

# MARKETING HACKS

Carlos Cárdenas

# Marca comercial VS Marca personal

## ¿Para qué sirve construir una Marca?

- 📌 Para darte a conocer
- 📌 Atraer reclutadores
- 📌 Posicionar como experto
- 📌 Ampliar tu red de contactos
- 📌 Destacar en tu sector
- 📌 Conseguir más oportunidades profesionales
- 📌 Ayudar a otros
- 📌 Monetizar... y más

## ¿Qué es lo que quieres lograr al construir Marca?

- 💡 Generar cambio
- 💡 Generar confianza
- 💡 Hablar de tu trayectoria y de lo que sabes
- 💡 Compartir conocimiento
- 💡 Impactar en la sociedad, en el ambiente, en el desarrollo
- 💡 Te reconocen y te identifican con eso de lo que hablas
- 💡 Convertirte en referente
- 💡 Crear comunidad
- 💡 Volverte la opción preferente en un proceso de selección



A screenshot of a LinkedIn profile for 'cbliferolial'. The profile picture shows a blue sky with white clouds and the 'CB LIFE ROLIAL' logo. At the top right are a plus sign and a three-dot menu icon. Below the profile picture are statistics: 774 Posts, 6,781 Followers, and 993 Following. The profile name is 'CBLIFE' with the subtitle 'Consulting agency'. It describes them as providing 'Soluciones garantizadas para eventos inesperados !!'. There's a call-to-action button with a download icon and the text 'Visita nuestro Web y conoce a nuestros agentes certificados'. It also lists the address '3635 Ne 1st Ave, Miami, Florida' and a 'See Translation' link. Below this is a link to 'www.cbliferolial.com'. A dark grey bar at the bottom contains buttons for 'Professional dashboard', 'Edit profile', 'Share profile', and 'Email'. Below this are five circular icons labeled 'Agentes', 'VENEZUEL...', 'Formación', 'Seguro de...', and 'Seguro de...'. At the very bottom are navigation icons for home, search, add post, video, and messages.

# Construye comunidad Cartera de clientes

La idea detrás del concepto de imagen de marca es lograr que el consumidor no solo compre el producto/servicio si no también la imagen! Por eso debe ser positiva, única y perceptible.

- ▢ Tiene como meta fundamental acercar a la marcas nuestros clientes guiándonos de la mano por todo el proceso de compra
- ▢ ✓

***¿Cómo hago esa conexión con el cliente?***

#1 Mantente actualizado

#2 Más Velocidad menos detalle

#3 Conecta con la audiencia

## ***Experiencia de venta pasó a paso del cliente***

La gestión de clientes es el proceso conformado por un conjunto de tácticas y estrategias que van orientadas a la fidelización de tus clientes.



# Cuenta historias para conectar y obtener mas cierres.

Refuerza tu compromiso, es el momento en el que te debes a tu audiencia. Por eso debemos como agentes de CBLIFE y cómo seres humanos empatizar de modo que aportemos más valor a ese cliente en específico.

## *El Poder de StoryTelling*

- ***Haz Preguntas***
  - ***Cuenta historias***
  - ***Plantea soluciones***
  - ***Utiliza similes y Analogías***
- 
- Fórmulas:
  - TPK: Titulo de impacto, producto, keep it simple
  - IPP + Cta [introducción, presentación y persuasión] + [call to action]



# Contenidos y formatos

Asegura tu presencia digital en la Web y en las Redes Sociales, recuerda que si no estás en las Web no existes, tus clientes rastrearán tu página Web y tus redes por eso debes estar preparado para el primer impacto.

Trabaja en tu propuesta de valor, transmite tu experiencia como marca y cómo puedes ayudar a tu audiencia, debe ser clara, concisa y persuasiva para alguien que no conoce tu marca. Debes ser la mejor opción entre tus competidores.



