pero más allá de eso, de un destino turístico de calidad. A raíz de este caso me empezaron a convocar en conferencias y ponencias para que yo misma contara mi historia, para que pudiera abrir los ojos a compañeros y emprendedores que necesitaban una dosis de motivación, y entonces me di cuenta de que toda esta iniciativa podía evolucionar con algo más, con mi empresa Rebuzzna Comunicación.

Pepper se abrió camino en la red y triunfó, pero a mis ojos, lo que de verdad triunfó más allá del ROI y de las estadísticas y resultados fue que cinco años más tarde puedo dedicarme a lo que me llena, que es transmitir conocimientos a terceros, motivarles, aportarles una perspectiva entorno a la diferenciación y ayudar a la gente a realizar sus sueños y utilizar sus pasiones en el desarrollo de sus marcas profesionales y personales. Ese es el objetivo de mi empresa Rebuzzna, y es lo que me hace levantar de la cama cada día y me empuja a aportar mi granito de arena en una época difícil y a veces gris. Me siento bien motivando a otros, me gusta mi trabajo porque es creativo, porque cada día es un reto, porque cada día debo aportar todo mi entusiasmo y porque creo que la comunicación es el eje de todo. La vida es comunicación entre personas, y las nuevas herramientas nos acercan y facilitan más el camino para conectar y tejer esa red basada en la colaboración.

Creo que el Marketing cada vez es más emocional, o debería serlo, y considero que el sentido del humor, la cercanía, la conversación, la personalidad son herramientas innatas que fusionan perfectamente con las nuevas tecnologías de la comunicación. Somos afortunados de vivir la era digital, una revolución que vence cualquier frontera y hace que las personas estemos muy próximas. Siempre he pensado que enriquece abrir la mente a diferentes culturas, a otras perspectivas, y mi burrita ahora trota por el mundo conectando talentos. Ella es la que comenzó todo, y me abrió un mundo nuevo grande, ilimitado, un mundo positivo y lleno de nuevas posibilidades.

Mi futuro laboral se va escribiendo mientras avanzo, mi objetivo, seguir siendo feliz con lo que hago, y seguir generando casos exitosos para mis clientes o motivándolos a que ellos utilicen bien sus recursos propios y se diferencien.

Nos vemos por la red!

Miguel Nonay AKA @asaltodemata: El cielo es el límite



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Dos palabras para definir a Miguel: Energía y Vitalidad.
No sé de dónde saca el tiempo para realizar todas las actividades que lleva a cabo que estoy seguro que yo no lograría llevar a cabo ni en dos vidas.
Su tremenda labor por conseguir que todos los espacios sean accesibles para todos es digna de admiración.
Miguel, eres un ejemplo a seguir para todos.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.asaltodemata.com
www.viajerossinlimite.com

Comencé en Marzo de 2009 con mi blog asaltodemata.com porque me enteré a través de un medio de comunicación de la existencia de los blogs, investigué y abrí un blog en Blogger y lo hice ante la necesidad de compartir la forma peculiar de realizar mis viajes y para aprender de otras viajeras y viajeros que también escribían en la red.

Empecé a subir viajes y enseguida tuve claro que para que me visitaran tendría que empezar visitando y siguiendo aquellos blogs de viajes que resultaran interesantes y me aportaran valor. Les dejaba comentarios intentando aportar si había estado en ese destino o simplemente haciendo saber que me había gustado el contenido, eso hizo que generosamente comenzara a recibir visitas y me dejaran cada vez más comentarios.

Sin duda el “elemento diferencial” me parece imprescindible para abrirse camino a través de las redes sociales, hay muchos blogs de viajes, bastantes de viajes accesibles, sólo uno con mi estilo, mi blog. Lograr conectar con contenido relevante, útil, práctico y divertido, intercambiar información y comunicar es fundamental.

Errores de comunicación diferencial en cualquier momento, tener la sensación que tu post es muy interesante pero no has sabido comunicarlo en 140 caracteres para conseguir el click que lleve a alguien a tu web.

