

0.0

Comentarios (0)

Angelica Hernández Hernández

Cúcuta, Colombia
Conferencista | Capacitador

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Propósito de marca, Marketing experiencial, Social media marketing, Branding, Marketing, Emprendimiento, Ideas de negocio.

Descripción del perfil

Marketing “en español latino” es una plataforma académica de marketing y emprendimiento, que potencializa capacidades intelectuales a través de metodologías prácticas, construyendo casos de éxito memorables. Nuestro compromiso es que emprendedores, entusiastas, astronautas y soñadores venzan sus monstruos del miedo mientras desarrollan sus propósitos de marca, creando experiencias académicas increíbles, en escenarios físicos y digitales.

Conferencias, Cursos o Talleres

MARKETING EN TIEMPOS DE CRISIS

De 1 Hora a 2 Horas

Generalmente cuando se habla de marketing en tiempos de crisis, se hace referencia a una situación económica o cultural, en nuestro entorno más cercano. Por lo que, la respuesta natural es buscar nuevas fuentes de ingreso para mantener nuestros niveles de gasto. Sin embargo, dependiendo de la magnitud de la crisis y las condiciones de la economía, esto no es suficiente y los consumidores comenzamos a ajustar los patrones de consumo y compra a través de la sustitución o eliminación de productos. Así que, siempre que nos enfrentemos a tiempos difíciles, será momento de poner manos a la obra. Cuanto más nos centramos en una ventas flojas, en una crítica injustificada en la prensa, en la pérdida de un cliente importante o en la preocupante economía global, más prolongaremos sus efectos mediante nuestra propia inacción. Así que si tu empresa desapareciera hoy, ¿cuantas personas la extrañarían? Lo que estamos viendo una y otra vez es que las empresas que tienen éxito son las que entienden cómo enamorar a sus clientes, cómo preparar planes de contingencia, cómo crear

estrategias bien pensadas y cómo conectar su propósito con el de su público. Por eso, en tiempos de crisis, unos lloran y otros venden pañuelos.

PÍLDORAS DE CRECIMIENTO

4 Horas o más

Sabemos que existen emprendedores como tú: apasionados, hiperactivos, creativos, visionarios, persistentes y algo locos que les encanta crear ideas únicas, pero que algunas veces se bloquean por no saber cómo hacerlas realidad, porque tiene recursos limitados o por que no cuenta con los contactos que deberían. Por eso, también sabemos que ya es hora de que despiertes, deja de esperar y de idear, y comienza a hacer que las cosas sucedan. Es momento de que conozcas los pasos y herramientas de emprendimiento, marketing y publicidad, para el crecimiento y perfeccionamiento de ideas de negocio. Una forma práctica y realista de generar proyectos comerciales sólidos y estables. Queremos que dejes a un lado las teorías enredadas y confusas sobre cómo hacerlo, y directamente pases a la acción, con una estructura bien pensada. Comienza a lograr hacer de las cosas

ordinarias, algo extraordinario.

SI NO ERES UNA MARCA, SERÁS UNA MERCANCÍA

De 2 Horas a 4 Horas

En el mundo actual, cualquier negocio tiene una marca, tanto si forma parte de una estrategia, como si no ha sido planificada. La cuestión más crítica es saber si se trata de una buena marca, porque recuerda: la pasión y tu trabajo, es lo que hace la diferencia entre bueno y espectacular. Comprender el significado intrínseco de una marca se ha convertido en uno de esos tópicos de los que muchos hablan, aunque muchos menos entienden. Pero cuidado, una marca no es un logo, una marca no es un packaging, una marca no es una campaña de publicidad. Una marca es lo que los demás piensan que eres. El objetivo es que logres despertar sentimientos en el interior de tus clientes y crear una percepción fundamentada en tus valores, tu propósito y aquello por lo cual eres auténtico. En tu negocio, nada es más importante que tu marca, porque precisamente es lo que te define y encapsula

tu misma esencia.

TE VEO, TE ESCUCHO, ME IMPORTAS

De 1 Hora a 2 Horas

El marketing en redes sociales representa una oportunidad perfecta para que las empresas puedan afianzar el vínculo emocional con sus clientes y potenciar sus ventas. Esto se trata no solo de plataformas, esto también se trata de experiencias. Razón por la cual, el marketing en social media nos ayuda a identificar y utilizar las formas más apropiadas con las cuales podemos generar un vínculo emocional con los clientes al tiempo que trazamos objetivos de acuerdo a la red que utilizamos, ya que pueden compartir objetivos singulares y específicos cada una. Sabemos que esto tiene relevancia no solo entre los usuarios regulares de Internet, sino en los negocios. Así

que, es la oportunidad de mejorar las cosas, de provocar el cambio que te gustaría ver en el mundo, de hacer crecer tu proyecto, pero, por encima de todo, de brindar una experiencia diferenciada y valor a tus clientes.

