

Desarrollo del mercado del Coaching en el Perú y sus nuevos desafíos **PAG.2**

El emprendimiento integral como transformación en la acción **PAG.3**

Marketing Personal en Redes Sociales e Internet **PAG.5**

Estimados miembros del ICF:

Reciban un cordial saludo, quiero decirles que estoy muy entusiasmada con los avances que venimos realizando en ICF Perú y que comparto con ustedes en esta nueva Newsletter que con tanto cariño y esfuerzo preparamos para ustedes. Aprovecho la oportunidad para agradecer a todos los que han contribuido en esta edición y especialmente a Manuel Cueva por su gran apoyo en esta responsabilidad.

ICF Perú viene creciendo y tengo la gran alegría de anunciarles que estamos en pleno proceso de expansión de Lima a Provincias. Comenzamos con la filial de ICF Trujillo y esperamos continuar con Arequipa y Cuzco respectivamente. Bienvenidas otras provincias que también quieran afiliarse.

El Coaching está sonando cada vez más en el Perú y es nuestra labor el cuidar y apoyar a todos los Coaches e instituciones que están trabajando seriamente, ofreciendo talleres de Coaching al público y a diversas empresas tanto en Lima como en provincia. Por tal razón ICF Perú tiene la iniciativa de ofrecer la participación y apoyo de los cursos que dicten con el respaldo del logotipo de ICF Perú en la comunicación o publicidad de sus talleres previa evaluación del Comité de ICF Perú.

Sólo tendrán que enviarnos sus propuestas de talleres para poder revisar el contenido de los mismos y ver cómo están alineados con los estándares de ICF y las 11 competencias de un Coach ICF Internacional. Los invito entonces a escribirme y enviarme sus propuestas a gcoquelet@icfperu.pe de ésta manera podremos contactarnos con ustedes para conversar al respecto.

Asimismo estamos en el proceso de elaboración de los carnets para los miembros que ya han renovado la membresía que venció el pasado 31 de marzo del 2011.

Necesitamos que nos hagan llegar una fotografía por correo electrónico para poder incluirla en el carnet y poder imprimir los carnets de identificación y puedan acceder a los diversos beneficios y descuentos que tienen por ser miembros de ICF Perú. Los que todavía no lo han hecho los invito a ingresar al siguiente link: <http://www.coachfederation.org/espanol/index.cfm/spanish/apuntese-a-la-icf> o <http://www.coachfederation.org/join-icf/> para que lo puedan hacer on-line.

Continuamos con los talleres de ICF Perú, el primero de

Giselle Coquelet

Presidenta de ICF Perú 2011
gcoquelet@icfperu.pe
giselle.coquelet@coachingnet.com.pe
9813*8614



Escucha Activa que dicté en Marzo y el segundo de **Marketing On-Line para Coaches** dictado por *Roberto Pineda* en Abril, próximamente el taller de Corporalidad que será dictado por *Cecilia Cosamalón*.

Finalmente, comunicarles que se desarrollarán diversas conferencias en el extranjero:

Conferencia Europea de Coaching en Madrid del 16 al 18 de Junio. <http://aecop.net/2011/03/conferencia-europea-de-coaching-icf-2011-16-y-18-de-junio/>

Este año la **Conferencia Internacional ICF** tendrá lugar en Las Vegas del 24 al 27 de Setiembre; donde podremos compartir con Coaches de 74 países, más información en: <http://www.coachfederation.org/conference/>.

Acompañenme a vivir ésta experiencia.

Asimismo la **Conferencia Latinoamericana** se realizará en Chile los días 11 y 12 de Noviembre, no te la puedes perder, más información al ingresar a:

<http://www.icfchile.cl/tag/coaching>, formemos un gran grupo Peruano para participar.

