

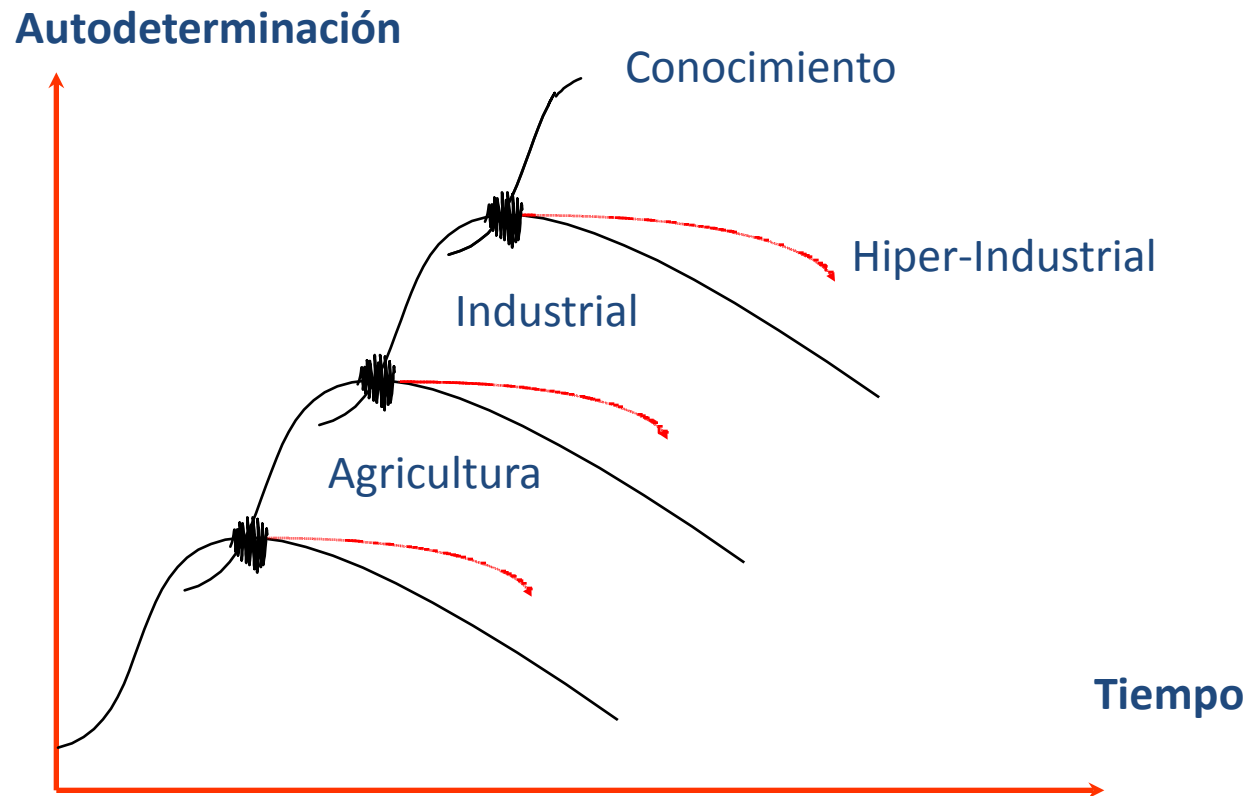
Tu marca profesional

Rafael Oliver
TDC – Taller de Clientes



Organiza: **COEV**
Junio 2012

Evolución sociedad/economías



Fuente : Modificación sobre Tabla de F. Gómez-Pallete, "Evolución de las Organizaciones"

El futuro del trabajo

- Trabajar para una compañía hasta la jubilación
- Con los mismos compañeros prácticamente
- En una misma ciudad
- En una tarea constante
- **¡Olvidadlo!**

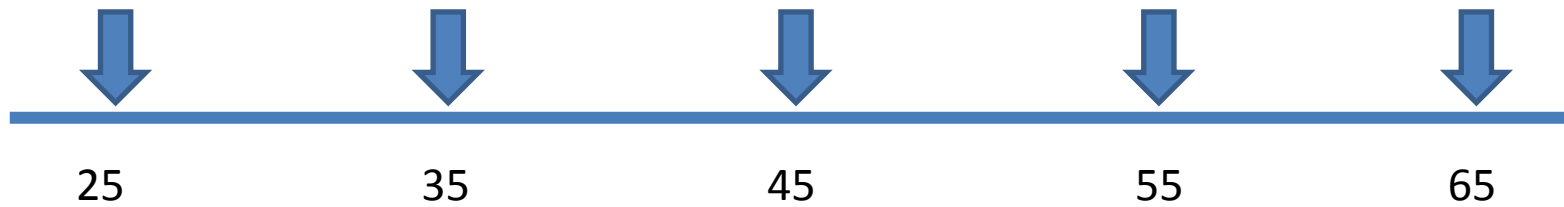
Nuevo trabajo

- *Si todo el mundo tiene acceso al conocimiento, la responsabilidad de aprender será de cada uno*
- *Crearte un trabajo a tu medida. 40% del total*
- *Especialización vs experiencia*
- *Mucha especialización vs fácilmente sustitutos*
- *Individual y en equipo. Trabajo colaborativo*
- *Para varias empresas*
- *Trabajo \neq dinero $=x$ significado*
- *Desde casa y/o en el extranjero*
- *Servicios transversales*
- *Estudios para puestos disponibles*
- *Sólo las pymes crean empleo*
- *¿Pensiones?*

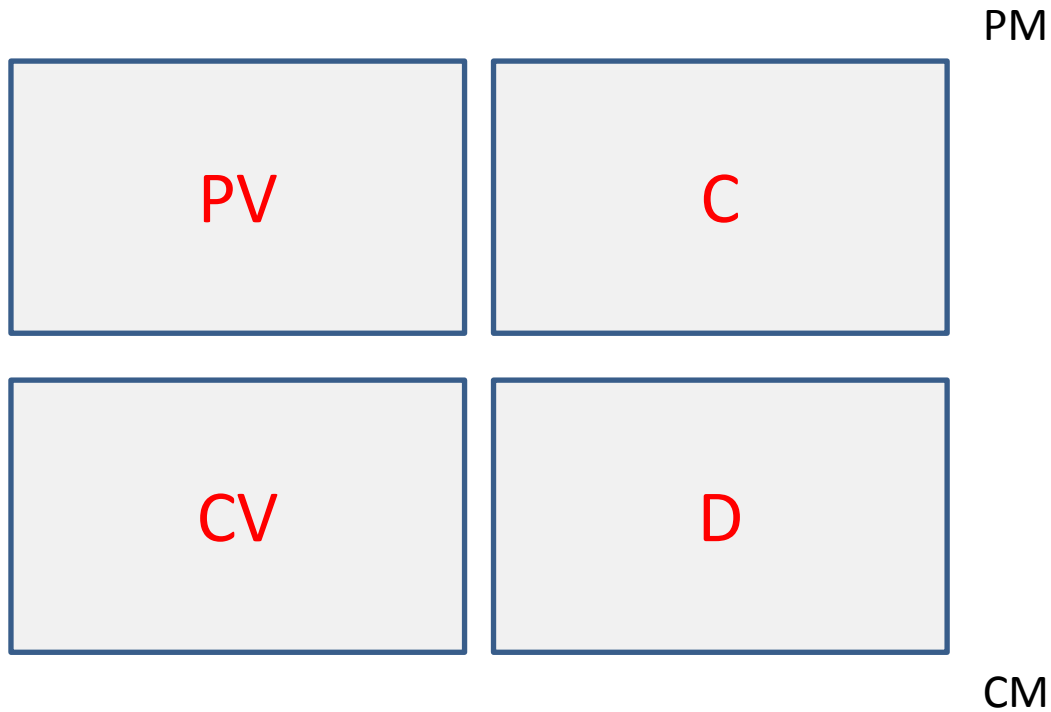
La aproximación adecuada...

