

# Blogs y demás cosas raras, elementos de promoción empresarial

Innovatics II  
Cádiz, 15 diciembre2009

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario.

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario. ¡¡¡DE SOFTWARE LIBRE!!!

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario.
4. Sociólogo. (¿Qué es esa tribu? - Redes sociales).

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario.
4. Sociólogo. (¿Qué es esa tribu? - Redes sociales).
5. **Evento Blog.**

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario.
4. Sociólogo. (¿Qué es esa tribu? - Redes sociales).
5. **Evento Blog.** (=Un chalado de Internet)

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista.
2. No soy comunicador.
3. Empresario.
4. Sociólogo. (¿Qué es esa tribu? - Redes sociales).
5. Evento Blog.
6. Ayudo a comunicar.
  1. Contar cosas.
  2. Escuchar cosas.
  3. Elimino intermediarios.

# ¿Quién soy?

1. No soy periodista
2. No soy comunicador
3. Empresario.
4. Sociólogo.
5. Evento Blog.
6. Ayudo a comunicar.
  1. Contar cosas.
  2. Escuchar cosas.
7. Padre.



# ¿Quiénes sois vosotros?

1. ¿Emprendedores?
2. ¿Empresarios?
3. ¿Empleados?
4. ¿Blogueros?
5. ¿Nodos?

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.
2. Google escucha y amplifica.

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.
2. Google escucha y amplifica.
3. ¿Hay que responder?
  1. ¿Quién responde? ¿Quién no debe responder?
  2. ¿Cómo se responde? ¿Cómo no se debe responder?
  3. ¿Qué legitimidad tenemos? ¿Pruebas? ¿Status?

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.
2. Google escucha y amplifica.
3. ¿Hay que responder?
  1. ¿Quién responde? ¿Quién no debe responder?
  2. ¿Cómo se responde? ¿Cómo no se debe responder?
  3. ¿Qué legitimidad tenemos? ¿Pruebas? ¿Status?
4. Los mercados, ¿son conversaciones?

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.
2. Google escucha y amplifica.
3. ¿Hay que responder?
  1. ¿Quién responde? ¿Quién no debe responder?
  2. ¿Cómo se responde? ¿Cómo no se debe responder?
  3. ¿Qué legitimidad tenemos? ¿Pruebas? ¿Status?
4. Los mercados, ¿son conversaciones?
5. Una vez escrito, es complicado borrarlo.

# ¿En qué mundo vivimos?

1. La gente habla.
2. Google escucha y amplifica.
3. ¿Hay que responder?
  1. ¿Quién responde? ¿Quién no debe responder?
  2. ¿Cómo se responde? ¿Cómo no se debe responder?
  3. ¿Qué legitimidad tenemos? ¿Pruebas? ¿Status?
4. Los mercados, ¿son conversaciones?
5. Una vez escrito, es complicado borrarlo.
6. ¿Son vuestras empresas instituciones?
  1. ¿Son robots vuestros compañeros?
  2. ¿Son máquinas vuestros clientes?
  3. ¿Y vuestros proveedores?

# Objetivos blogs

1. Documentales.

# Objetivos blogs

1. Documentales.
2. Informativos.

# Objetivos blogs

1. Documentales.
2. Informativos.
3. Marketing.

# Niveles

1. Personal.

# Niveles

1. Personal.
2. Producto.

# Niveles

1. Personal.
2. Producto.
3. Organizacional.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.
5. Conversar con el clientes.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.
5. Conversar con el clientes.
6. Conversar con los competidores.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.
5. Conversar con el clientes.
6. Conversar con los competidores.
7. Preguntar.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.
5. Conversar con el clientes.
6. Conversar con los competidores.
7. Preguntar.
8. Reclutar buenos profesionales.

# Algunos enfoques

1. Marca personal.
2. Diario de a bordo.
3. Estado del arte.
4. Información empresa.
5. Conversar con el clientes.
6. Conversar con los competidores.
7. Preguntar.
8. Reclutar buenos profesionales.
9. **Diversión.**

# Identidad digital

1. ¿Qué sabe el mundo de vosotros?

# Identidad digital

1. ¿Qué sabe el mundo de vosotros?
2. ¿Controláis qué se dice de vosotros?

# Identidad digital

1. ¿Qué sabe el mundo de vosotros?
2. ¿Controláis qué se dice de vosotros?
3. ¿Sabéis dónde está vuestra alma gemela?

# Muchas gracias.

- Esta charla, ¿es original?
- No. Es Creative Commons (sin atribución)
- [luisrull.es/innovatics](http://luisrull.es/innovatics)

*web: [luisrull.es](http://luisrull.es)*

*correo: [luis@mecus.es](mailto:luis@mecus.es)*

*gtalk, messenger, skype, twitter: [luisrull](#)*

*Facebook, Tuenti: [Luis Rull](#)*