

# # ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

Semana 3. EL DNI DIGITAL

AUTORES:

**Arturo de las Heras García**

**Santiago Hernández Hernández**



## Semana 3:

### EI DNI DIGITAL

- [Introducción al correo electrónico](#)
- [¿Qué requisitos debe tener mi cuenta de correo?](#)
- [¿Cómo se crea el correo electrónico de Gmail?](#)
- [Otros servicios de Google y su aplicación a la marca personal](#)

## INTRODUCCIÓN AL CORREO ELECTRÓNICO

Como sabes, el correo electrónico es un servicio que se utiliza principalmente para intercambiar mensajes y archivos de manera inmediata, utilizando sistemas de comunicación electrónica. La rapidez, eficiencia y bajo coste han conseguido que relegue al correo postal en el día a día de las personas.

En relación con la marca personal, **el correo electrónico o e-mail** nos aporta mucho más que eso, pues **va a ser el equivalente a nuestro carné de identidad, nuestro DNI o Pasaporte en la red.**

Al igual que si queremos abrir una cuenta en un banco o realizar cualquier trámite administrativo en el mundo físico necesitamos tener un documento de identidad, lo primero que nos van a pedir si vamos a abrir una cuenta en una red social o crear un blog es una dirección de correo electrónico.



Seguro que ya tienes una cuenta de correo electrónico o varias. Lo que estamos proponiendo es que abras otra exclusivamente para gestionar tu marca personal. Nuestra propuesta es que te lo tomes como un trabajo adicional. Vas a ser tu propio mánager. Tú te pondrás el horario y las tareas a realizar, y te sugerimos que cumplas, o tú mismo te acabarás despidiendo... de tus fans.

## ¿QUÉ REQUISITOS DEBE TENER MI CUENTA DE CORREO?

Nuestra nueva cuenta debe cumplir seis requisitos. Los dos primeros están relacionados con la dirección de correo, los tres siguientes con la gestión del mismo y el último con el proveedor:



### Identificativo

Como decíamos, el correo electrónico va a ser el equivalente a nuestro documento de identidad dentro de internet. Un documento de identidad sirve precisamente para identificar a su portador, por lo que a la hora de crear nuestra dirección de e-mail incluiremos nuestro nombre y evitaremos motes o palabras que no suenen profesionales.


	<i>superman@hotmail.com</i>
	<i>josegomez@gmail.com</i>

### Fácil de recordar

La sencillez es un segundo rasgo que debe poseer nuestra dirección de correo. Un correo puede identificarnos perfectamente pero ser demasiado enrevesado, lo que puede ocasionar errores a la hora de apuntar nuestra dirección por parte de nuestros públicos.

	<i>Frcscofernandz@gmail.com</i>
	<i>franciscofernandez@gmail.com</i>

En ocasiones, nuestra cuenta de correo deseada se encuentra ya registrada por otro usuario, por lo que debemos buscar soluciones, como utilizar puntos, iniciales o nuestra fecha de nacimiento.

	<i>juan.antonio.rodriguez@gmail.com</i>	<i>j.a.rodriguez@gmail.com</i>	<i>joseantoniorodriguez2507@gmail.com</i>
---	---	--------------------------------	---

.../...

.../...

## Unicidad

Todas las cuentas que tengamos ya o creemos nuevas en redes sociales o blogs las asociaremos a la misma dirección de correo, puesto que así gestionaremos más fácilmente nuestra marca. Si todas las cuentas las tenemos vinculadas a una misma dirección de e-mail, recibiremos todas las alertas y mensajes en un mismo lugar, lo que nos facilitará enormemente el trabajo cuando empiece a crecer el número de mensajes recibidos.

## Exclusividad

Por la misma razón de facilitarnos el trabajo, conviene que los correos con alertas de las redes sociales no se mezclen con el resto de nuestros correos electrónicos, así podremos dedicar un tiempo diario solamente a este tema y nos permitirá que tampoco nos excedamos en dedicación. Las redes sociales son un “ladrón de tiempo” muy peligroso al que hay que ponerle coto y esta es una buena forma de hacerlo.