Serán bienvenidas sus sugerencias y necesidades, espero que se contacten conmigo o con los miembros de la Directiva de este año: Genny Álvarez de Vidal, Jorge Cornejo, Cecilia Cosamalón, Soledad Mendoza, Carla Vásquez, Roberto Pineda o Franklin Ríos, quienes gratuitamente me acompañan en ésta travesía de ICF Perú. Espero que toda esta información les sirva y quiero terminar agradeciendo la participación en ICF Perú ya que solo existimos por y para ustedes.

Mucha luz para todos y muchas gracias

Desarrollo del mercado del Coaching en el Perú y sus nuevos desafíos

Hace seis años, el 2005, en el trajín del dictado, una colega y amiga me contaba de sus viajes a otro país para formarse como coach, lo cual curiosamente coincidía con mi propia búsqueda en el mismo campo: el coaching. Un año después ambas estábamos embarcadas en un proyecto de formación profesional para coaches, y muy pronto estuvimos gestando ICF PERU junto con otros grandes colegas y amigos.



Así, poco a poco fuimos viendo aparecer diferentes propuestas formativas en coaching, y poco a poco también las empresas comenzaron a reconocer qué era el coaching y en qué consistía el servicio. Si miramos hacia atrás, antes del 2005, lo que existía era la consultoría que anunciaba el servicio de coaching ofrecido mayormente por profesionales con práctica pero sin formación formal.

Hoy el mercado ha cambiado grandemente en Lima, y poco a poco incluso en algunas ciudades del Perú. Existe una creciente y variada oferta formativa y en cuanto a demanda del servicio, hoy tenemos organizaciones privadas y públicas que solicitan no solamente coaches certificados profesionales, sino también coaches acreditados por ICF.

Es un tiempo de grandes cambios: en nuestras relaciones con los colegas, en nuestra manera de hacer y ojalá en nuestro ser. Velocidad, iniciativa, innovación junto con capacidad para cooperar en cierto espacio y competir libremente en otro.

Hoy los coaches profesionales, además de responder a la demanda de empresas o universidades, también estamos desarrollando nuestros propios negocios. Y coaches y consultores extranjeros están viendo en nuestro mercado local una gran oportunidad para ofrecer sus propios productos y servicios de coaching y consultoría. Hoy, entre los colegas que conozco, hay muchos que tienen su propia empresa de consultoría y coaching.

Si miramos desde cierta altura seguramente veremos un gran movimiento en el mundo del coaching: coaches locales juntándose para ciertos servicios y optando por separarse para otros, coaches extranjeros vinculándose con locales para ofrecer servicios, coaches cooperando en un proyecto juntos y en otros siendo competencia.

En resumen, este es un tiempo de mucha efervescencia de nuestra profesión y de los negocios vinculados a ella. Es un tiempo de grandes cambios: en nuestras relaciones con los colegas, en nuestra manera de hacer y ojalá en nuestro ser. Velocidad, iniciativa, innovación junto con capacidad para cooperar en cierto espacio y competir libremente en otro. Flexibilidad, pienso en nuestra práctica profesional y capacidad de respuesta.

Es un tiempo que también nos desafía: a mantener los estándares de la profesión, a través de dar valor a las certificaciones y acreditaciones propias y de los colegas; también a través de la difusión de las competencias profesionales y del comportamiento y código de ética que nos rige.

Pero sobre todo nos desafía en el mundo de las relaciones con las organizaciones y con nuestros colegas coaches: cómo evitar los conflictos de intereses, cómo apoyarnos y a la vez sentirnos libres para competir y crear nuevas rutas, cómo respetar y valorar nuestras diferencias de enfoque, de práctica, de servicios.

