

CREER EN LA MARCA



Albacete

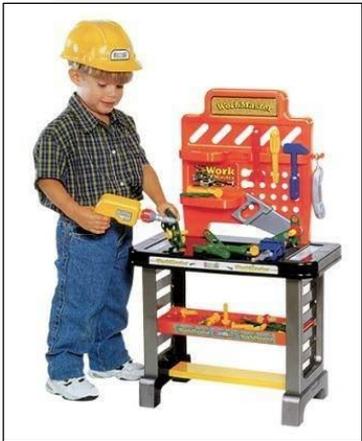
29 de Septiembre de 2016

“El poder de la motivación son impulsos que nos hacen actuar; son mecanismos que parten desde nuestro fuero interno, que nos guían prácticamente hacia el exterior y nos retratan en un momento dado, produciendo una imagen muy acertada de nuestra verdadera personalidad. En algunas personas la acción citada es pasiva, en otras activa y dinámica, pero lo cierto es que dependiendo de la situación, de nuestro temperamento y carácter, así actuaremos.
(Luis Arturo Quesada Oviedo-Consultor freelance de empresas)



“No busques un trabajo que te guste. Lo importante es el gusto por el trabajo que realices.”

Cómo actuamos



**LO QUE
HABLAMOS...**

AL DIVERTIRNOS

EN EL COCHE

EN CASA 

EN EL TRABAJO

AL DESCANSAR

...



Sometimes when you least expect it...

Love Happens



- ✓ No lo venderé
- ✓ Todo el año para nada
- ✓ Mucho producto de élite y que...
- ✓ Y los Iraníes que?
- ✓ Es imposible
- ✓ Conforme está la cosa
- ✓ Si bajáramos el precio
- ✓ Hago el doble para conseguir la mitad
- ✓ Es que el mercado...
- ✓ Esto no es como antes
- ✓ Es un desastre



TALENTO = C * C

David Ulrich (Universidad de Michigan)

- **Competencia:** Conjunto de conocimientos, capacidades y experiencias necesarios para desempeñar bien una función. 
- **Compromiso:** Factor multiplicador de los hechos y acciones acometidas, es el grado de la voluntad que el individuo está dispuesto a poner en la realización de una tarea.



La manera en que hacemos los negocios **ESTÁ CAMBIANDO**

Un verdadero reto



A person stands in a vast, flat, golden-brown field under a bright blue sky filled with large, white, fluffy clouds. The person is holding a large, white, crumpled sheet of paper in front of their torso, which completely obscures their face and upper body. Only their dark trousers and legs are visible. The overall scene conveys a sense of vastness and contemplation.