## Permanencia

La cuenta debe ser permanente, no debería depender de la empresa en la que trabajas actualmente. Evita crear cuentas en redes sociales o blogs vinculándolas al correo del trabajo ya que en caso de cambiar, nuestro correo electrónico podría ser eliminado, quedando inutilizadas nuestras cuentas en redes sociales.

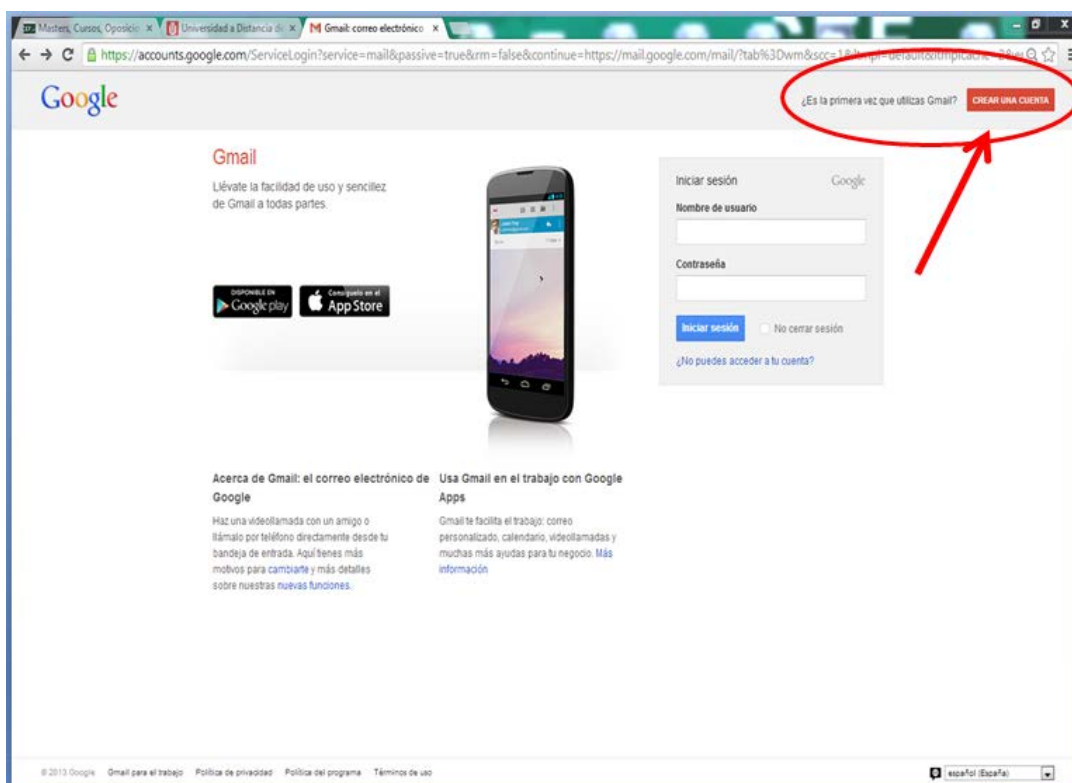
## Cuenta en Gmail

Recomendamos tener la cuenta en Gmail, el correo electrónico de Google, ya que es gratuito, funciona muy bien y es la llave que abre la puerta de toda una serie de servicios que el gigante norteamericano pone a disposición de sus usuarios. Para algunos de ellos necesitas disponer de una cuenta de Gmail, para otros, tenerla enriquece mucho la experiencia de usuario.