Muchas son las personas que me han ayudado y me ayudan, así que voy a citar las que además de ayudarme y comprometerse, son para mí referentes, todas y todos son buena gente, buenos amigos y buenos profesionales: @eventosfera, @Victoriamdq, @sandopen, @sblanco, @ruralworker, @jaumemarin y @TuCuponera, esta última mi pareja y un referente en generosidad, todos los días nos recuerda las cosas que hace la ONCE con la venta del cupón sin que le suponga beneficio alguno, salvo su satisfacción personal, un ejemplo que se valora poco últimamente.

Con mi blog, mis viajes, forma de hacerlos y de contarlos, poco a poco se fue creando una comunidad de seguidores en el blog y en redes sociales (quien quiera saber el nº de seguidores que lo mire) que, unido a lo que después fue llamado campaña de SocialMedia (lo que me

ocurrió con RENFE y mi scooter y la reacción de los bloggers) hizo que, a petición de muchas seguidoras y seguidores me planteara dar un paso más, ofrecer alternativas, soluciones y una visión innovadora de lo que denomino #TurismoInclusivo o turismo para TODOS. Así surge en octubre de 2010 viajerosinlimite.com un espacio donde todo aquel que lo desea cuenta lo que puedes ver en cualquier lugar y cómo lo puedes ver, además todo el trabajo de “Posicionamiento Accesible” con destinos turísticos se realiza desde esta plataforma empresarial que he fundado.

Miguel López AKA @MiguelLopezGo: ¿“SEO” qué é lo que é? Tranki, Miguel te lo explica



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

No se puede ser omnipresente y con ello quiero decir que lamentablemente no he podido ver a Miguel en acción y disfrutar de sus conocimientos sobre SEO de forma directa (aunque si indirecta ya que soy seguidor de su blog).

“Mi compañero de Cole” (Juan Carlos San Juan) y mi Socio Juan Merodio me dieron a conocer el blog y la cuenta de Twitter de Miguel, ambos le conocen personalmente y me han dado muy buenas referencias. Es por ello que su inclusión en este ebook es imprescindible.

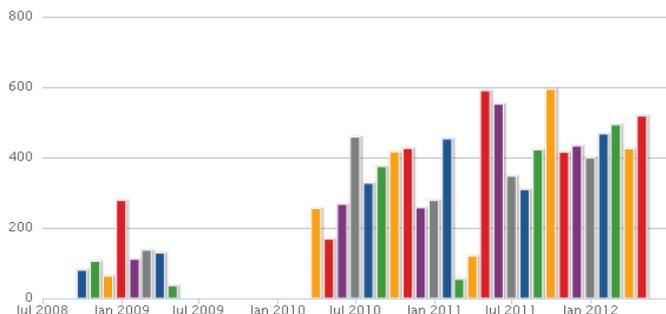
¿Dónde puedes encontrar más información?

www.tallerseo.com

Para hacer branding personal siempre pensé que hacía falta tener el ego un poquito hinchado, no a nivel de considerarse un divo, se puede ser humilde y tener ego, porque hace falta paciencia y constancia para poder construir una marca personal.

Comencé en 2009 con la creación del blog TallerSEO.com y, para ampliar la red de contactos, con una estrategia muy simple: regalar algo. TallerSEO nació como un blog donde hacer SEO gratuito para pequeños proyectos online, lo que supuso una relevancia considerable en un sector, el SEO, aun bastante verde. Durante un año tomaba 4 o 5 proyectos y hacía un análisis SEO con recomendaciones que los propietarios de las webs podían seguir sin costes adicionales. El principal éxito del blog se debió a tres factores: había un nicho de información no cubierta, ofrecía un servicio de alto valor de forma gratuita y se marcaba mucho la marca ‘TallerSEO’.

La comunicación se volvió más personal al entrar en Twitter, lo que me costó 18 meses, tres intentos y tener que esforzarme mucho para ‘pillarle el gustito’ a la red del pajarito azul. No se puede tener éxito a la primera, insisto, hay que ser constante.