Pensamiento
Estratégico

HAY QUE PARARSE A PENSAR



Estrategia eficaz = Diferenciación x Ejecución

**¿Por qué el ajedrez
es un juego de
peones?**



Conocimiento del negocio

Experiencia personal

Reconocimiento de modelos

Visión estratégica

Ejecución disciplinada

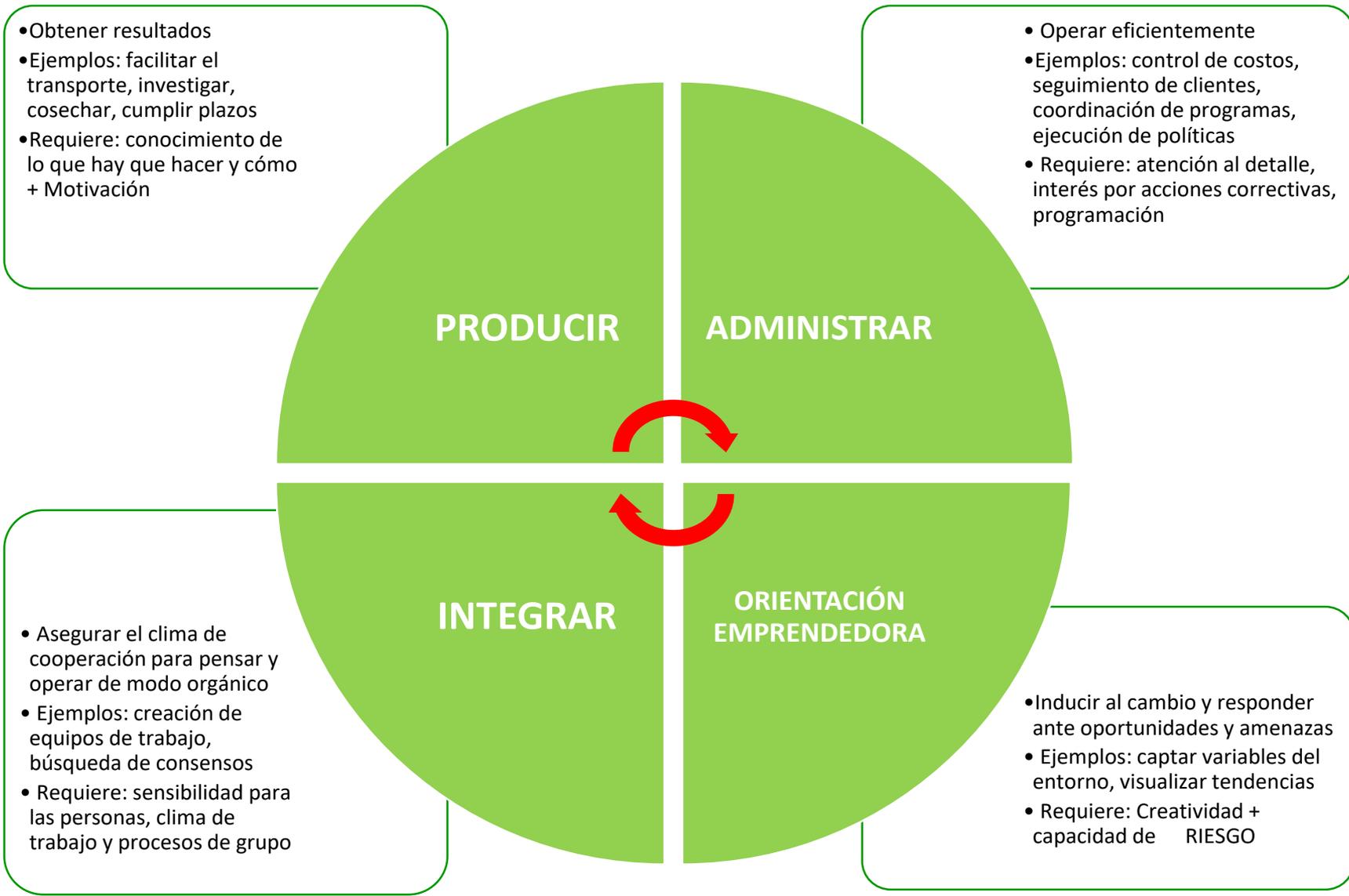




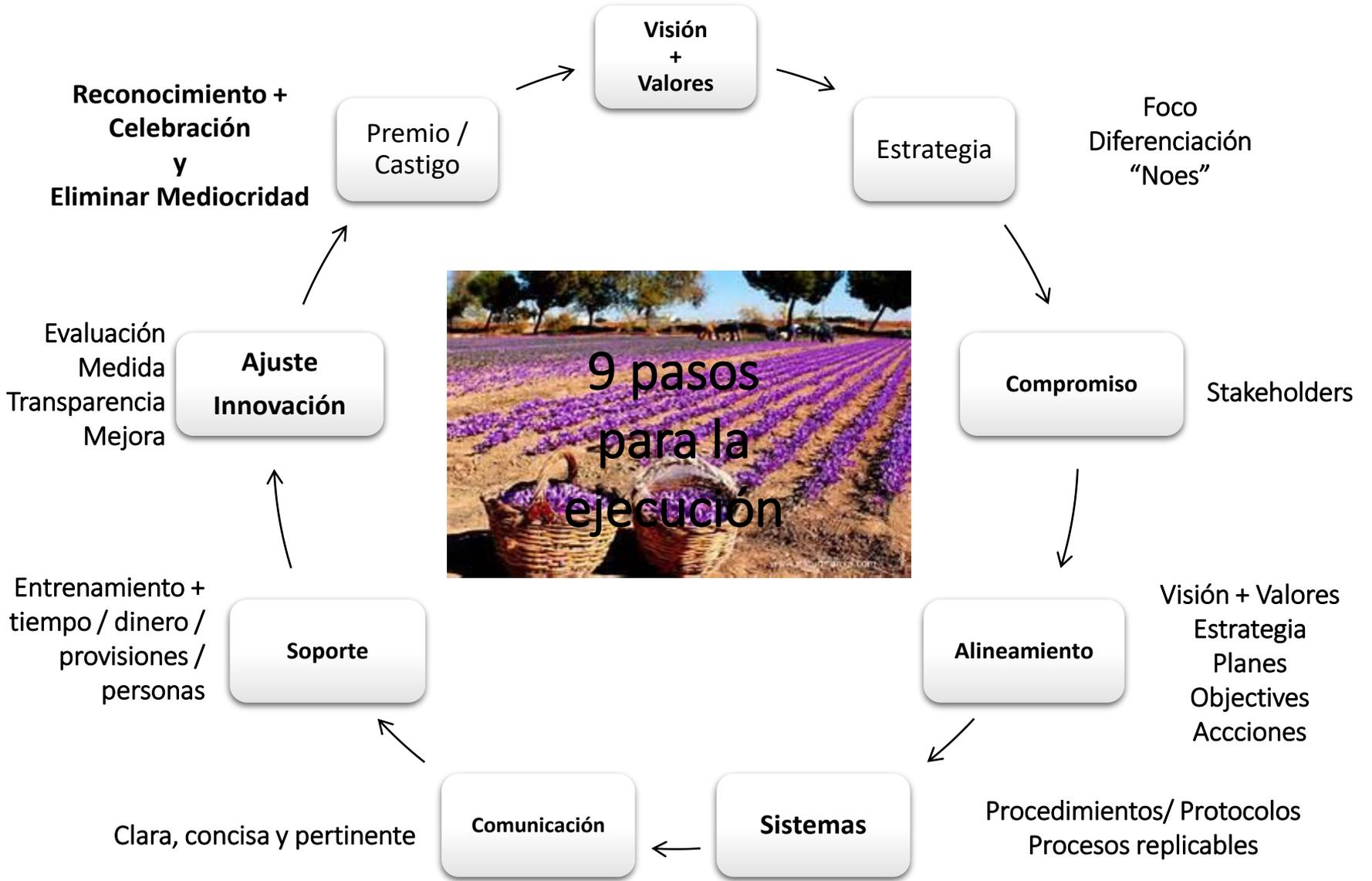
Para devolver el "alma" al AZAFRÁN



4 funciones = 4 pilares para los cimientos



¿Hacia dónde vamos?+ ¿Cómo vamos a conducir?





ECUACIÓN BÁSICA:

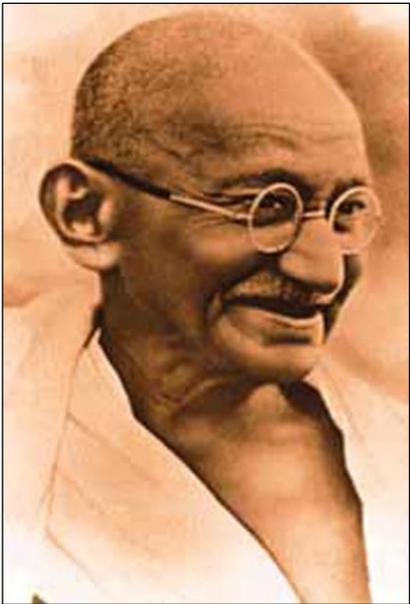


$$M = V * E$$

1.- Deseo de actividad



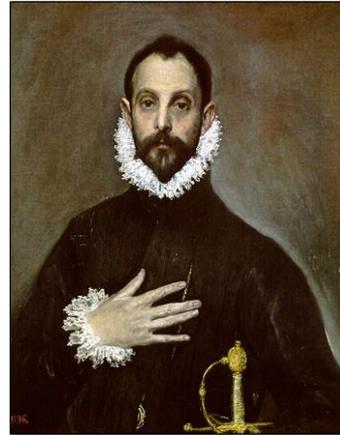
2.- Ser único, especial, un/a modelo



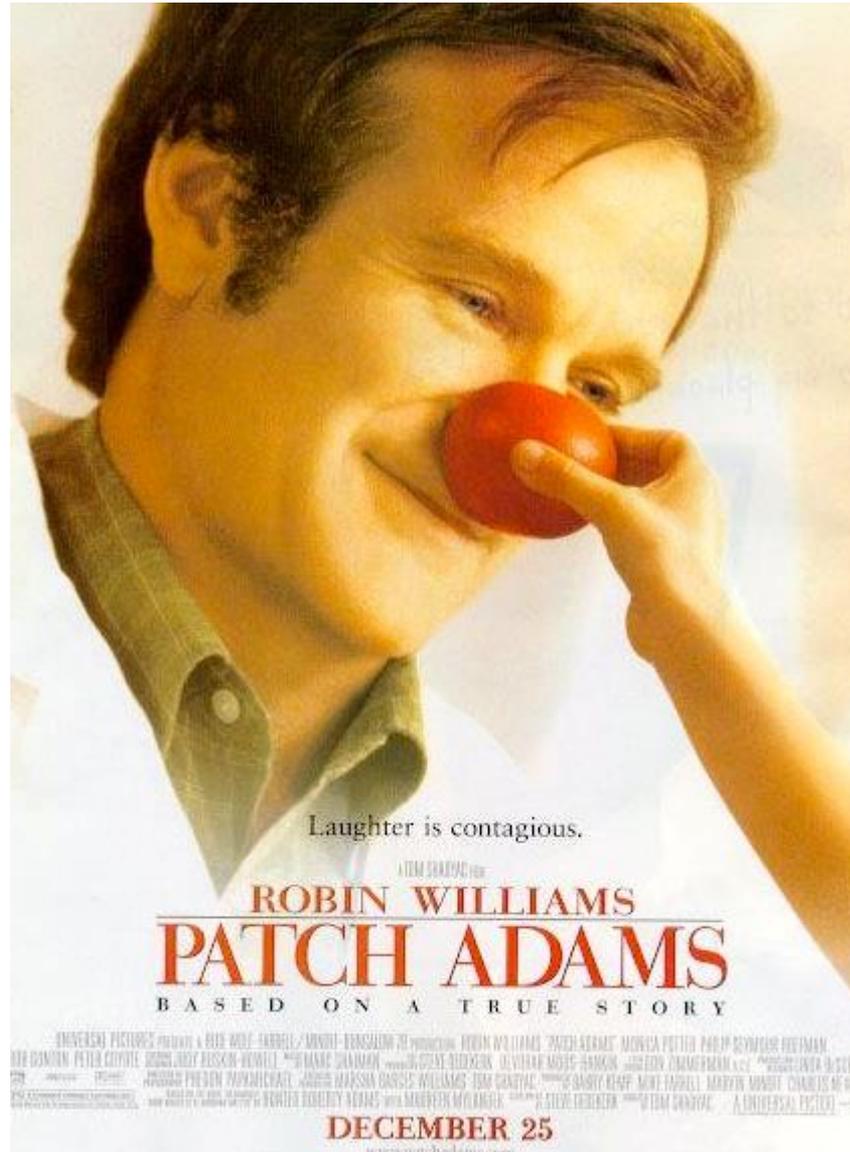
3.- Ganas de ser reconocido por las personas



4.- Deseo de ser los mejores



Las claves de la motivación



5.- Deseo de alcanzar logros





la forma en que las marcas se presentan a sí mismas e interactúan con el consumidor final será cada vez más importante. Como resultado el branding ya no se concentrará en simplemente proyectar una imagen estilo de vida particular, sino que empezará a promover, activamente, una interacción experiencial positiva con sus consumidores, y este enfoque evolucionado les permitirá satisfacer las necesidades de los usuarios de una forma más efectiva.



Para Tom Peters, *el gran gurú del Branding*, la diferenciación de una compañía reside precisamente en sus factores intangibles: el valor, la credibilidad y singularidad de una marca.

En su libro “El meollo del Branding”, **Peters menciona “las 3 leyes físicas del Marketing”:**

- Beneficios patentes
- Un motivo real para creer
- Una gran diferencia

Peters destaca la cada vez mayor relevancia de las historias y experiencias a la hora de transmitir emociones, ya que la marca reside en la mente y en los corazones de las personas.



**Servimos para más de lo
creemos, valemos para
más de lo que servimos.**





MUCHAS GRACIAS

OYE

WEB: oportunidadesyestrategias.com



OyE. Oportunidades y Estrategias



Antonio Sánchez-Migallón



@_O_Y_E_

Blog: antoniosanchezmigallon.com