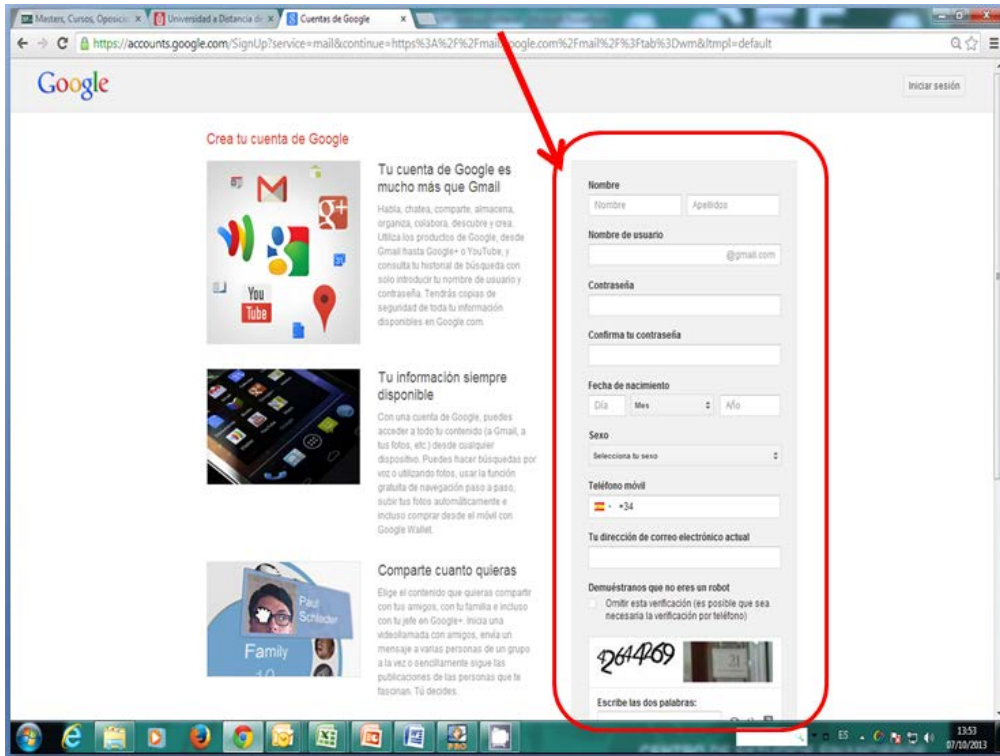


## ¿CÓMO SE CREA NUESTRO CORREO ELECTRÓNICO DE GMAIL?

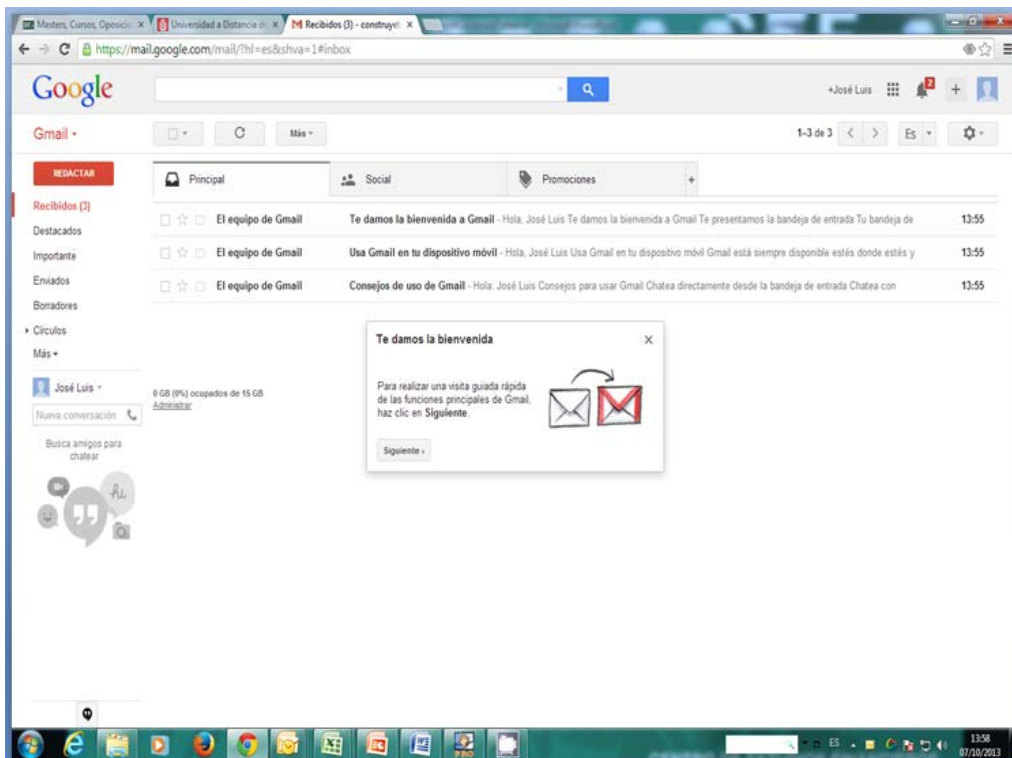
Crear nuestra propia cuenta de correo electrónico de Google no podría resultar más sencillo. Basta con ir a la [página de Gmail](#) y seleccionar “Crear una cuenta”.