Rafael Oliver, en fase Beta permanente

Horizonte temporal laboral



Modelo de negocio



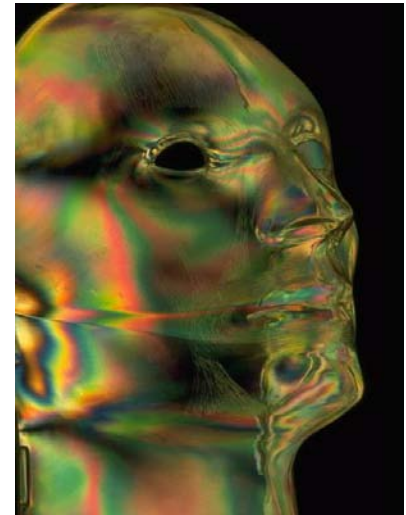
Marketing Personal

- Proceso básico del Marketing Personal:
 - Objetivos personales-Personalidad-Conocimiento-Intuición-Preferencias-Comodidad-Mercado- Aversión a la Movilidad
 - **Posicionamiento**
 - **Marketing Mix**
 - **Activación**

Posicionamiento

Imagen que el consumidor tiene de una marca / producto / empresa, en torno a las siguientes posibles dimensiones:

- Características producto/servicio
- Beneficios frente a competidores
- Relación calidad-precio
- Símbolos culturales



¿Cómo se recorre el Camino de Santiago?



- Con un objetivo claro, un propósito



- Ruta planificada



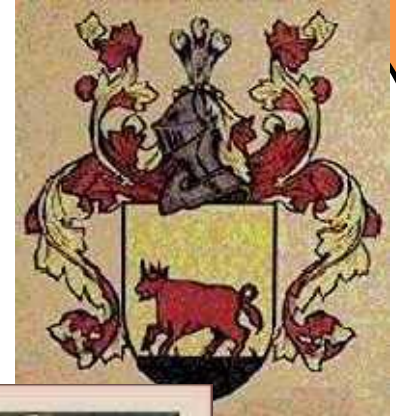
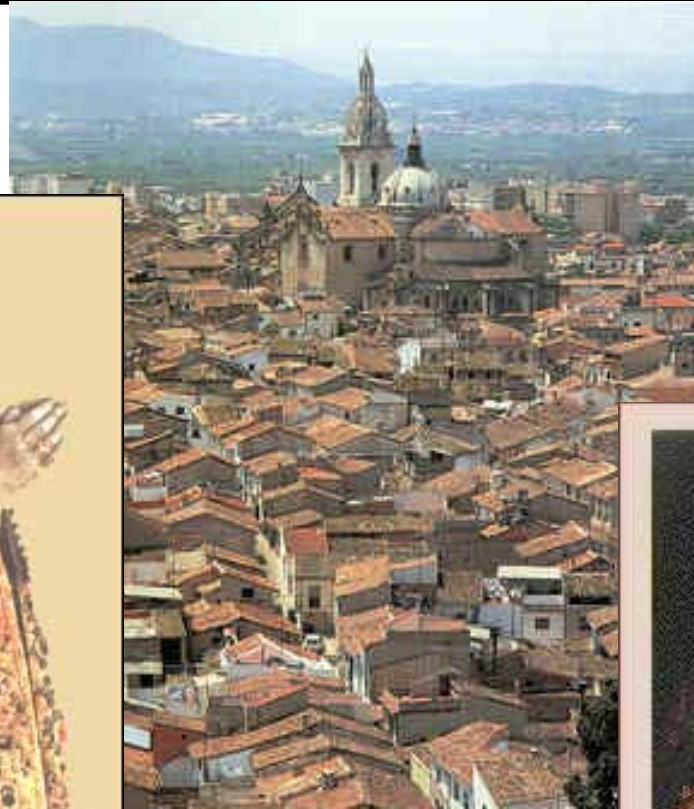
- Instrumentos



- Mentalidad: “Morir cien veces, rendirnos, nunca”

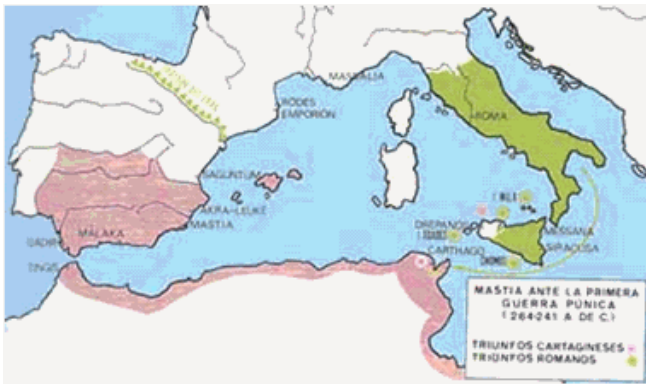


Borgias de Xàtiva



La fuerza de la visión: Aníbal Barca

- *“Si hay caminos, los encontraremos. Si no existen, los abriremos.”*



Marketing Personal

- ¿Qué será en este caso el producto?
 - Contenido. Conocimientos
 - Storytelling. El LNV
 - Análisis por Competencias
 - Formación
 - Prácticas
 - El aprendizaje y la experiencia

Marketing Personal

- ¿Qué será en este caso el precio?
 - Salario
 - Otras remuneraciones (en especie, horario, etc.)
 - Otras recompensas que no cotizan
 - Precio servicio
 - Aporta significado, sentido

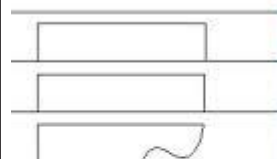
Marketing Personal

- ¿Qué son en este caso los canales de distribución?
 - Networking
 - Herramientas 2.0
 - Notoriedad/Reputación

Marketing Personal

- ¿Qué será en este caso la comunicación?
 - Marca personal
 - Elegir bien los nombres y símbolos
 - Llenar ese *contenedor* de forma gestionada
 - Networking
 - Herramientas 2.0

Marca personal Imagen



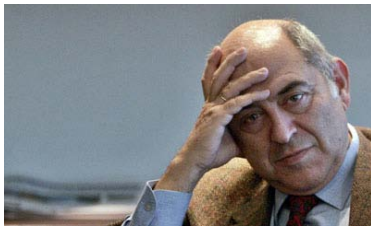
ernesto
jiménez



Habilidades

- Comunicación no verbal
- Saber preguntar
- Saber tomar decisiones
- Dominar el Storytelling
- Pensamiento crítico
- Pensamiento apreciativo

“Somos inteligencias emocionales. Sistemas biológicos cargados de Información. Nada nos interesa más que los sentimientos, porque en ellos consiste la felicidad o la desdicha”



José Antonio Marina



Rafael Muñoz

- Iguala la marca de Michael Phelps con la que ganó el oro en los Juegos Olímpicos de Pekín



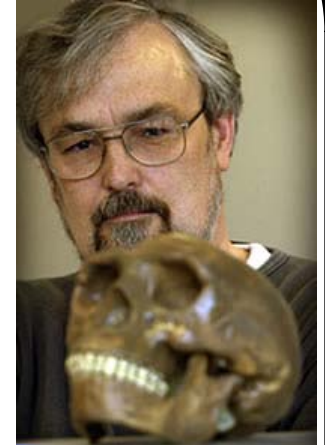
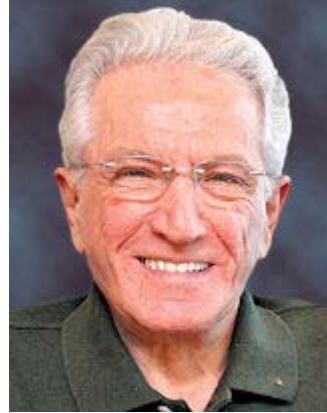
Parte 2



COEV
Junio 2012

Nº de Durban Ley de Girard

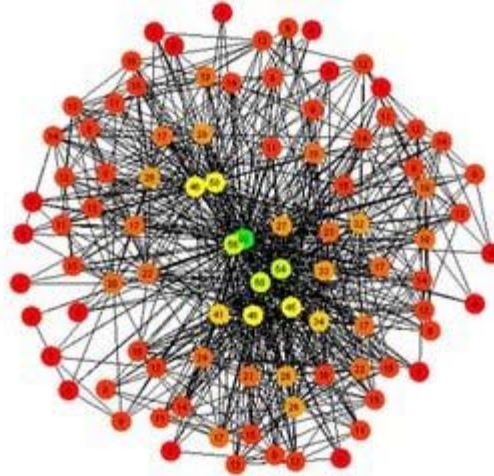
- Ley 250 contactos
- Joe Girard
- Record venta automóviles



- 147,8 es el número promedio de relaciones sociales estables en un ser humano...
- ... podría indicar el límite de personas que pueden llegar a formar un grupo orgánico estable sin una estructura de autoridad piramidal

Comunidades

- Los grupos, redes y organizaciones son tales en la medida que comparten ciertas cosas y se producen interacciones de algún tipo.