Ayudar a los que piden ayuda, ofrecer consejos útiles, compartir y difundir la información que otros generan, ser un creador y promotor de contenidos es básico para poder mantener la credibilidad en tu marca personal.

Luego apliqué algo de marketing personal: una camisa con el nick de Twitter bordado, para asistir a los eventos 2.0, unos gemelos frikis (arrobas o Darth Vader), asistencia a eventos para dar conferencias gratuitas, etc.

Hace poco migré la cuenta a @MiguelLopezGo tras valorar que el SEO ya no era el foco de mi trabajo, pero esto también requirió de un análisis de cómo hacerlo, así como un plan de acción para llevarlo a cabo sin penalizar la anterior marca. Al final, utilizando correctamente las herramientas que tenemos a nuestro alcance, he creado una marca personal que, de nuevo, tiene que volver a relanzarse durante los próximos meses. ¿Me sigues? No, en serio, ¿me sigues?

Noel Carrión AKA @noelcarrion: Discípulo de Karlos Arguiñano



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Gracias al #blogtripcostablanca al que me invitó Mario Schumacher conocí a Noel (fue su hermano quien nos presentó con un “os tenéis que conocer!”)

Tanto era así que mantuvimos una interesante conversación sobre temas de hostelería y gastronomía. Su conocimiento y pasión sobre el tema me animaron a invitarle a participar en este ebook.

¿Dónde puedes encontrar más información?

Blog: <http://noelcarrion.com>

En el año 2005 yo no sabía qué era eso del branding personal, pero como me gusta mucho la cocina y la gastronomía, veía desde hacía años el programa de Karlos Arguiñano.

Unas veces presentaba su programa en Tele5, al tiempo lo hacía en Antena3... El cambiaba de cadena televisiva y de sponsors en su programa con una agilidad pasmosa.

Parecía, nunca mejor dicho, que tenía la sartén por el mango a la hora de negociar sus acuerdos con las cadenas. Cambiaba de cadena o patrocinadores, pero Karlos Arguiñano siempre estaba en el centro del programa.

De él aprendí lo que es el personal branding o marca personal: realmente él era el producto, y no dependía de cadenas televisivas para crear su contenido y conseguir su audiencia.

Es más, podía recomendar productos de terceros y obtener una independencia total en su negocio. ¡Definitivamente yo quería ser como él! ¿Pero cómo podía conseguirlo?

En el año 2008 puse fin a mi relación con la empresa en la que trabajaba como responsable de recursos humanos y me decidí a formarme, reciclarme y orientarme al sector del marketing digital y las redes sociales, algo que siempre me había gustado y reunía algunas de las habilidades necesarias, fruto de mi experiencia laboral.

No fue una decisión fácil y menos aún en semejante panorama de crisis y recesión económica, pero no podía engañarme a mí mismo: seguir haciendo algo que no me gustaba en muchos aspectos no era bueno para mi salud ni para mi entorno.

El riesgo merecía la pena, pues la vida puede hacerse muy larga y gris si no sientes pasión por lo que haces. En ese momento pensé en Karlos... ¡Yo necesitaba una marca personal, para darme a conocer en el nuevo medio en el que me encontraba! Y que mejor marca que mi nombre y mi primer apellido.

Cómo nací en Francia cerca de Navidad, es tradición llamar a los niños Noel, lo cual fue una suerte para encontrar el dominio noelcarrion.com disponible y así poder crear mi blog, que es la espina dorsal de toda mi estrategia de marca personal.

También abrí perfiles en Twitter y Facebook (ya tenía un perfil en LinkedIn hacía un par de años) y utilicé de nuevo mi nombre y primer apellido, para que la marca fuese idéntica en todas las plataformas.

A continuación pensé: ¿por qué cada día vuelvo a ver el programa de Karlos? Pues seguramente porque lo que cuenta (o cómo lo cuenta) me resulta interesante, me respondí.