A continuación se abrirá un formulario en el que tendremos que rellenar algunos datos, y ya habremos completado nuestra cuenta.



La siguiente pantalla ya nos lleva a nuestra bandeja de entrada, donde encontraremos algunos mensajes de Google dándonos la bienvenida y enseñándonos a utilizar la herramienta.



---

### EJERCICIO 1. Gmail

Crea tu propia cuenta de Gmail siguiendo las instrucciones para que esté perfectamente preparada de cara a gestionar nuestra marca personal.

---

## OTROS SERVICIOS DE GOOGLE Y SU APLICACIÓN A LA MARCA PERSONAL

### Google Alerts

Es el sistema de alertas de Google. De forma sencilla, [Alerts](#) nos avisa en nuestro correo electrónico cada vez que entra en el buscador un documento, imagen, vídeo, etc. que contenga las palabras que nos interese seguir. **Imaginemos lo útil que es para nuestra marca personal recibir una alerta cada vez que se publica algo en internet sobre nosotros.** Permite reaccionar con celeridad, conocer si lo publicado es bueno o malo y defenderse en caso de que sea negativo.

Además, permite elegir la periodicidad con la que se reciben las alertas: una vez al día, una vez a la semana o siempre que se publique algo. Lo recomendable es recibir las alertas una vez al día para las de nuestro nombre o palabras muy específicamente relacionadas con lo que nos interesa, y una vez a la semana para las que sean más generales.

#### EJEMPLO 1. Cocinero

- Alertas diarias: “Nombre apellido”, “Receta”.
- Alerta semanal: “Cocina”.

### Google Shortener (el acortador de URL de Google)

Una URL es la dirección de una página web, por ejemplo el vídeo del capítulo anterior se encuentra en la siguiente URL:

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventura-del-saber-arturo-heras/2044328/>

.../...

.../...

Está dirección es muy larga, lo que ocasiona verdaderos problemas cuando tenemos límite de caracteres para la publicación, como por ejemplo en Twitter, donde tenemos que lanzar nuestro mensaje con un máximo de 140 caracteres.

[Shortener](#) reduce la URL sin que pierda las propiedades del enlace:

<http://goo.gl/Xo2Q68>

Se pueden acortar las URL sin necesidad de contar con Gmail, pero si lo hacemos estando registrados, Gmail nos ofrecerá estadísticas de cómo han funcionado nuestras publicaciones: nos muestra el número de clics, el día, la hora y la ubicación de las personas que nos visitan, las páginas de las que vienen, etc. Esto es **de mucha utilidad para saber qué contenido de lo que colgamos en las redes sociales obtiene más visitas**.

#### **EJEMPLO 2. Shortener**

[http://goo.gl/#analytics/goo.gl/hg4NU/all\\_time](http://goo.gl/#analytics/goo.gl/hg4NU/all_time)

Youtube **(el portal más importante para compartir vídeos en internet)**

Podemos acceder a [Youtube](#) y ver vídeos de otros usuarios sin necesidad de registrarnos, pero para poder subir nuestros propios vídeos se necesita tener una cuenta de correo de Google.

Es fácil imaginar la importancia de poder colgar contenido en este portal, líder en cuanto a vídeos se refiere y segundo buscador más utilizado del mundo. El mensaje audiovisual obtiene un índice de atención y de recuerdo muy por encima del texto plano.

Lo explicaremos más adelante, pero desde este momento es importante que te concentres en la selección de las palabras que formen el título y descripción de tus vídeos. Deben ser palabras que la gente utilice habitualmente para encontrar ese contenido. Busca las palabras más comunes que puedas.