## ¿Por qué documentar procesos?

- *Orden y Claridad*
- *Capacitación*
- *Contenido de valor*
- *Ajustes y cierres*



**EDUCACIÓN CONTINÚA  
GARANTIZADA**



# Crea una buena promoción

- ¿Qué estoy ofreciendo?
- ¿A quien se lo estoy ofreciendo?
- ¿Cómo lo estoy ofreciendo?
- ¿Cuándo y hasta cuando?



Insights

Last 14 Days ▾ Feb 26 - Mar 11

## Overview

You reached +1,367% more accounts compared to Feb 12 - Feb 25

Accounts reached	14.9K >	+1,367%
Accounts engaged	102 >	+75.8%
Total followers	6,781 >	--



**MARKETING & PROMOTION**

**Audience**

Venezuela  
Men and Women, ages 18+  
Include people who match: Quality of life (psychology), Motivation (psychology), Insurance (business & finance), Retirement planning (banking), Health & wellness (personal care), Term life insurance (insurance), Happiness (emotion), Retirement age (careers)  
Detailed Targeting expanded

**Placements**

Audience Network: Native, Banner and Interstitial, Facebook: Feeds, Instant Articles, In-Stream Videos, Marketplace, Stories, Video Feeds, Instagram: Explore, Stories, Feed

# Aumentar la Visibilidad de Marca

Las Redes sociales son las herramientas que necesitas para darle más visibilidad a tu marca. Deberás planificar tus redes con una parrilla de programación inteligente aplicada a tu marca con contenido de valor para tu público meta.

Además que con poca inversión es posible un gran impacto en los clientes potenciales. El coste por cada clic es muy bajo comparado con otros formatos **publicitarios**