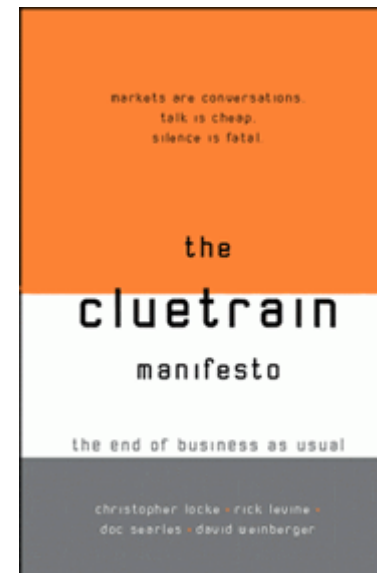


El Cluetrain Manifesto

- El tren de las pistas (clue train) se detuvo allí cuatro veces al día durante diez años y ellos nunca aceptaron una entrega

Veterano de una firma que caía en picado de la lista de 500 de la revista Fortune

Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls y
David Weinberger



Los mercados son conversaciones

- Los mercados son conversaciones +
- Las organizaciones son conversaciones +
- Los seres humanos se constituyen y crean su mundo en el lenguaje, en conversaciones (F.Flores) =
Administrar es conversar
- Función: la coordinación de acciones colectivas en las organizaciones y la flexibilidad para explorar nuevas posibilidades de acción. Colaborar, compartir, aprender, innovar, etc.

Buzz, WOM y Viral Marketing

- El **WOM** no es un hermano del **Buzz** marketing, sino que es su Padre
- No se pueden comparar, pues no están al mismo nivel. **Wom** marketing es un paradigma global, mientras que **Buzz** marketing es más bien una técnica o un enfoque
- Los objetivos pueden ser distintos... **Buzz** marketing se queda en Notoriedad, ruido. El **WOM** marketing puede querer ir más allá, como por ejemplo, análisis de los ejes de las conversaciones, jerarquía de las fuentes, etc.
- Internet, sobre todo en su evolución 2.0 ha conseguido que ambos se desarrollen y crezcan de manera exponencial, permitiendo además una medición, dentro de lo cabe, posible y recomendable
- Una campaña de **Buzz** marketing puede generar recomendaciones, pero principalmente el efecto que va a conseguir es un *“¿Te has enterado de...?”*
- Los límites conceptuales son muy pequeños, pues hablar de **buzz** es hablar de **WOM** (porque forma parte de éste). Lo mismo pasa con otros conceptos como marketing **viral**, **influential** marketing, etc.
- Lo importante de todo esto es comprender el origen, desarrollo y evolución de esta forma de entender el marketing, más que dilucidar sobre si nuestra campaña es **buzz** marketing o marketing de boca a oído.

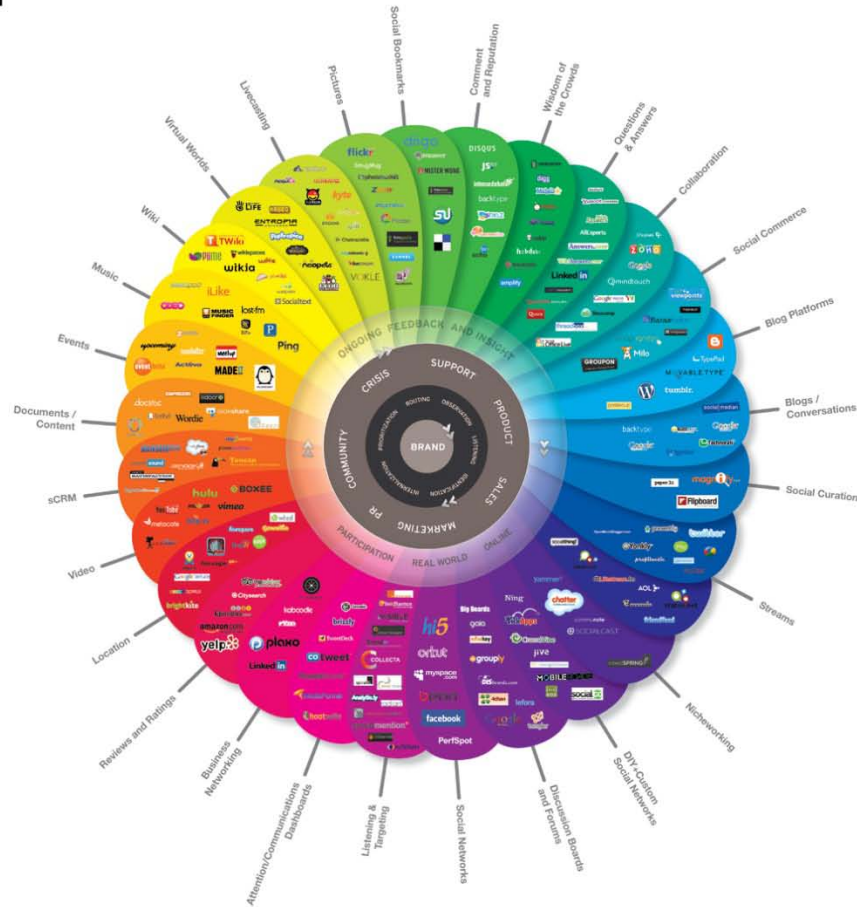
Herramientas Web 2.0

- Son aquellas surgidas de la web 2.0 o "Web Social" que nos permiten dejar de ser un receptor de comunicación y pasar a tener la oportunidad de crear y compartir información y opiniones con los demás usuarios de internet. Las tecnologías Web 2.0 pueden cambiar profundamente nuestra manera de trabajar e interactuar con compañeros y clientes en cualquier tipo de organización, incluidas las empresas

Brian Solis

THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by Brian Solis & JESS3



For more information
check out theconversationprism.com

Parte 3



COEV
Junio 2012

Networking

- Networking: ampliar el círculo de conocidos, fortalecer esas relaciones, ayudar para ser ayudado, es algo que los buenos gestores hacen todos los días. Algunos más y mejor, unos de forma natural y otros con entrenamiento, unos de forma tradicional y otros, además, con la ayuda de las nuevas tecnologías: usando profesionalmente charlas y foros, manteniendo blogs y sitios personales, o usando móviles y mensajes cortos, entre otros

Figuras clave

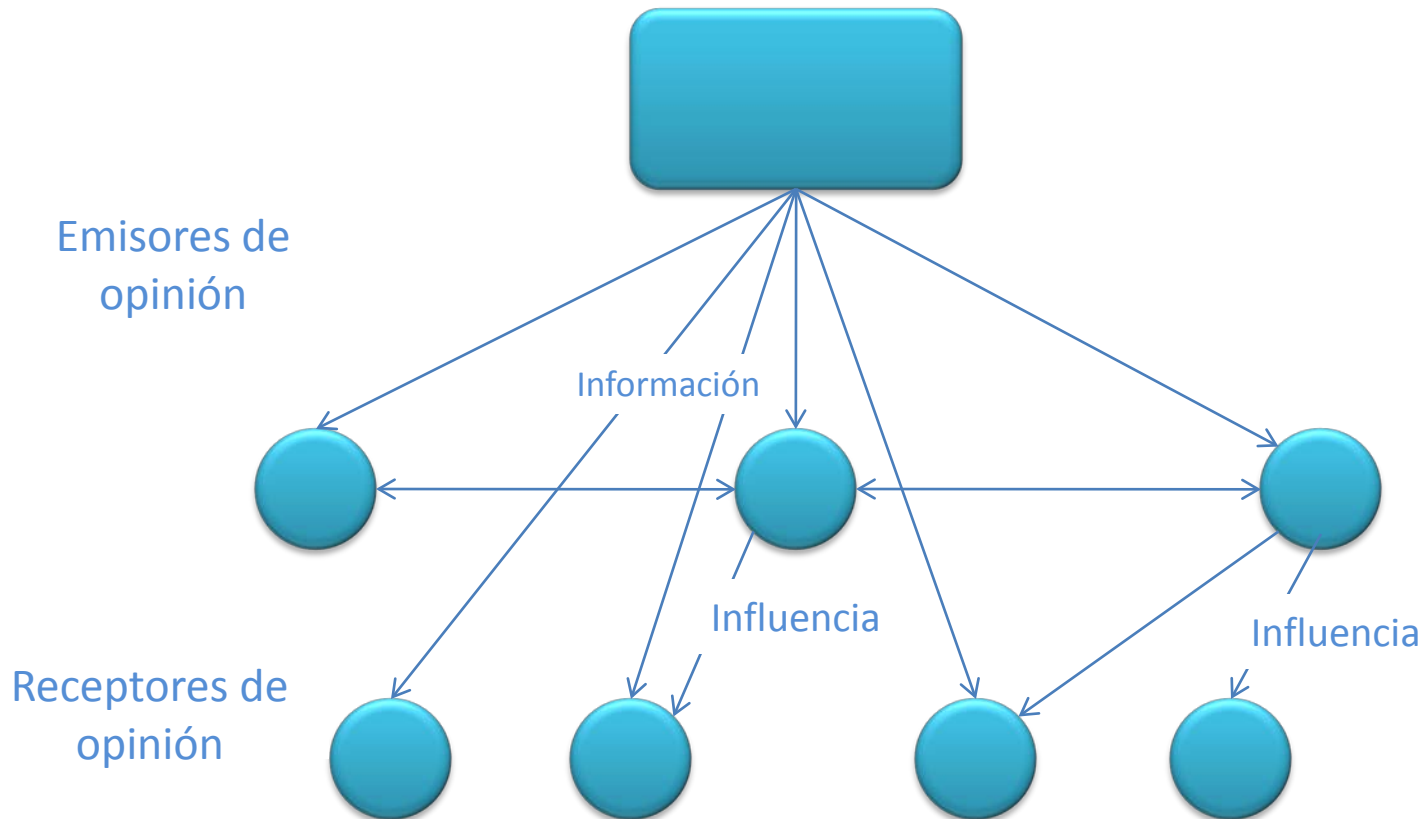
- **Influenciador** : toda la persona que declina la información a favor o en contra, o bien aporta algún tipo de información
- **Hub**: persona con un gran número de relaciones
- **Prescriptor** : es un influenciador con argumento de autoridad (médicos,...) no tiene por qué saber objetivamente del tema, sino que se intuya que sabe. Los demás le reconocen la autoridad y la experiencia necesaria para recomendar
- Los hay físicos y on line