Cómo aprender a colaborar y cooperar para crear juntos un gran espacio cuidadoso en que el coaching se desarrolla amplia y creativamente gracias a la labor de todos nosotros, contribuyendo al bienestar de las personas y de la sociedad en su conjunto. Un día un colega amigo, despidiéndonos porque optaba por una nueva propuesta en la que yo ya no participaba me dijo: imagina que estamos en la misma avenida y que tenemos cada uno una tienda frente a frente... Y sí, me gusta esa imagen. Así que dediquémonos a cuidar la avenida y ponerla bonita: En esta avenida hoy hay mucha movida!. Construyamos juntos los semáforos y sentido de la circulación, cuidemos la calle, porque después de todo también podemos colocar mesitas, tomarnos un cafecito al aire libre y contemplar todo lo que vamos logrando juntos! ●

Cecilia Cosamalón, PCC
Past-President ICF PERU
marketing@icfperu.org
998138614



El emprendimiento integral como transformación en la acción



Pablo Reyes PCC, Director ICF Chile
pablo@plataformaarea.cl



Cuando hacemos un proceso de Coaching, ya sea a nivel personal u organizacional, lo que buscamos (y en general ofrecemos) es facilitar procesos de aprendizaje para que nuestros coachees logren alcanzar resultados esperados que no están sucediendo. Es decir, facilitamos y gatillamos un proceso de aprendizaje que permite desarrollar nuevas miradas que incrementan el poder de acción de nuestros coachees en pos de sus propios objetivos.

Reconocemos en ese sentido, la vinculación fundamental entre aprendizaje y resultado. Cada resultado que obtengo o he obtenido ha sido logrado mediante algún tipo de aprendizaje.

Todo aprendizaje que no es capaz de traducirse en un nuevo poder de acción no ha ocurrido. Quizás apareció la distinción, pero el aprendizaje encarnado es en la acción.

Entonces, vinculé este proceso de aprendizaje-resultado, con el emprendimiento, pero con un tipo particular de emprendimiento, no sólo el que busca el resultado con obstinación y foco, sino el que lo busca sabiendo que en su devenir está en un proceso de aprendizaje que no es solo para si, sino también para todos aquellos que lo acompañan y los que vendrán después que ese emprendimiento se concrete.

Emprender es generar espacios de apertura, donde pueden aparecer nuevas prácticas y nuevos resultados. El colectivo que participa del

emprendimiento, puede tener la posibilidad de transformarse en el devenir del habitar los resultados que genera dicho emprendimiento.

Emprender Integralmente es reconocer que el emprendimiento puede generar cambios y ocupar esa fuerza transformadora en ámbitos de aprendizaje que permitan que dichos cambios apunten a una mayor conciencia y una mayor integración. Así el Emprendedor Integral es una persona que es capaz de mirarse a si mismo, reconocer su forma de ver el mundo y visualizar que le permite y que le dificulta esa forma, ver sus acciones, las que le fluyen y las que no están disponibles, ver su red de conversaciones y coordinaciones e identificar el contexto en el cual opera, el estado anímico, los valores, la cultura. Y en todo eso tomar acción, trabajando sobre su conciencia, sus prácticas, los sistemas en que participa y la cultura que sustenta y nutre sus posibilidades personales y organizacionales. Aquella que le permite seguir siendo quien es.

EMPRENDER ES GENERAR ESPACIOS DE APERTURA, DONDE PUEDEN APARECER NUEVAS PRÁCTICAS Y NUEVOS RESULTADOS. EL COLECTIVO QUE PARTICIPA DEL EMPRENDIMIENTO, PUEDE TENER LA POSIBILIDAD DE TRANSFORMARSE EN EL DEVENIR DEL HABITAR LOS RESULTADOS QUE GENERA DICHO EMPRENDIMIENTO.

Los Coaches podemos ser una gran oferta en este aspecto, facilitando el Emprendimiento Integral y acompañando para que nuestros coachees accedan a nuevas posibilidades de acción que sean inclusivas, respetuosas, eficientes y transformadoras.

- * **¿Qué posibilidades me abre ver el emprendimiento como aprendizaje?**
- * **¿En qué aspectos he emprendido con éxito? ¿En cuales no?**
- * **¿Qué aprendizajes me faltan para emprender? ●**

El arte de decir **NO**

En mi trabajo con organizaciones, comencé a detectar que la amabilidad y el cuidar al otro, también tenía un lado no tan luminoso, que podía llegar a resultar poco asertivo y crear algunos inconvenientes y pérdida de efectividad.