NADIE HA CONSTRUIDO UNA MARCA, IMITANDO LA PUBLICIDAD DE OTRO

De 1 Hora a 2 Horas

La creación de un anuncio publicitario, no se hace para probar quién es más creativo y gracioso. Tampoco para demostrar, quién puede armar y escribir la frase con el mejor juego de palabras. déjate de rodeos y date cuenta que “Tu rol es vender, no dejes que nada te distraiga del único propósito de la publicidad.” Si quieres que la gente compre tu producto, debes explicarle lo más breve y sencillamente posible, qué vendes y cómo comprando ese producto, sus vidas van a mejorar. La gente no tiene mucho tiempo para pensar, por lo tanto, si piensas que debes sorprenderlo con tus palabras y creatividad, puedes hacerlo, pero nunca lo hagas a expensas de lograr la venta. El objetivo de esta conversación es que le hables a tu audiencia de una forma en la que se sientan como alguien cercano, alguien que está sentado en la silla frente tuyo. Aprenderás a dirigir de forma acertada a tus

clientes y lo que necesitas para ser auténtico y no imitar la publicidad de otro.

POTENCIA TUS ANUNCIOS DIGITALES

De 1 Hora a 2 Horas

La publicidad digital forma parte de las estrategias del marketing digital, siendo esta área la que abarca gran parte del total de las estrategias hechas para los medios virtuales. En este sentido, la publicidad digital se ha convertido en la forma predilecta de promocionar y difundir un producto o servicio gracias a la incorporación, cada vez mayor, de lo digital en nuestras vidas. En esta conferencia comprenderás que los anuncios digitales tienen el objetivo de informar o el de persuadir al usuario según el objetivo que tenga tu empresa. Del mismo modo, es importante que conozcas con la mayor claridad posible a la persona que diriges y el lenguaje que utilizas, la

historia que cuentes y por último las herramientas que te ayudarán a estar al servicio de los usuarios en el momento adecuado, en el lugar adecuado y con el mensaje adecuado.

ALGÚN DÍA O DÍA 1, TU DECIDES.

De 1 Hora a 2 Horas

El objetivo de esta conferencia es clarificar, que el propósito de marca es la razón de existir de una empresa y que no tienen que ver sólo con obtener un beneficio. Es conocer el «porqué» de tu marca proporciona la base sobre la cual construir todo lo demás: tú «como» y las implicaciones que tiene en la (cultura organizacional y la experiencia de marca) y tu «qué» (los productos o servicios ofreces) que brindan un valor adicional para tus clientes. Las marcas que cuentan con un propósito defienden la creencia de que mejorarán las vidas de los consumidores, destacando sobre la competencia y teniendo una fuerte cultura corporativa con una visión clara a

largo plazo para la marca. Por tal razón, es necesario que conozcas cuales son los puntos claves con los que puedes comenzar a construir una marca con propósito que brinde valor al mundo y te diferencie del resto.

LO QUE NO SE COMUNICA, NO EXISTE.

De 1 Hora a 2 Horas

El objetivo de esta conversación es que utilices esta técnica del marketing para conectar a tus usuarios con el mensaje de tu compañía, con el fin de que construyas la relación de confianza y fidelidad que todas las marcas buscan. Porque recuerda, tus clientes no compran tu producto o tu servicio. Compran la emoción que les haces sentir y el significado que tiene para ellos tengan algo de tu marca. Y es que una buena historia crea una emoción positiva que inspira a la gente a tomar una acción. Partimos de entender que una marca toma vida, cuando proyecta por primera vez su una imagen a través de la comunicación y del diálogo con su audiencia. Por eso es tan importante contar una historia que sea capaz de conectar emocionalmente con ellos, para que les permitas recordarte de la forma correcta. Por mucho tiempo, los seres humanos hemos conectado emocionalmente a través de las historias, lo cual permite que capturen nuestra atención, corazón y espíritu, desde lo racional, hasta lo instintivo. De tal modo, el Storytelling es el arte de contar historias, usando lenguaje sensorial y presentado

de tal forma que transmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal en ello.

Estudios

Educador Digital de Google

Google for Education

2020

Mercadóloga & Publicista

Universidad de Santander

2017

Libros

ADN DE MARCAS PODEROSAS

Apoyados en el marco conceptual del branding y sus elementos de desarrollo, la teoría japonesa del ikigai, las herramientas del storytelling y la teoría del lovemarketing, creamos un modelo increíblemente práctico y funcional

para que aprendas rápidamente cómo convertir tu marca, en una marca inolvidable.

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/angelica-hernandez