Influenciadores

- 10% de la población
- Activador/duplicador de B/O online y off line
- En algunos mercados son el 1,5%
- Anticipadores de tendencias
- Agentes del cambio
- Bien conectados
- Actualizados
- Implicado en cantidad de actividades



Modelo en dos pasos



Networking efectivo

- 1)** El peor momento para comenzar a hacer Networking es cuando se necesita algo. El mejor momento para expandir su círculo son oportunidades tales como un nuevo proyecto, una actividad formativa o una reunión
- 2)** Para que una red sea viable, debe ser visible y accesible
- 3)** Generar espacios de afinidad con las personas con las cuales se comparten valores, objetivos y creencias. Ser generoso con el tiempo y la buena voluntad. Éstos son recursos renovables
- 4)** Desarrollar contactos y convertirlos en relaciones fructíferas interesándose primero por el otro. Primero el respeto, el conocimiento mutuo, la aportación de valor y la confianza. Luego, los negocios. Realizar acciones sin esperar nada a cambio
- 5)** Apoyar y brindar ayuda a las personas de la red
- 6)** Incluir en la red a personas con diferentes backgrounds, experiencias, estilos y habilidades

Networking efectivo

- 7) Buscar experiencias de otros para cubrir los "gaps" de habilidades propias
- 8) Apoyar otras iniciativas que puedan requerir de la propia experiencia
- 9) Identificar "bridgers", "hubs" e "influencers", aquellas personas con la habilidad innata de conectar grupos diferentes y que disfrutan en presentar a distintas personas

Estos conocen mucha gente, no sólo de su entorno sino de diversos ámbitos. Son muy sociables y vitales para toda la red de relaciones.

Sin temores, miedos ni vergüenzas inútiles, con perseverancia, pero sin agresividad

Los "influencers" son aquellos que ejercen una influencia tal que las cosas se realizan mediante la intervención de su conocimiento, reputación o habilidad

- 10) Mantener viva la red interna y externa. Cuidar la red como un bien preciado y alimentarla para que sea útil a sus miembros y manteniendo contacto frecuente

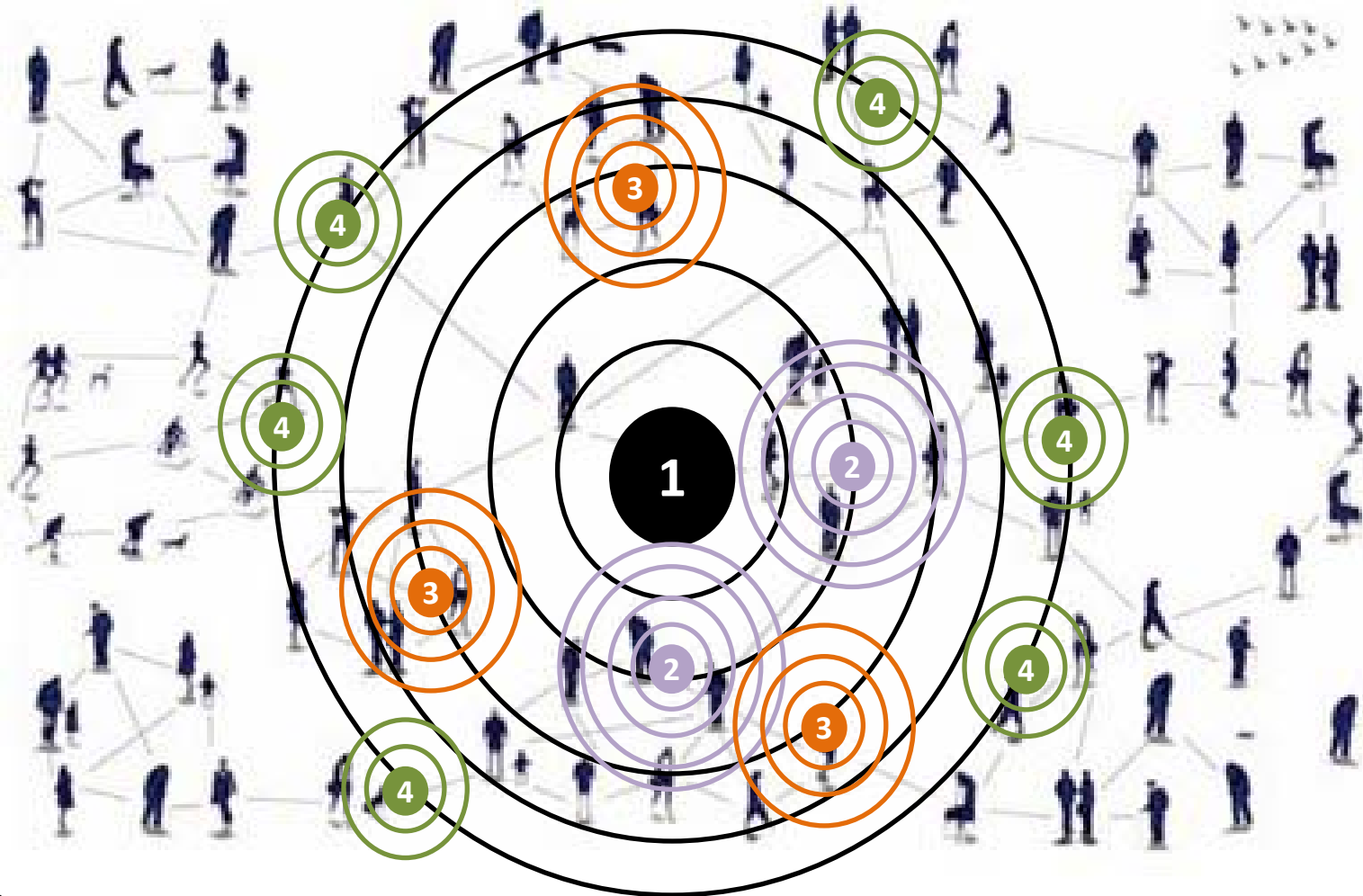
Clave

Conversaciones

Comunidad

**Contenido,
Networking
y Alcance**

Ampliando la red



A quién seguir...

