

Juanita Acevedo Segura

Licenciada en administración de empresas. Máster en gerencia de Marketing y Coach.

Coaching para la acción

En los próximos minutos nuestra invitada nos explicará cómo debemos estimular nuestra marca personal y, con ella, nuestra vocación profesional y cómo contribuir, así, al fortalecimiento de la actitud. Y preparados porque nos hará una invitación explícita a la acción. Bienvenida Juanita.

Muchas gracias Virginia.

Su libro *Coaching para la acción* está dirigido de una manera muy práctica al profesional autónomo, a los emprendedores, a los profesionales del Coaching, ¿qué denominador común tienen esos tres grupos?

Mira Virginia, estos tres grupos tienen un denominador muy importante y es que ante todo son personas, son profesionales que tienen que potenciar su marca personal, su nombre que es su principal activo, por lo tanto lo tienen que cuidar, se tienen que dar a conocer y estar continuamente haciendo acciones que les permitan posicionarse para atraer a su público objetivo.

Antes de abrir el libro, a priori, hay un requisito, la actitud.

Así es. Yo como filosofía de vida siempre he pensado que para alcanzar todo lo que queramos en la vida se necesitan de dos elementos, el primero es actitud para conocerse, para creer en lo que haces, para tener una mente positiva para lograr lo que te propongas, pero después tienes que pasar a la acción. Es

muy importante el fortalecimiento de la actitud en un 50%, pero luego tienes que pasar muy objetivamente, poco a poco, a la acción para hacer realidad estos sueños.

¿Qué destacaría principalmente de esa relación tan importante, -y remarco tan importante- entre Coaching y Marketing?

Mira, el Coaching es una disciplina que ha ido tomando muchísima fuerza, lo que busca es entrenar la mente y el corazón para que tú seas consciente de que puedes ser capaz de llegar de un punto A a un punto B. Por otro lado tenemos la disciplina del Marketing que es la que nos permite conocer las herramientas, las estrategias y todas las posibilidades que tenemos de llegar de ese punto A a ese punto B. Los profesionales que hoy por hoy se dedican al Coaching pueden estar muy bien formados pero necesitan darse a conocer, por lo tanto, aquí es donde necesitan herramientas de marketing como la publicidad, las redes sociales o las relaciones públicas que son muy importantes para potenciar su imagen, su marca y para darse a conocer, pero esto no solamente se aplica para profesionales del coaching sino para cualquier autónomo o emprendedor que este iniciándose y que tenga la necesidad de darse a conocer.

La palabra marketing, Juanita, ha ido cambiando su significado a lo largo de los años y actualmente -como decía usted-, gracias a la redes sociales y a los importantes cambios que vamos viviendo momento a momento, hoy en día se nos habla de vivir experiencias, de sentir, de emocionarnos. ¿Se atrevería a definir exactamente la palabra marketing ahora, en el siglo XXI?

Yo pienso que la base del marketing siempre será la misma. Hablamos de Marketing comercial, de marketing transaccional, de marketing digital, de marketing personal que al final tienen la misma base. Sin embargo es muy cierto que los tiempos han cambiado y que hoy por hoy todas estas estrategias están

más dirigidas a la razón, a hablar de la calidad de tu producto, de lo maravilloso que seas, están más dirigidas a captar el corazón de los clientes, a ser más cercanas y a que las personas sean capaces de vivir experiencias y de contactar directamente con la esencia de las cosas, con los valores que transmiten, más que con lo físico como tal. Entonces sí, en efecto, creo que ese ha sido el cambio. El cambio ha estado en la estrategia, las bases del marketing se mantienen iguales, pero las estrategias, ciertamente, son las que han cambiado y van dirigidas más a lo emocional, hacia el corazón.

Hoy en día la persona que pone en marcha un negocio o quiere fortalecer el que ya tiene, a veces, se siente sola. ¿Cómo despejar esas dudas, esos temores, y cómo lograr la excelencia?

Es muy importante tener presente que, hoy por hoy, la competencia no es solamente local, sino que estoy compitiendo con todo el mundo, por lo tanto yo tengo que tener un elemento que me diferencie realmente de la competencia tanto local como mundial. Yo siempre he considerado que el único factor que nos puede hacer marcar la diferencia es lograr la excelencia en el servicio, pero entendiendo excelencia en el servicio como la suma de cuatro factores, que son la atención, la calidad, la oportunidad y la comodidad. Generalmente cuando pregunto: «¿Qué es servicio al cliente?», la gente suele asociar la excelencia en el servicio con la atención al cliente, con que te atiendan bien, pero se olvidan de otros factores que también son importantes y son estas cuatro variables de atención, buena calidad del producto, excelente oportunidad y cumplimiento de las expectativas. La comodidad y el confort que seas capaz de brindarles a tus clientes son los que harán que en conjunto puedas marcar la diferencia y logres la excelencia en el servicio. Siempre tratando -vuelvo a repetir- de ganar el corazón de tus clientes, de generar ese *engagement*, compromiso, a través de tus valores y de la esencia, bien sea de los productos que ofreces o de los servicios que prestas, porque ahí es donde está la clave, realmente, para que tú te diferencies de tu competencia.

Las redes sociales, han contribuido, ciertamente, a dar un paso adelante en esa relación con el cliente y estamos inmersos, más que nunca, en esa comunicación. ¿En qué proporción debemos usar las herramientas tradicionales, las de siempre y las 2.0, 3.0?