Comencé a observar con mucha frecuencia la imposibilidad de decir que "NO". No está bien visto en las organizaciones, no está bien visto en la sociedad. Este es el paradigma existente. Mi amiga me invita a un lonche y no digo que "No" declinando la invitación, porque "pobrecita" como le voy a hacer eso, y voy al lonche y quizás rompo para eso un compromiso previamente acordado, por ejemplo con mi hijo que le había prometido llevarlo al cine. Aparentemente es más fácil decir que no en la familia, existe la ilusión de que ellos nos perdonan el incumplimiento más rápido.

En el Coaching Ejecutivo me encuentro frecuentemente con personas que tienen este mismo dilema, no pueden decir que No, y se recargan de trabajo. A todo les dicen que "Si. Y se vuelven superhéroes y heroínas, cargados de trabajo, y experimentan una sensación fugaz de excitación y logro. Ya que con el tiempo comienzan a agotarse y su salud se ve perjudicada, el equilibrio familiar laboral se ve deteriorado, dejando menos tiempo para su vida personal, sus parejas, sus hijos, quienes cuentan con menos presencia de los padres que pasan cada vez más horas en el trabajo asumiendo los crecientes compromisos.

Este sistema en la organización se va instaurando poco a poco y se transforma en un círculo vicioso.

La imposibilidad del "NO" nos hace recargar más y más de trabajo, no cumplimos con todo lo que prometemos. Cuando esto se da a nivel de la organización vemos la desmotivación, el desgano, el costo de desperdicio de dejar muchos proyectos por la mitad, no cumplir con las fechas pactadas de entrega, y la sensación de no ser suficientes. En la organización aparecen muchas promesas no cumplidas y se instaura la desconfianza.

Para evitar decir "No" y frente a la imposibilidad de dar un "Si" comprometido, las personas encuentran múltiples opciones para jugar al medio.; aparece el "Si Pero..."; que carece de compromiso, es como patear la pelota para adelante, pero nadie se adueña de la misma, alargando más este ciclo de ineffectividad y generándose la cultura del no compromiso. El "Si Pero" a veces adopta formas más sutiles como "en un minuto", "después te llamo", "más tarde", y cada organización desarrolla su propia jerga para esconder un "No", que no pueden expresar.

¿Como romper este ciclo?

El pensar en las prioridades es fundamental ¿con qué y quienes me quiero comprometer? Qué situaciones tengo

que renegociar para cumplir mis compromisos ya pactados y poder dar un "Si comprometido" al pedido que me hacen? ¿Me atrevo a negociar la fecha? Muchas veces el miedo a mantener estas conversaciones se traduce en un silencio que el que pide asume como una promesa a su pedido, para descubrir más adelante que es silencio no contenía un compromiso sino el miedo a renegociar y poder cumplir.

El "No" pasa a ser un guardián de lo importante. Me ayuda a mantener un equilibrio y comprometerme.

No me refiero al "No caprichoso" que plantean los niños cuando son chicos. Es un "No con fundamento" y ese fundamento está enraizado en nuestras prioridades. Muchas veces a la velocidad que nos movemos hoy en día es fácil perder estas prioridades y creer que todo es vital y para ayer.

El arte radica en poder mostrar a la otra persona que es lo que cuido cuando renegocio su pedido, que estoy defendiendo con mi "No asertivo" y en esa conversación construyo confianza entre ambos. La otra persona puede percibir el valor que entrego a mis compromisos y así el "si comprometido" que asuma esta garantizado por mi credibilidad. De esta manera cuido mi credibilidad y la de mi equipo.