- Expertos
- Consultoras
- Centros de investigación
- Periódicos y revistas
- Universidades
- Escuelas de negocios
- Líderes de opinión
- Bloggers
- Curadores de información
- Hubs
- Networking físico y 2.0

Red de contactos

- Amigos
- Compañeros
- Profesores
- Colegiados COEV
- Otras asociaciones, foros, etc.
- Compañeros de cursos formación
- Asistentes a eventos
- Compañeros de trabajo
- “Amigos” en la Red
- Usuarios de tus contenidos

Nombres

- 1.-.....
- 2.-.....
- 3.-.....
- 4.-.....
- 5.-.....
- 6.-
- 7.-
- 8.-
- 9.-
- 10.-
- 11.-
- 12.-
- 13.-
- 14.-
- 15.-
- 16.-
- 17.-
- 18.-
- 29.-
- 20.-
- 21.-
- ...n

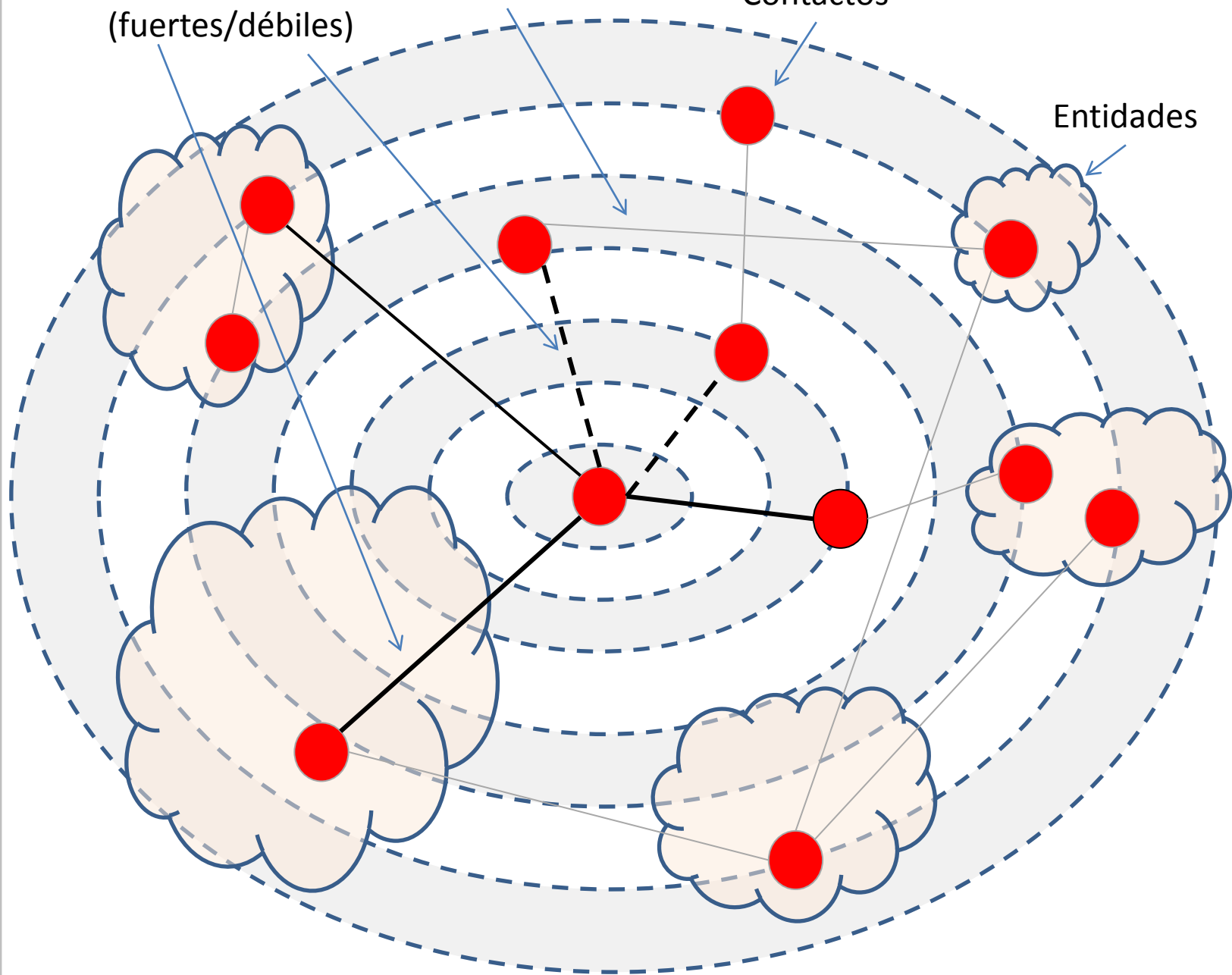
Relaciones

(fuertes/débiles)

Relaciones entre otros

Contactos

Entidades



Prueba del “9”

- Qué dice Google de ti
- Cuidado con las imágenes
- Filtrar la información que recibes y emites
- Varios perfiles

Lo que piensan de ti

- Visibilidad
- Notoriedad
- Reputación

Reputación

- Fijarse un objetivo para construirla. Después vendrá el *cómo*, *el dónde* y *el por qué* de las acciones orientadas al Personal Branding:
 - Valores
 - Identidad
 - Participación en redes sociales
 - Blog personal
 - Contenidos
 - Reputación

Reputación online

- Influencia
- Huella social
- Menciones
- Herramientas:
 - Alertas de Google
 - Social Mention
 - Review Pro
 - Klout
 - Peer Index

Parte 4



COEV
Junio 2012

Generación de Conexiones



COEV
Junio 2012

Facebook



The image shows a screenshot of a Facebook profile page for Rafael Oliver. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and the user's name and profile picture. The main content area features a large cover photo of a rainy street scene with a graffiti-covered wall. Below the cover photo is the user's profile picture and name, followed by a row of tabs for 'Actualizar información', 'Registro de actividad', and a settings icon. The 'Información' tab is selected, showing details such as 'Gerente en TDC - Taller De Clientes', 'Estudió Licenciado Ciencias Económicas y Empresarial...', 'Vive en Valencia', and 'Agregar tu ciudad de origen'. Below this are statistics for 'Amigos 341', 'Fotos', 'Mapa 1', and 'Me gusta 129'. The bottom section includes a status update prompt '¿Qué estás pensando?', a 'Amigos' section with 341 friends, and a 'Ver todos' link. The right sidebar contains advertisements for 'Tinkle España' and 'LG España', and a 'Ahora' section with a list of years from 2007 to 2012.

Primeros contactos

- Amigos, buscando reciprocidad, sin pasarse a:
- Conocidos, familia, amigos, clientes, proveedores, consultores, profesores, personas de reconocido prestigio en un sector/ciudad, personas con viajes frecuentes, los contactos diarios
- “Me gusta” con Marcas, asociaciones, otras entidades
- Los que los sistemas te sugieren
- Toques
- De otros, competidores o no

Facebook



The screenshot shows the Facebook search interface with various filters on the left side. A large blue rectangular box is placed over the middle of the page, obscuring the search results. The filters include:

- Ciudad de origen:** Escribe el nombre de una ciudad
- Ciudad actual:** Valencia, Escribe el nombre de otra ciudad
- Escuela secundaria:** Escribe el nombre de una escue...
- Amigo en común:** [Redacted], [Redacted], [Redacted], Escribe otro nombre
- Universidad:** Universitat de València, Introduce otra universidad
- Empresa:** TDC - Taller De Clientes, Instituto Tecnológico de Informática, Hewlett-Packard, Escribe el nombre de otra empresa
- Centro de estudios de posgrado:** [Redacted]

On the right side, there are several buttons labeled "+1 Agregar a mis amigos" next to search results. The top right of the page shows the user's name "Rafael Oliver" and a search bar with the text "Buscar".

Fb - Página



facebook TDC - Taller De Clientes Inicio

TDC TALLER DE CLIENTES®

TDC

TDC - Taller De Clientes
A 80 personas les gusta esta página · 4 personas están hablando sobre esto

Asesoría/Servicios empresariales
Asesorando para la Innovación comercial. Cambio a nuevos modelos comerciales para el logro de los objetivos empresariales

Información Fotos Me gusta 80 Bienvenida Servicios TDC - Talle...

Panel de administr...