Y así decidí que debía hacer un esfuerzo continuo por crear contenidos que resultasen interesantes a las personas que leyese mi blog. Me daba igual si eran cien o mil, no escribiría pensando en mí, sino en la gente que fuese a leerlo.

Lo importante no es el número de lectores, la mejor alabanza que puedo recibir de un lector, es que le ha resultado útil el post que ha leído, que le ha ayudado en su negocio, que le ha dado una idea inspiradora...

Las redes sociales me permiten conocer a personas increíbles, que me ayudaron y me ayudan cada día. Conectar con ellas es un gran regalo, pues las oportunidades de todo tipo siempre surgen en tu red de contactos y en el networking.

Os animo a que trabajéis en vuestra marca personal y en vuestra red de contactos. A mí me ha servido para dedicarme a lo que me gusta, para conocer personas interesantes en muchos lugares y tener la oportunidad de participar en proyectos tan geniales como este libro.

Rafa Martínez AKA @hoteles20: Su Nick lo dice todo



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Os presento a mí otro “compañero de cole”: Rafa Martínez. Ambos empezamos de la mano en turismo 2.0 y aún seguimos debatiendo y compartiendo conocimientos en multitud de foros, grupos y comunidades así como cada vez que coincidimos en algún evento.

Como habéis visto en otros casos de este ebook me gusta animar a emprender aventuras a aquellos que veo que tienen potencial, Juan Merodio, Mar Torres, Juan Carlos Sanjuán con sus blogs y en el caso de Rafa Martínez con su nuevo proyecto “Imagen Social”. Fue para mí un día especial el día en el que Rafa me dijo que por fin había dado el salto.

¿Dónde puedes encontrar más información?

www.hoteles20.blogspot.com.es

Estoy remontándome a 2007 – cinco años ya – año en el que trabajaba en el Hotel Auditorium, dentro de un departamento de gestión de procesos. Un día de 2007 me encontré con una opinión de alguien en un foro que estaba contenido dentro de un grupo de debate de Google. No tenía ni idea de Internet (visto desde el presente) pero me interesó lo que vi y decidí unirme a ese debate. Se llamaba Turismo 2.0. Esto de los grupos de Google era un lío... Gracias a que ese grupo se trasladó a otra plataforma mucho más visual y versátil, puede empezar a ver caras y leer artículos, llegando rápidamente a comprender lo que podía representar el 2.0 y las Redes Sociales.

Como consecuencia de ello, creé mi blog Hoteles 2.0 y, como había temas que dominaba y me gustaban, pensé que podría haber muchas personas a las que, como a mí, le interesaran esos temas sobre los que yo tenía bastantes cosas que decir. Y así fue. Comencé a escribir en mi blog. Mi nombre, mi imagen y mis conocimientos comenzaron a ser visibles en pequeños grupos especializados en turismo y hoteles. El segundo gran paso y una primera explosión positiva de mi imagen vino dado por mi decisión de participar activamente en una nueva red social vertical: La Comunidad Hosteltur, gracias a la cual, esos pequeños grupos en los que estaba presente crecieron y mi mensaje pudo llegar a varios cientos de personas a los que – para mi sorpresa – interesaba lo que yo tenía que contar.

Luego aparecieron Twitter y Facebook en mi vida y seguí creciendo. Me empeñé en que el hotel Auditorium fuera la primera marca a la que dedicaría tiempo en hacer crecer en Internet.

En el hotel creyeron en mí y la jugada nos salió bien; a mí y al hotel. Continué, entonces, trabajando mucho con dos marcas: Hotel Auditorium y Rafael Martínez (yo mismo). Juntos crecimos en Twitter, Facebook, Comunidad Hosteltur, Blogs... Luego Youtube, Flickr... Hasta el punto que tuve la suerte de que mi trabajo fue llegando a más y más gente, de tal forma que establecí contacto con otras marcas y logré acuerdos con ellas para añadirlas a mi portfolio de marketing en Redes Sociales.