Ese "No" está enraizado en aquellas cosas que quiero cuidar: puede ser un proyecto que necesita mi tiempo, el servicio al cliente, una evaluación de desempeño de mi gente que tengo pendiente, una cena con mi esposo, un paseo con mi hijo. Normalmente aquellas cosas que postergo, y que cedo son las más importantes y las que marcarán una diferencia en nuestra vida personal y profesional.

Entonces **¿Porqué tanto miedo al "No"?** Cada vez que quiero decir NO, y no lo hago mi dignidad se ve en juego.

En las organizaciones que no permiten esta conversación de negociación frente a los pedidos de un superior, es posible que se instaure un ambiente de autoridad y control. Y se hacen las cosas solo por obediencia., no por compromiso.

¿A que cosas le podría decir que "NO" para defender prioridades? ¿Qué proyecto importante postergas en tu empresa? ¿Y en tu vida? ¿Cómo puedes aumentar tu credibilidad y confianza? ¿Qué conversaciones te pueden estar faltando?

Psic. Karin Meerhoff
Directora de ENLIGHT
Coach Ejecutiva



Membresía y Acreditación ICF

PERÚ ★ Chartered Chapter

A la fecha somos 69 miembros en ICF Perú y desde la fundación de este Capítulo hace un par de años, hemos venido creciendo de un manera consistente. Les damos la más cordial bienvenida a Claudia Alejandra Draghi, Joan Patricia Eyzaguirre, Inés Granda, Iracema Lozano, Claudia Mariana Meza, Camila Miranda y Silvia Natalia Vera.

A los que todavía no han renovado su membresía a ICF Global, les recordamos hacerlo pronto para no perder tan importantes beneficios como poder acceder a valiosas teleconferencias, descuentos

para participar en eventos organizados por ICF y para las acreditaciones, y participar en reuniones virtuales de Grupos de Interés Especiales (SIG's). De otro lado, instamos a todos los que hayan ya cumplido con un mínimo de 100 horas de prácticas de coaching, a que apliquen a una acreditación, para ponerse a tono con las exigencias de contratación de Empresas y clientes diversos, cada vez más exigentes. Para cualquier consulta al respecto pueden dirigirse a Jorge Cornejo, al correo jcornejo@icfperu.pe quien con sumo agrado los atenderá.



Jorge Cornejo • Director de Membresía y Acreditación
jcornejo@icfperu.pe
celular: 999951091

Actividades de capacitación

Estimados miembros, nos place poder ofrecerles una programación de talleres con temas muy interesantes para vuestro desarrollo profesional. Agradecemos a los coaches que nos apoyan con su participación.



Genny Alvarez de Vidal
Directora de Capacitación y Desarrollo
galvarez@icfperu.pe
celular: 998801537

28 Mayo	Conciencia Corporal: Recursos Personales al Servicio del Propio Bienestar <i>Cecilia Cosamalón PCC</i>	17 Setiembre	Mirando tu práctica, sistematización de experiencias de Coaching <i>Rosario Ayllón, Docente PUC</i>
18 Junio	El Mundo Emocional <i>Nery Nina Coach Ontológico Newfield</i>	8 Octubre	Establecer cercanía y confianza competencia básica del Coach <i>Soledad Mendoza Docente UPC</i>
23 Julio	Coaching Educativo <i>Martha Castañeda Coach Ontológico Newfield</i>	5 Noviembre	Coaching Transpersonal solo para Coaches <i>Mónica Castañeda PCC</i>
20 Agosto	Branding, Marketing y Ventas para Coaches <i>Manuel Arturo Cueva MBA, PCC</i>		Reunión de Fin de Año <i>Giselle Coquelet Presidenta ICF</i>

El arte de ayudar

Condensado del libro : El arte de ayudar:
Claudia Casanova y Felisa Chalcoff. Gran
Aldea Editores

Carmen Quispe
Coach
carmenquispe@hotmail.com



▮ **Aprender a dar es aprender a reconocer dentro de nosotros la riqueza palabras, de amor, de energía que vibra en nuestro interior y estar dispuestos a que fluya hacia donde es útil, necesaria y adecuada.** ▮

Acerca del acto de ayudar

Para el coaching ayudar es, fundamentalmente, acompañar al otro en lo que sea que esté experimentando. A veces acompañar toma la forma de una pregunta oportuna, que sirve para ver con más claridad la situación, poner algo de luz en una confusión o situación crítica; otras veces, estar con el otro silenciosamente es ayuda suficiente. Estar juntos en silencio a veces ayuda a conectar con lo que va más allá del ruido interno y externo, encontrar una paz de la cual surge, como un manantial, una respuesta nueva.