*Antes de publicar piensa....*

**¿Que voy a publicar?**

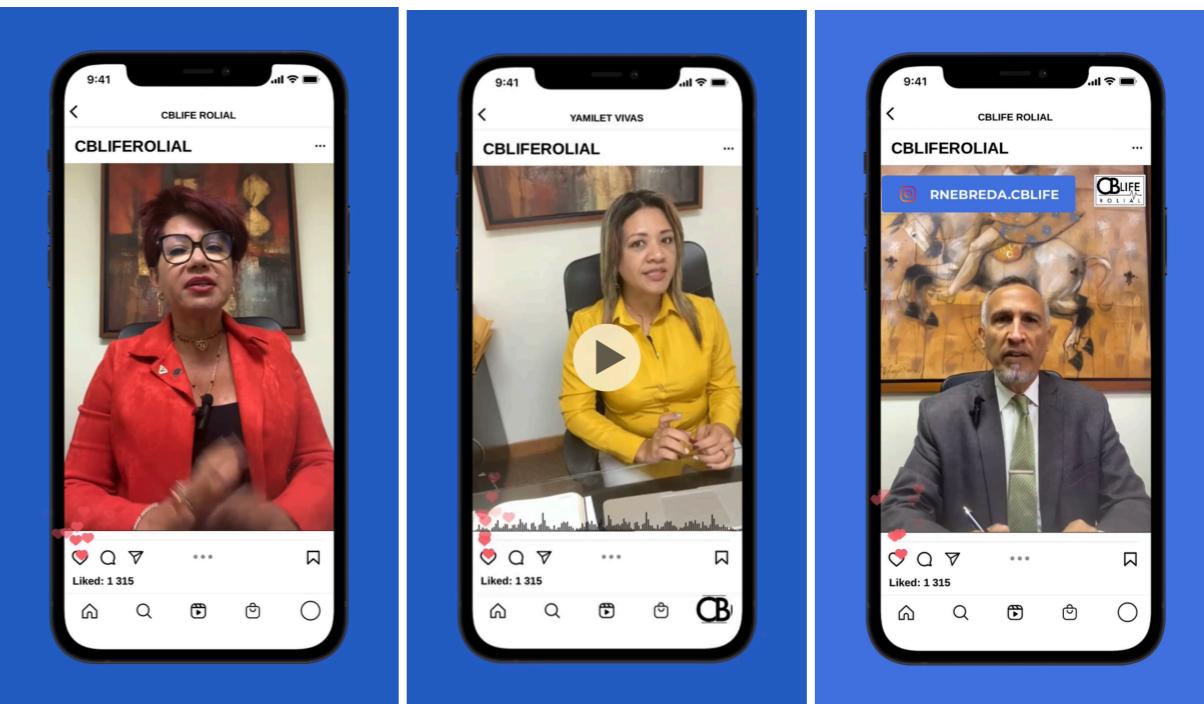
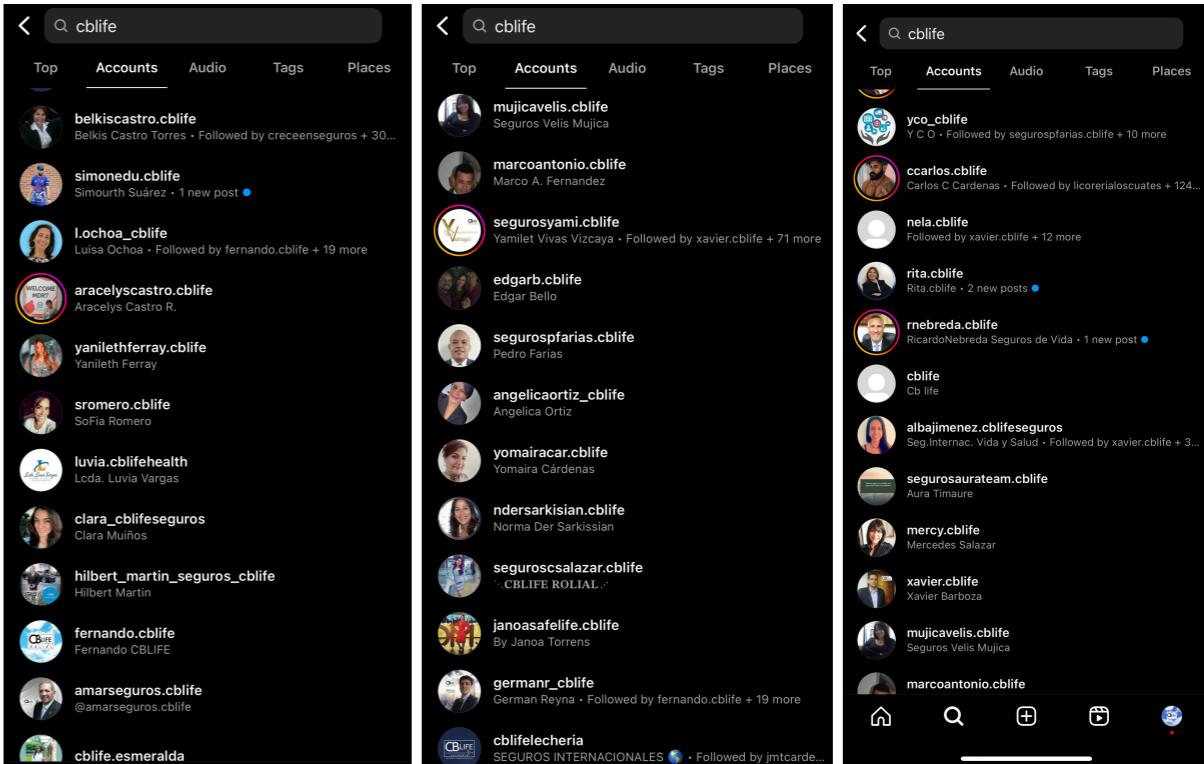
**¿Como puedo resolver las necesidades de mi público?**

**¿Que espera mi cliente de mi marca o producto?**

**¿Cuál es mi contenido de valor?**

**¿Que quiero como resultado de la publicación?**

- Comentarios
- Seguidores
- Repost



**GUARDAR Y COMPARTIR**



**MUCHAS GRACIAS!**