Cuando me vi saturado di el paso de mi vida profesional y me lancé a emprender una aventura empresarial, fundando mi propia empresa: Imagen Social, S.L. Esto ocurrió hace algo menos de un año – cuatro años después de que me encontrara con Turismo 2.0; en plena crisis mundial. De momento no ha sido un mal paso, sino todo lo contrario. Mi empresa crece, despacio, pero crece, gracias – claro – a un trabajo profesional y meticuroso realizado con pasión. Y tengo la optimista sensación de que me espera un futuro muy positivo. ¿Quién me iba a decir hace 5 años que hoy en día estaría en esta situación? Si me lo hubiera dicho alguien, le habría tomado por loco... Pero Internet y las Redes Sociales dan para esto y mucho más. Y quién sabe lo que está por llegar. Yo, de momento, sigo ahí, al pie del cañón, porque el haber tomado la certera decisión de subirme a este tren sólo me ha dado satisfacciones. Con mucho esfuerzo, eso sí, pero ha merecido la pena.

Rixar García AKA @taxioviedo: Hace cosas ordinarias de formas extraordinarias



¿Por qué considero que debe estar en este libro?

Cuando empecé en esto de las redes sociales me pasó como a todo el mundo, siempre que encontraba un modelo de negocio susceptible de beneficiarse de las bondades que internet ofrece le planteaba la idea a su responsable.

Ese mismo planteamiento se lo hice en su día a un taxista el cual me dio varios argumentos en contra de mi planteamiento.

Poco después oí hablar de Rixar y de sus proyectos y esto me demostró que no hay nada imposible.

¿Dónde puedes encontrar más información?

<http://about.me/rixar>

<http://www.taxioviedo.com>

<http://www.taxioviedo.blogspot.com>

<http://www.milliontaxi.com>

Soy Rixar García. Mucha gente me conoce también como Taxioviedo. Empecé en internet en 2003 con <http://www.taxioviedo.com>

Mi bautismo en el 2.0 fue con mi blog <http://www.taxioviedo.blogspot.com>. Empezaron a hablar sobre mí a raíz del uso que le daba a Twitter. (@taxioviedo)

Dicen que soy un caso de éxito en el uso de la geolocalización, ya que mi taxi es el genuino Foursquare Taxi. Esta acción hizo que me hablaran de mí en todo el mundo.

También me ha valido para llevar a cabo una aventura alrededor de USA durante 2011.

He implementado un plan de Responsabilidad Social corporativa premiada con el premio Cybermax, en la categoría "Medio Ambiente" (2011). En mi taxi dispones de WIFI, impresora, special offer en 4sq.

Puedes contratar mis servicios vía Twitter, por la web, etc. (He sido el primer taxista del mundo que ha ofrecido servicios de taxi por DM)

Mi app TAXIOVIEDO está disponible para Iphone en Itunes y en el Market Android.

Hace unos meses mi web fue elegida como "Mejor Web De Asturias" en la categoría "autónomos".

He dado algunas charlas en España y en USA mostrando cómo un autónomo-PYME se puede posicionar en redes sociales con cierto éxito. Es habitual que mis charlas sean TT

Actualmente, además del trabajo de taxista, de entrenar la media maratón, de practicar Yoga, intento hacer realidad varios proyectos. Por ejemplo estoy con <http://www.milliontaxi.com>

Intento no perder el tren de la innovación. La nueva publicidad de mi taxi, situada en las puertas traseras, es un QR code, cada dos meses subasto en Ebay el enlace al código...

Podéis acceder a mis perfiles en <http://about.me/rixar> en ellos podréis ver que no es excepcional lo que hago... "Hago cosas ordinarias de formas extraordinarias"

El Libro "31 historias de branding personal contadas en primera persona" trata de un recopilatorio de historias en el cual 31 profesionales cuentan como a través de la utilización de diferentes herramientas de Marketing en Internet han conseguido desarrollar de forma efectiva su Marca personal logrando así un apoyo a sus estrategias personales y/o profesionales.