Ciertamente estamos viviendo un cambio total, las redes sociales cada vez se convierten en un mayor medio de comunicación que da mucha voz y voto a los clientes y que están cambiando la forma de hacer y de ser de las empresas. Los medios tradicionales no los podemos dejar de lado, o sea, tanto los medios online como offline son complementarios. No podemos olvidar que esta nueva forma de comunicación que nos traen las redes sociales tiene mucha fuerza, mucho alcance y que no necesariamente tenemos que estar presentes en todas ellas, sino que, al contrario, tenemos que elegir muy bien dónde debemos estar y donde estemos, estar bien. Yo creo que ahí hay una clave fundamental porque no se trata de estar por estar, sino que cuando estemos sepamos estar y estar muy bien. Porque, cierto es que, hoy por hoy tú te puedes expresar a través de las redes sociales, pero tienes que comprender que no puedes dar toda la información. La vida online es como la vida offline, tú no estás hablando ni dando información a todo el mundo, sino que en la vida offline eres selectivo en lo que dices y a quién se lo dices y en la vida online esto no puede ser diferente. Tienes que saber a quién lo comunicas, a quién lo dices y qué es lo que dices, por lo tanto, tenemos que ir con mucho cuidado sabiendo que las herramientas son buenas, lo que pasa es que, como toda herramienta, tenemos que saber darle el uso debido.

Y, además, mantener un prestigio digital como el que mantenemos también fuera de la red -lo que decía ahora usted-.

Claro que sí, tenemos que ser conscientes. Yo siempre digo en mis conferencias que hay muchas personas que, hoy por hoy, todavía no se quieren subir a la ola, si no te subes a la ola ésta te va a pasar por encima y te vas a ahogar. Entonces es mejor ir subiendo poquito a poco, ir conociéndolas

gradualmente, tomar confianza, sabiendo para qué son, para qué sirven y tener presente que así como tienes una huella, una reputación en el offline tienes que ir creando poco a poco tu huella online, tu huella digital porque los tiempos han cambiado y aunque no lo queramos aceptar, así como en el algún momento no queríamos tener móvil porque no queríamos que nos localizaran, actualmente todos tenemos móvil para que nos encuentren y nos localicen. Pues lo mismo pasa con las redes sociales, los que hoy en día todavía tienen reticencia a estar presente en las redes sociales poco a poco se darán cuenta que éste es el nuevo medio de comunicación a través del cual las personas y las empresas hablan, por lo tanto, poco a poco, las cosas van a ir cambiando y es mejor que nos vayamos ajustando en la medida de nuestras posibilidades y de nuestros conocimientos.

Juanita Acevedo Segura es una experta y excelente comunicadora estratégica, entusiasta, visionaria, con alta orientación hacia la excelencia en el servicio y mucha actitud y acción. Hablamos de la comunicación, pero qué mejor manera, también, Juanita, que comunicarnos a través de la música. Sabemos que es fan de Alejandro Sanz.



Para mí, las canciones de Alejandro Sanz tienen mucha poesía, tiene unos mensajes que me llegan mucho. Y cada una de sus melodías me inspira muchísimo. Es uno de mis artistas favoritos desde siempre.

Hemos de decir que Juanita Acevedo es directora ejecutiva de Advanced Service, conferenciante internacional y docente en instituciones altamente reconocidas.

Sin olvidar esos conceptos generales de marketing, *Coaching para la acción* subraya también la necesidad de aplicar ese marketing a la persona, a la persona como valor porque todos tenemos una marca desde que nacemos, ¿cómo hemos de registrarla?

Lo primero es ser conscientes de ello, que cada uno de nosotros tiene un nombre y realmente eso es la marca personal. Ahora bien, un nombre es aquello que te distingue, que te identifica, pero tú lo tienes que llenar de más cosas, tú lo tienes que llenar de valores, tú lo tienes que llenar de hábitos, de costumbres, de competencias, de aficiones, de conocimientos y lo tienes que ir formando poco a poco. La marca personal no es una estrategia, ahora está muy de moda y todo el mundo habla de estrategias de marca personal, de *personal branding*, pero esto no es algo nuevo, ha sido así toda la vida y consiste en trabajar tu reputación día a día, en que tú partas del quien eres y que no solamente se quede en una imagen. Lo primero, siempre, es que te conozcas a ti mismo, ¿quién eres?, ¿cuál es tu esencia?, ¿cuáles son tus valores? Después pasamos a la imagen, mostrar lo que eres, porque una cosa fundamental es la importancia del ser, del parecer y demostrar lo que eres, porque puedes ser muy bueno en una cosa pero si no lo demuestras no te van a conocer. Por lo tanto, tan importante es ser como parecer cuando hablamos de marca personal.

Juanita Acevedo Segura, autora de *Coaching para la acción*. Gracias por darnos herramientas de marketing tan necesarias para triunfar en nuestra vida personal y profesional, gracias por ser una mujer que comunica bien y que nos hace llegar a buenos puertos. Una mujer estratégica, visionaria, persistente, con una marcada orientación hacia esa excelencia en el servicio y un alto interés por la generación de cambios de impacto positivo en personas, empresas y de la sociedad en general. Un abrazo Juanita.

Muchísimas gracias Virginia, me ha encantado conversar contigo.