La ayuda puede ser muy concreta como alcanzar un plato de sopa caliente a un enfermo, o puede ser más sutil, como enseñar, reflexionar con el otro, acompañar en silencio.

Las motivaciones de la ayuda

Probablemente el acto de ayudar sea una de las expresiones más profundas del amor. Esta ayuda es una acción desde el ser humano hacia aquello con lo que se relaciona: su semejante, los otros reinos de la naturaleza, el planeta.

Toda acción se inicia a partir de un impulso interno, una motivación. Motivación viene de moto, que quiere decir movimiento ¿Desde dónde surge el movimiento para el acto de ayudar? ¿Cuál es la fuente de donde parte esta ayuda?

El ser humano está motivado para actuar por y desde sus niveles más primitivos y elementales. A medida que vamos evolucionando, vamos cambiando el punto desde el cual parte nuestra acción; el actuar se va refinando, se va acercando a un actuar consiente que se origina en niveles más elevados de nuestro SER hasta llegar a sentirnos sólo un canal en manos de la vida.

Dar lo que tenemos, recibir lo que necesitamos

En la relación de ayuda todo el tiempo hay un dar y un recibir, un movimiento que va y viene y se recicla. ¿Qué podemos realmente dar? Sólo lo que tenemos. ¿Qué podemos realmente recibir? Sólo lo que verdaderamente nos corresponde.

Si no necesitamos o no nos corresponde, nos apropiamos indebidamente de diferentes bienes preciosos y en varios planos, desde los más densos a los más sutiles, como la

atención de otro, por ejemplo. Desde esta visión el jugar a ser niños y requerir la atención del otro toda la vida para sentirnos ser es apropiarnos de algo que de adultos no nos corresponde. La queremos, como resultado de todos nuestros condicionamientos y programación, pero esencialmente no la necesitamos. Por eso, aprender a recibir implica también cuestionar nuestras creencias acerca de las propias necesidades, reformularlas periódicamente y aprender a contactar con las verdaderas.

Aprender a dar es aprender a reconocer dentro de nosotros la riqueza palabras, de amor, de energía que vibra en nuestro interior y estar dispuestos a que fluya hacia donde es útil, necesaria y adecuada.

Recibir activamente

Hemos recibido la vida de nuestros padres, y la hemos tomado; por eso estamos vivos. Luego recibimos todo lo demás: la tierra que pisamos, el aire que respiramos, el alimento con que nos nutrimos, el vestido con que nos cubrimos, el albergue que nos protege, los estudios que nos forman, los libros, el trabajo, los amigos.

Es curioso observar cómo muchas veces reclamamos "yo no he recibido nada" ¿Quién no ha pensado alguna vez o no ha oído a alguien decir: "a mí nadie me ayudó" ¿Qué sin sentido! Si todo lo que tenemos lo hemos recibido. Pero justamente, la vivencia de "yo no he recibido" o la de "a mí nadie me ayudó" nos indica que el acto de recibir también es una acción y requiere de una actividad intencional. Si no hay un tomar activo de aquello que se nos da, lo que se recibe cae en saco roto. Y no nace el agradecimiento. Quizás es al revés: si no hay gratitud, no puede tomarse la vida. O ambos procesos son simultáneos e interdependientes: Dar y recibir.



PREGUNTAS FINALES

¿Qué es lo que te motiva a ser Coach?

