

Cómo crear una red de embajadores de marca internos B2B

6 PASOS A TENER EN CUENTA.
B2B HR MARKETING

The logo for 'ComeOn! Brands' is positioned in the bottom right corner. It features a large red circle on the left. To the right of the circle, the text 'ComeOn!' is written in a white, bold, sans-serif font. Below 'ComeOn!', the word 'Brands' is written in a larger, white, bold, sans-serif font. To the right of 'Brands', the words 'B2B' and 'MARKETING' are stacked vertically in a smaller, red, bold, sans-serif font.

ComeOn!
Brands B2B
MARKETING

B2B PEOPLE BUSINESS

No nos damos cuenta pero los **propios empleados de una organización B2B**, son los mejores embajadores de marca que puede tener una compañía.

Tienen un poder inimaginable en estrategias de branding, social selling y atracción y fidelización de talento. Sin duda, el mejor altavoz para hacer crecer tu marca, tus ventas y tu cultura corporativa B2B.

Crear una red de embajadores de marca internos en tu compañía y poder activarla es la mejor manera de formalizar una relación con personas de tu compañía que tienen una conexión especial con tu marca.

A través de la construcción de esta red es posible reclutar para tu causa y tus objetivos estratégicos a tus mayores defensores. Estos de manera autónoma **promocionarán tu compañía en sus redes sociales**, en otras páginas web, en eventos públicos, en ferias comerciales, a través de interacciones cara a cara y otros...

Atentos, porque os cuento qué pasos tenéis que dar para crear una buena red.

6 pasos a dar para crear una buena red de embajadores de marca internos.

1. **Conocer los objetivos de la compañía** para proponer su participación a los embajadores correctos que te ayuden a conseguirlo. No es lo mismo un objetivo de ventas, que de branding o de atracción de talento. Aunque todo suma, la participación de una persona del departamento de ventas como embajador siempre beneficiará a incrementar la cifra de negocio de la compañía, entre otros objetivos.
2. **Elegir a los mejores embajadores posibles.** Embajador de marca interno pueden ser desde personas voluntarias, personas que reclutas entre tus empleados o profesionales externos vinculados con tu organización.
3. **Formación sobre Embajadores de Marca.** Una vez seleccionados, debemos informar y formar a la red sobre objetivos, beneficios para ambos y formas de ejecución.
4. **Crear y compartir contenido segmentado.** La compañía debe disponer de recursos suficientes para la creación de contenido (posts blog, posts rrs, videos, infografías....) segmentado por tipo de embajador para que pueda ser utilizado en sus propias redes sociales. Es importante definir esas temáticas que estén vinculadas al rol profesional que desempeña ese empleado.
5. **Reconocimiento y recompensas** a través de técnicas de gamificación. Podemos elaborar un ranking de empleados en función de su actividad y premiarlos a través de beneficios no solo económicos. (viaje fin de semana, regalo concreto, entrada deportiva...).
6. **Medición y análisis de resultados.** Podemos medir y analizar la actividad de cada embajador para ver su aportación a objetivos y analizar puntos de mejora de la propia red.

¿Quién puede ser un embajador de marca interno de tu compañía B2B?

Un embajador de marca interno B2B puede ser una persona voluntaria de la compañía, persona que reclutas entre tus empleados o también un profesional externo muy vinculado con la organización.

La diferencia entre un influencer y un embajador de marca interno es que los primeros son líderes de opinión que no tienen una relación estrecha con la marca. En cambio los segundos, empleados de la organización sí que tienen esa relación más estrecha con la marca.

Pero **¿a cual de todos tus empleados le puedes proponer ser Embajador de Marca de tu compañía?:**

Se buscan líderes informales dentro de la organización, personas con capacidad de influencia.

- ★ Personas con empatía con la marca.
- ★ Personas con reputación.
- ★ Con conocimiento de la empresa.
- ★ Personas con talento para comunicar y con presencia en RRSS.
- ★ Personas que han de dedicar tiempo y atención a su rol de embajador.

El 3% de los empleados son líderes informales e influncian en el 85% del resto de empleados.

¿Qué hacer para convertir a empleados en embajadores de marca?

William Arruda, experto en personal branding dice que para **transformar empleados en brand ambassadors**, hay que seguir estos 3 pasos:

- **Personal Branding**

Es necesario **mostrar interés por los empleados y garantizar que se encuentren bien en la empresa**. Es importante interesarse por el potencial que tienen apoyando su crecimiento personal y profesional. De esta manera, verán en la empresa un lugar en el que avanzar y crecer profesionalmente.

- **Conciencia de marca**

El CEO y los cargos directivos deben **educar a todo el equipo en el conocimiento de la marca**. Para que todos los empleados sepan exactamente qué posiciona y qué diferencia a la marca de la competencia.

- **Conectar lo personal con lo corporativo**

Suele haber cierta confusión sobre este punto, así que William Arruda arroja luz tratando de invertir la situación habitual logrando que la marca personal y la marca corporativa no compitan, sino cooperen. Se trata de que **la empresa ayude al empleado a construir y proyectar su marca personal** de manera que los objetivos personales y los objetivos corporativos estén integrados.

Tú también puedes crear tu propia red de embajadores de marca interno y verás los resultados.

¿Hablamos?

Espero haberte ayudado.
GRACIAS

MONICA DOMINGUEZ
CEO & Founder ComeOn Brands! B2BMarketing
marketing@comeonbrands.com
www.comeonbrands.com

The logo for ComeOn! Brands B2B Marketing is located in the bottom right corner. It features a large red circle on the left. To the right of the circle, the text "ComeOn!" is written in white, with "Come" in a standard font and "On!" in a bold, sans-serif font. Below "ComeOn!", the word "Brands" is written in white, with a small black dot above the letter "a". To the right of "Brands", the words "B2B" and "MARKETING" are stacked vertically in a smaller, red, sans-serif font.

ComeOn!
Brands B2B
MARKETING