Ahora
abril
2012
2011
Fundación

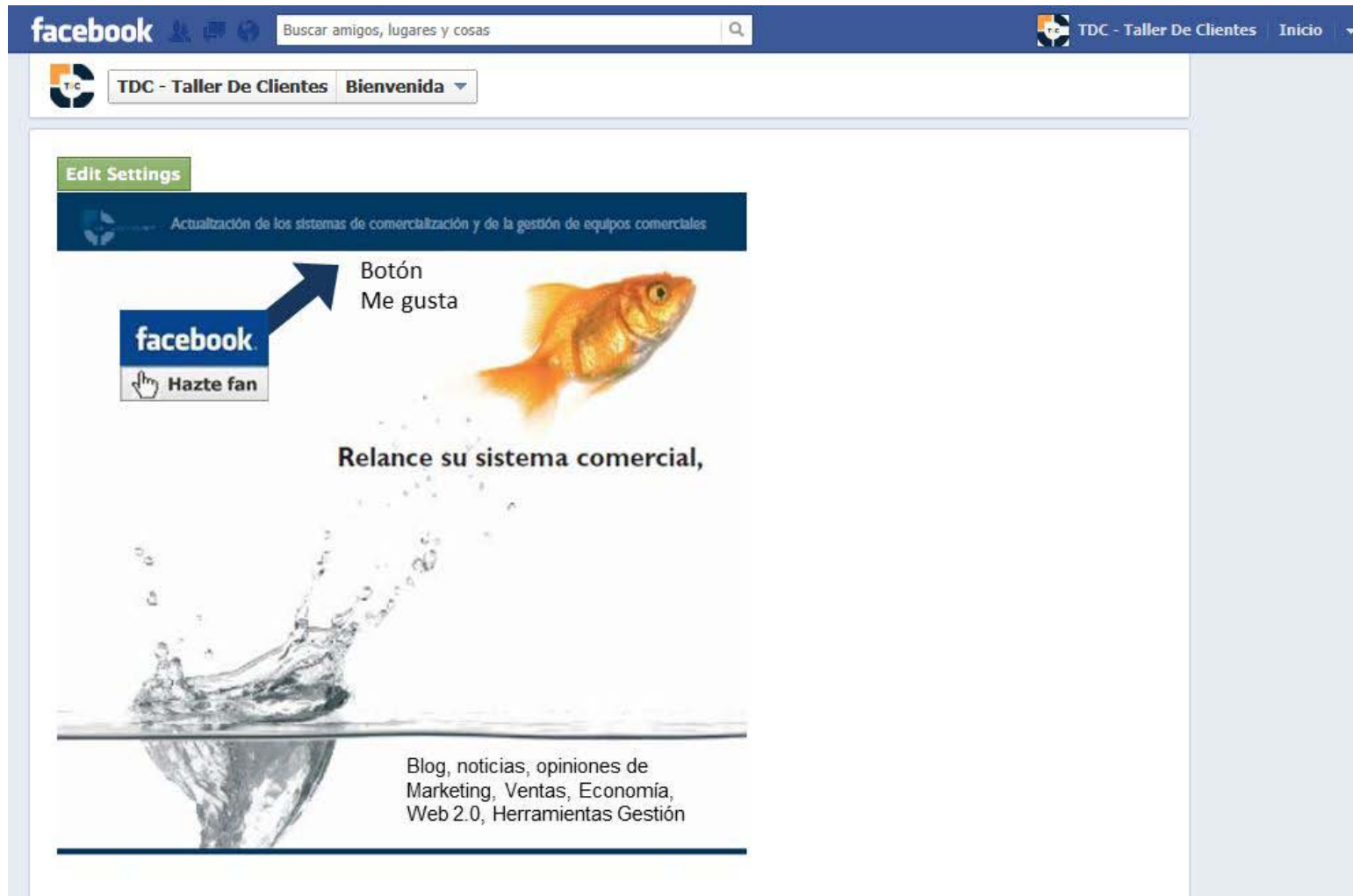
Lo más destacado

Estado Foto / video Evento, Hito +

Publicaciones recientes de otras personas en TDC - Taller De Clientes
Ver todos

w.facebook.com/photo.php?fbid=330265713685945&set=a.330265703685946.75638....

Fb - Página



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'TDC - Taller De Clientes'. The page header includes the Facebook logo, a search bar with the text 'Buscar amigos, lugares y cosas', and the page name 'TDC - Taller De Clientes' with a 'Inicio' dropdown menu. Below the header, there is a green 'Edit Settings' button and a blue banner with the text 'Actualización de los sistemas de comercialización y de la gestión de equipos comerciales'. The main content area features a blue 'facebook Hazte fan' button with a hand cursor icon. An arrow points from this button to the text 'Botón Me gusta'. Below the button is a photograph of a goldfish swimming above a splash of water. The text 'Relance su sistema comercial,' is positioned above the splash. At the bottom of the splash, there is a list of topics: 'Blog, noticias, opiniones de Marketing, Ventas, Economía, Web 2.0, Herramientas Gestión'.

Fb - Página



The screenshot shows a Facebook page for 'Dirección Comercial Blog'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user 'Rafael Oliver'. Below the header, there are navigation tabs for 'TDC - Taller De Clientes' and 'Blog Dirección Comercial'. The main content area features a blue banner with the text 'Dirección Comercial Blog' and a subtitle 'El blog de los Directores Comerciales, los Vendedores Profesionales y los Gerentes Innovadores'. Below the banner, there are several menu items: 'Sobre TDC - Taller De Clientes y el autor del Blog', 'El objetivo del Director Comercial', 'Contacto', and 'Los números del Funnel/Pipeline'. The page displays two blog posts. The first post, dated 24 ABRIL 2012, is titled 'El sector de la publicidad está pasándolo muy mal: ¡qué es verdad!' and is by 'ROLIVER2009'. It includes an orange logo and a paragraph of text. The second post, dated 23 ABRIL 2012, is titled 'El marketing y las ventas tienen una gran dinámica, pero lo fundamental permanece' and is also by 'ROLIVER2009'. It includes an orange logo and a paragraph of text.

Fb - Página



facebook Rafael Oliver Inicio

TDC TDC - Taller De Clientes Web TDC - Taller De Clientes Te gusta

Admin Tab Options Stats Settings
New! Add a Free Pinterest Tab to your Page. [Install Pinterest Tab](#)

 **TDC TALLER DE CLIENTES**

Wiki Marketing y Ventas Blog Lin

Busqueda

Síguenos en las redes sociales:  

Menú principal

- Nuestra Empresa
- Servicios TDC
- Clientes y Sectores
- Innovación Comercial
- Artículos y Documentos
- Links de Interés
- Wiki de Marketing y Ventas
- Localización y Contacto
- Mapa Web

TDC - Taller De Clientes
Consultores para la Innovación Come

Consultoría especializada en el logro de los objetivos comerciales de las pymes, mediante la implementación de nuestro sistema efectivo de

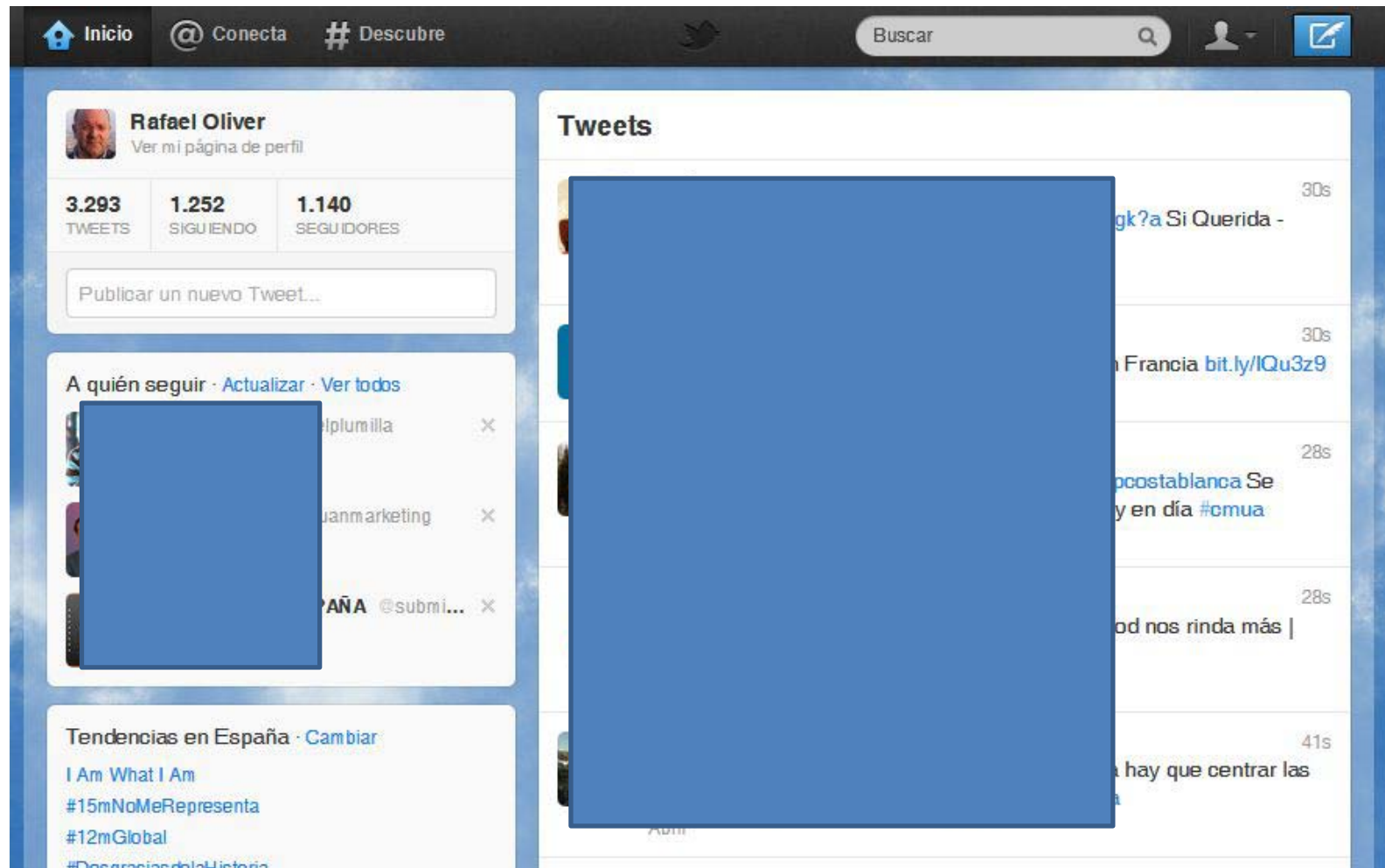
Sistemas CRM - Sistema de logro de objetivos - Estructura de negocio multicanal