¿Dirías que das o recibes con placer, tranquilidad, sin esfuerzo?

¿Sientes que corres algún riesgo al dar? ¿Y al recibir?

¿Te parece que das obligando al otro a recibir?

Marketing Personal en Redes Sociales e Internet



Es innegable la importancia de un buen manejo de nuestras redes sociales y presencia en internet para expandir nuestras oportunidades de negocio, pero para sacarle el máximo provecho es necesario poseer algunas distinciones de la web 2.0 y entender cómo funcionan algunas de las herramientas básicas sobre las que se soporta la web.

En primer lugar separemos las redes generalistas como facebook de las redes profesionales tipo LinkedIn, ambas son importantes ya que generan reputación, recordemos que las grandes empresas ya están ahí y en muchos casos cuentan con profesionales encargados del reclutamiento de personal y para la contratación de servicios externos, bien para empezar tanto las redes generalistas como las profesionales son importantes.

En las redes generalistas buscamos masividad, atraer a una gran cantidad de público interesados en los mismos temas que nosotros, en estos casos debemos dar mucha importancia a la emotividad y a las preferencias personales pero sin descuidar nunca nuestra reputación ya que debemos recordar que lo que está en la web se queda ahí y que aunque la construcción de una marca personal está en nuestras manos la construcción de nuestra reputación depende de nuestros seguidores, este consejo también es válido para redes de contenido como Twitter con la gran diferencia de la altísima volubilidad de los usuarios de Twitter.

En las redes profesionales la cosa es diferente, ahí buscamos exactamente eso contactos profesionales, es por eso que no debemos tener la misma estrategia de masividad que en facebook o Twitter y debemos ser mas selectivos con nuestros contactos, en las redes profesionales también es importante demostrar quienes somos, participar en los grupos profesionales compartiendo información y opiniones sobre los más diversos temas de nuestra especialidad y experiencia, no debemos olvidar que al tratarse de una red profesional debemos tener nuestro perfil lo mas actualizado posible y no omitir detalles importantes ya que de esa manera se mide nuestro atractivo.

¿Te has Googleado últimamente?

No debes olvidar que google es tu nueva tarjeta personal,

cualquier potencial contacto laboral te encontrará ahí y esa será su primer referente para decidir si contratarte o no, cuida tu presencia en google asegúrate que lo que encuentre ahí sea lo que tu realmente quieres que vean. Seguramente tu eres una víctima del SPAM ¿verdad que es molesto? y recuerdas lo superantipatiquisimos Pop Ups o ventanas emergentes, bien eso es a lo que llamo: "La era oscura del marketing on line" una consecuencia directa de la enorme masividad del internet, en la web 2.0 tenemos otra filosofía, que el contenido que te llegue sea relevante para ti y para ello existen excelentes herramientas semánticas (basadas en palabras clave) como los avisos de facebook y google adwords que pueden serte de gran ayuda para promocionar tus servicios o eventos, aprende a usarlos responsablemente y tendrás grandes beneficios. Ojo que no quiere decir que ya no debas enviar emails, pero es mejor que utilices listas de correo de afiliación voluntaria para que tu publicidad no sea "marcada" como Spam, a veces las estrategias masivas de correo terminan haciendo invisibles a nuestros correos.

Una de las mejores herramientas en la web 2.0 es la viralidad de contenidos, genera contenido "Sexi" que todos quieran compartir con sus contactos, el marketing viral es una disciplina compleja muy asociada al neuromarketing, pero te dejo unos cuantos tips básicos para generar mayor viralidad:

Validación Social: Siempre preferimos los restaurantes con más gente.

Autoridad: Apóyate en estadísticas o citas de personas respetadas.

Testimonios: Cuenta historias o usa fotos de gente con la que se identifiquen tus potenciales clientes.

Generosidad: Siempre agradece o retribuye recíprocamente a los que te recomiendan o viralicen tus contenidos.

Roberto Pineda Chavarria
Director de Redes
ICF- Perú