.../...



.../...

## Google+

Google también cuenta con una de las redes sociales más importantes, [Google+](#), a la que dedicaremos un tema entero. Por supuesto, también se necesita una cuenta de Gmail para poder acceder a esta plataforma.

## Google Analytics

[Analytics](#) es una **herramienta de estadísticas que nos permite medirlo todo sobre nuestra página web o blog**: como si fuera un espía, nos indica cuáles son las páginas más visitadas, de dónde vienen nuestros visitantes, si llegan desde un ordenador, un móvil o una tableta, el sistema operativo del usuario, el navegador utilizado, cuánto tiempo se quedan en la página, la ciudad, el país, las palabras clave que utilizaron para encontrarlo, si vienen de un buscador, etc., etc., y gratis. Es una herramienta profesional que Google ofrece de forma gratuita.

Esta información te va a resultar especialmente interesante para poder medir qué información de tu web o blog interesa más.

Cuando hablemos de los blogs enseñaremos cómo implementar Analytics.

## Adwords

También es necesario contar con una cuenta de Google para anunciarse a través de [Google Adwords](#), la herramienta de publicidad contextual de Google. Cuando buscamos un término en Google los resultados que se nos muestran son de dos tipos: gratuitos (reciben el nombre de orgánicos) o de pago. Google muestra anuncios por palabras de pago que cobra a los anunciantes a “coste por clic”. Es decir, el anunciante solamente paga si el usuario hace clic en el anuncio.

Poner publicidad puede ser útil en algún momento para traer a visitantes que no nos conocerían de otra manera.

.../...

.../...

**Resultados gratuitos (organicos)**

- Marketing Online - Publicidad en buscadores  
www.digitalmarketing.es  
Posicionamiento SEO
- eMascaró Crossmedia | emascarocrossmedia.com  
www.emascarocrossmedia.com  
Líderes en Marketing Interactivo y Comunicación Online
- Estrategia de Marketing - Tu empresa necesita un camino.  
www.iomarketing.es  
Un plan, un objetivo y acciones.
- Agencia Marketing Online. Consejos Adwords. Especialistas en ...  
www.desmarkt.com/  
Especialistas en Marketing Online con experiencia desde 1.999, en Posicionamiento en Buscadores. Experiencia y resultados nos avalan. PPC y Adwords.  
Quiénes Somos - Redes Sociales - Social Media - Donde Estamos
- Agencia marketing online publicidad en Internet y posicionamiento  
www.bitmarketing.es/  
BITmarketing es una agencia especializada en el marketing online no intrusivo. Optimizamos tus resultados en internet por medio de servicios como ...

**Resultados de pago (AdWords)**

- Marketing Online  
www.adwords.google.es/Publicidad  
¡Empieza a hacer marketing online con Google AdWords!
- Online marketing  
www.nonstopconsulting.es  
Profesionales de SEM y Afiliación. Paga solo por resultados.
- Coste por Clic  
www.costeporclick.com  
Atrae a tus clientes potenciales. ¡Publica tu anuncio ahora!
- Dirección de Marketing  
www.eae-deusto.es/Direccion-Marketing  
Programa Superior en Direccion Marketing. ¡Informaté Aquí!
- Publicidad En Internet  
www.publicidadeninternet.biz  
Marketing Online. Campañas SEO- Posicionamiento Natural

**Google Calendar**

[Calendar](#) es un calendario on-line en el que podemos apuntar todas nuestras reuniones y recibir un aviso de todos nuestros compromisos. También nos permite sincronizarlo con el teléfono para que podamos tener acceso a la herramienta desde cualquier lugar o compartirlo con otras personas.

**Google Drive**

[Drive](#) es una herramienta que proporciona almacenamiento gratuito “en la nube” para subir documentos y compartirlos con otros usuarios, y de esta manera poder trabajar colaborativamente. Resulta muy útil poder acceder a un documento desde cualquier dispositivo solamente con una conexión a internet.

**EJERCICIO 2. Google y sus herramientas**

Utiliza la cuenta ya creada en Gmail para acceder a todas las herramientas que hemos visto que ofrece Google y prueba su funcionamiento.