www.taller-de-clientes.es/

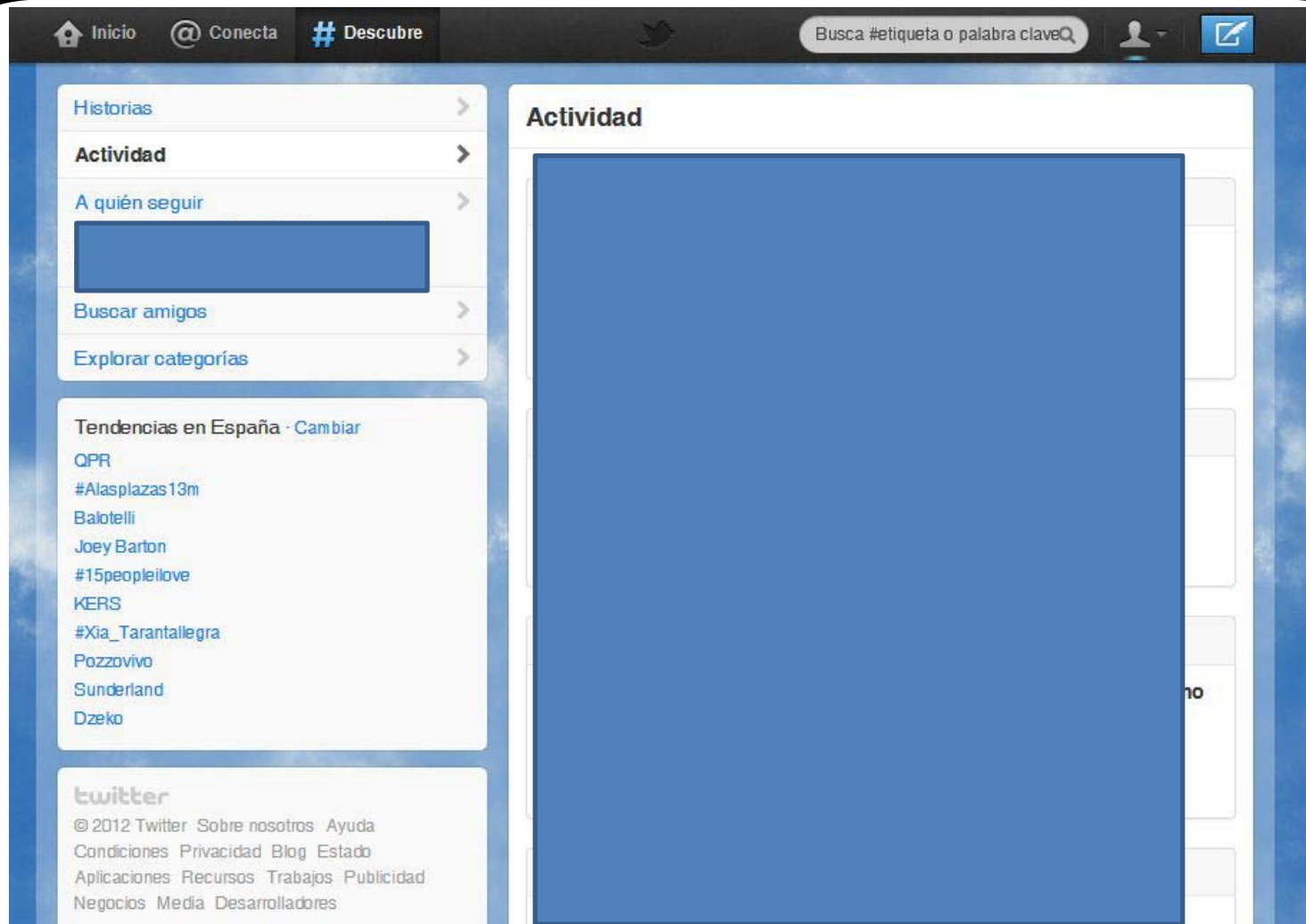
Twitter

- Aumento seguidores:
 - Buen contenido
 - A quién seguir?
 - Listas
 - Rankings (favoritos, RT, FF, etc.)
 - Categorías
 - #’s
 - Personalidades reconocido prestigio
 - Competidores
 - Búsquedas geográficas

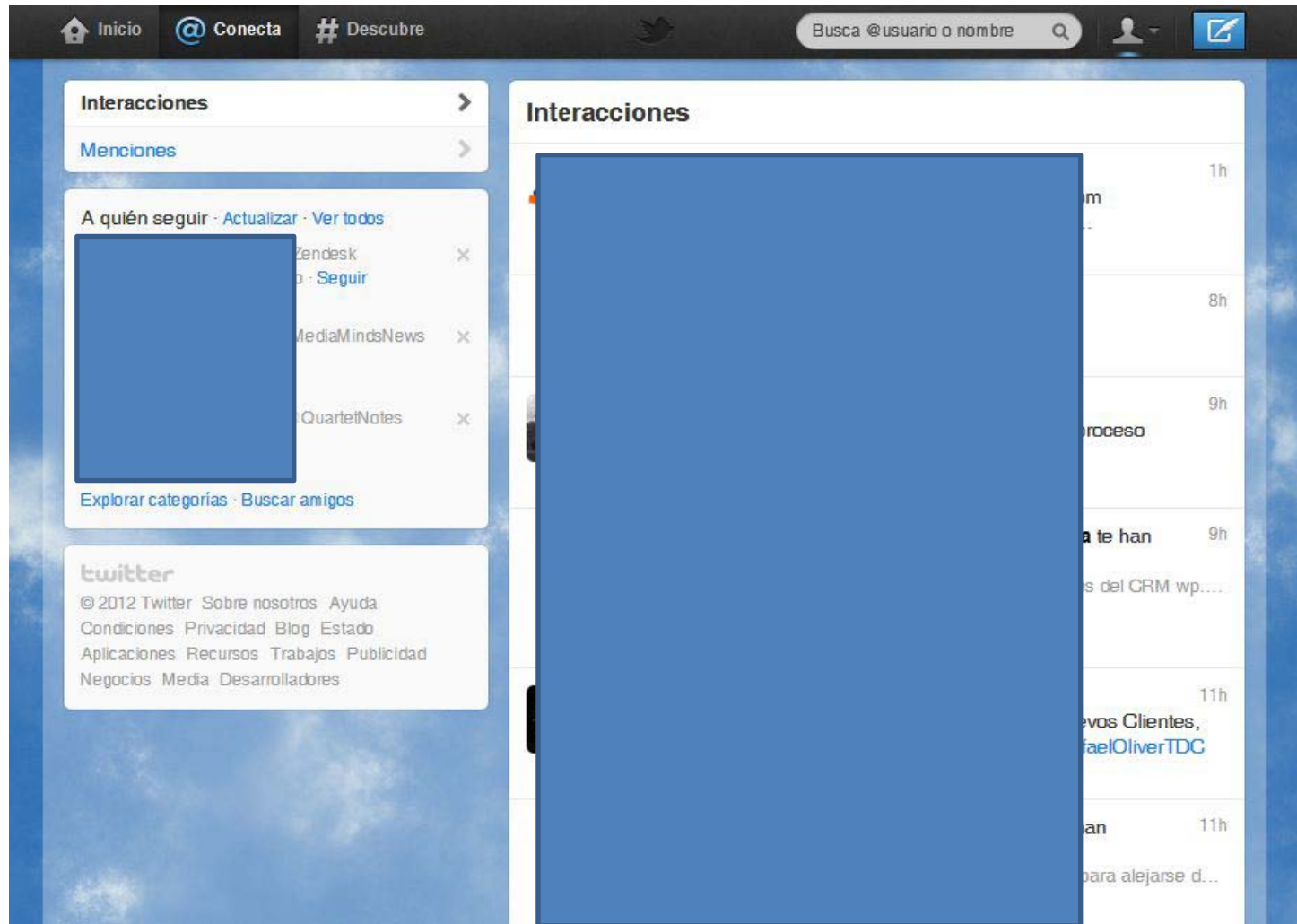
Twitter



Twitter



Twitter



LinkedIn

en la pirámide...



Comparte una actualización

[Adjuntar un enlace](#)  [Compartir](#)

El futuro de los servicios: subir en la pirámide trófi... • Recomendar • Comentar • Más » • hace 1 segundo

Todas las actualizaciones • Elementos compartidos • Más ▾ Recientes • Principales • 



Rafael Oliver El futuro de los servicios: subir en la pirámide trófica para alejarse de la última milla: <http://wp.me/pw1Hf-18t> via [@RafaelOliverTDC](#)



El futuro de los servicios: subir en la pirámide trófica para...
direccioncomercial.wordpress.com


Una empresa tiene una gran idea. La misma empresa o una subcontratada lo produce, otras muchas en el mundo distribuyen y miles de pequeñas empresas y/o autónomos lo instalan en domicilios. Este e...


Recomendar • Comentar • Compartir • hace 2 segundos

CTOR DE VENTAS PARA


e 30 segundos

odría interesarte: DIRECTOR


 Ads by LinkedIn Members



Mongolian Securities Firm
A decade of serving overseas clients with research and trading in Mongolia



Looking for investors?
Get a real business plan to show your potential investors (Image: Kittisak)



We're totally unique!
Animals, culture, creation, educational, enlightening. Contact us today !

¿Quién ha visto tu perfil?

7 Tu perfil fue visto por 7 personas en los últimos 7 días.


12 Has aparecido en los resultados de búsqueda 12 veces en los últimos 7 días.


Tu red en LinkedIn

1.190 contactos te unen a 8.556.745+ profesionales

24.882 incorporaciones en tu red desde el 12 de mayo

LinkedIn

LinkedIn  Tipo de cuenta: Básica | Actualizar cuenta ▼ Rafael Oliver [Añadir contactos](#)

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleos Buzón 136 Empresas Más Gente ▼ Buscar...  Avanzada

[Encontrar a gente](#) **Búsqueda avanzada de gente** [Búsqueda de referencias](#) [Búsquedas guardadas](#)

Palabras clave: Cargo:

Nombre: Actual o antiguo ▼

Apellidos: Empresa:

Ubicación: Ubicado en o cerca de: ▼ Actual o antiguo ▼

País: España ▼ Universidad:

Código postal: [Búsqueda](#)

A una distancia de: ▼


Búsqueda

Sectores:

- Todos los sectores
- Actividades bancarias
- Administración gubernamental
- Aeronáutica/Aviación
- Agricultura


Grupos:

- Todos los usuarios de LinkedIn
- Profesionales de Recursos Humanos
- Networking Activo
- ESIC Alumni
- Spanish Connection

Nivel de antigüedad: beta 

- Todos los niveles de antigüedad
- Administrador
- Propietario
- Socio
- Directivo
- Vicepresidente
- Director
- Veterano
- Principiante
- Estudiantes y becarios
- Voluntario

Búsqueda premium
Encuentra a la gente adecuada en la mitad del tiempo



Herramientas de búsqueda premium:

- Filtros premium
- Alertas de búsqueda automáticas
- Acceso completo a perfiles

Actualiza

[u Obtén más información](#)

Relación: Todos los usuarios de LinkedIn

LinkedIn

LinkedIn Tipo de cuenta: Básica | [Actualizar cuenta](#) ▼ Rafael Oliver [Añadir contactos](#)



[Inicio](#) [Perfil](#) [Contactos](#) [Grupos](#) [Empleos](#) [Buzón](#) **136** [Empresas](#) [Más](#) [Avanzada](#)

[Contactos](#) [Contactos importados](#) [Organizador de perfiles](#) **Estadísticas de la red** [Añadir contactos](#) [Borrar contactos](#)

Aquí ves estadísticas sobre tu red, incluidos el número de usuarios que puedes conocer a través de tus contactos. Tu red aumenta cada vez que añades un contacto — [Invita a contactos ahora](#).

Tu red de profesionales de confianza

Tú estás en el centro de tu red. Tus contactos pueden presentarte a 8.556.500+ profesionales; así es como está dividida tu red:

1 	Tus contactos Tus amigos y colegas de trabajo de confianza	1.190
2 	A dos grados de distancia Amigos de amigos; cada uno conectado a uno de tus contactos.	261.700+
3 	A tres grados de distancia Comunícate con estos usuarios por un amigo y uno de sus amigos.	8.293.600+
Número total de usuarios que puedes contactar mediante una presentación		8.556.500+

24.882 usuarios nuevos en tu red desde el 10 de mayo

- Sloan Masters in Leadership and Strategy
- Senior Executive Programme
- Proteus

[Find out more ►](#)



Programmes for senior business leaders

La red LinkedIn

El número total de usuarios de LinkedIn, que pueden ser contactados directamente a través de [mensajes InMail](#).

Número total de usuarios a los que puedes [contactar directamente](#) — **150.000.000+**
[prueba con una búsqueda ahora.](#)

Ej. Conversaciones

- Resumen de la feria de...tendencias a cambio de registro
- Promoción/Concurso a cambio de tweet
- Blog sobre el tema en cuestión
- Eventos, descargas documentos y/o libros
- Curso sobre la cuestión
- Campaña email con contenido de valor
- Promoción por geolocalización
- Felicitar fecha (cumpleaños, Navidad, etc.)
- Demostración- degustación productos, catas, edumarketing
- Guerrilla-Street Marketing (Símbolo geop. y sorteo, etc.)
- QR en la calle para apuntarse a un evento/oferta

Convocatoria eventos 2.0

- Publicado en todas las redes sociales
- Publicado Blog
- Enviado a los gabinetes de prensa 2.0 gratuitos
- Solicitar compartir a *hubs* de la Red
- Invitación a eventos en las RRSS: Fb y Lin
- Invitación a grupos: Fb, Lin
- Pestaña en Blog y Fb
- Colaboración asociaciones y sites temáticos
- E-mailing

Utilidades

- Klout
- Peerindex
- Hootsuite
- SocialBro

Móvil y Geolocalización

- La web en el móvil
- Wordpress, Facebook, Twitter y LinkedIn en el móvil
- Geolocalización:
- Foursquare
- Lugares
- Sitios
- Layar
- Otros



- Pago NFC



Plan de acción



COEV
Junio 2012

Plan de Acción

- Públicos objetivo
- Contenidos
- Presencia en los medios 2.0
- Conversaciones
- Planificación acciones comerciales
 - Comunidad, creación
 - Conversión
 - Comunidad, activación
 - Fidelización
 - Analítica
 - Combinaciones entre medios

PMP

- Plan de acción de Marketing Personal
 - Si no está por escrito es que no lo tienes
 - Detallado y calendarizado
 - Cumplirlo
 - Mejorarlo
 - Doble bucle



Maldición china

¡Ojalá vivas tiempos interesantes!

¿Conversamos?



COEV
Junio 2012

Contacto 2.0

- Facebook: [facebook.com/rafael.oliver1](https://www.facebook.com/rafael.oliver1) 
- Twitter: @RafaelOliverTDC 
- Blog: <http://direccioncomercial.wordpress.com> 
- Web: www.taller-de-clientes.es 
- e.mail: roliver@taller-de-clientes.es 
- LinkedIn: <http://es.linkedin.com/in/rafaoliver> 



COEV
Junio 2012