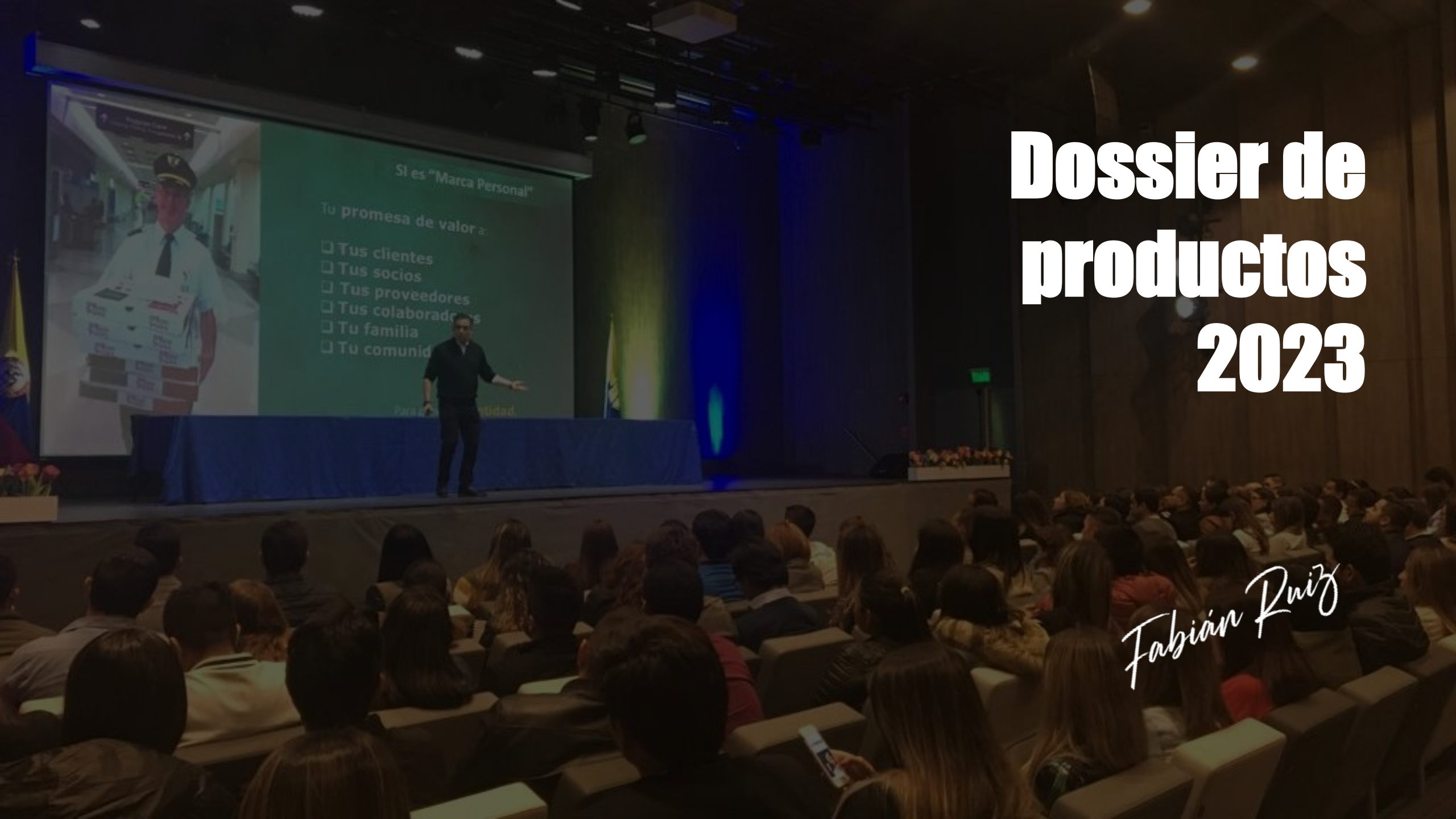


Dossier de productos 2023



Fabian Ruiz

Fabián Ruiz



Coach certificado de la Universidad de California, MBA con Grado Cum Laude de la Universidad de los Andes, especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario y Certificado en Customer Experience Management (ESIC – España). Autor de los libros *“Tu marca personal en acción”* y *“Experiencias que marcan tu diferencia”*.

Más de 25 años de experiencia en empresas multinacionales, en la dirección de áreas de Mercadeo y Ventas para Suramérica y Alemania. Durante su **tránsito directivo de más de 15 años** ha tenido el privilegio de participar como coach y mentor para el **desarrollo de talento**, así como en el liderazgo de diferentes programas con **enfoque en los clientes (Customer Experience)**. Fue el creador y director de Experiencia del cliente en Siemens. Actualmente es Empresario y socio fundador de la compañía Vivox Media Ltda.

Es investigador en Marca Personal y docente del MBA y la Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes. En virtud de este trabajo, en el 2018 recibió el reconocimiento al *“Mejor profesor de Marketing de Colombia”*, según las votaciones realizadas dentro de la comunidad especializada por la revista P&M.

Tiene más de 70 segmentos radiales emitidos sobre marca personal y liderazgo en Colmundo Radio “Tu marca personal en acción” y en El sistema Vida “El sello del líder”. Además, es colaborador de varios medios de comunicación.

Quienes han confiado en mi propuesta de valor



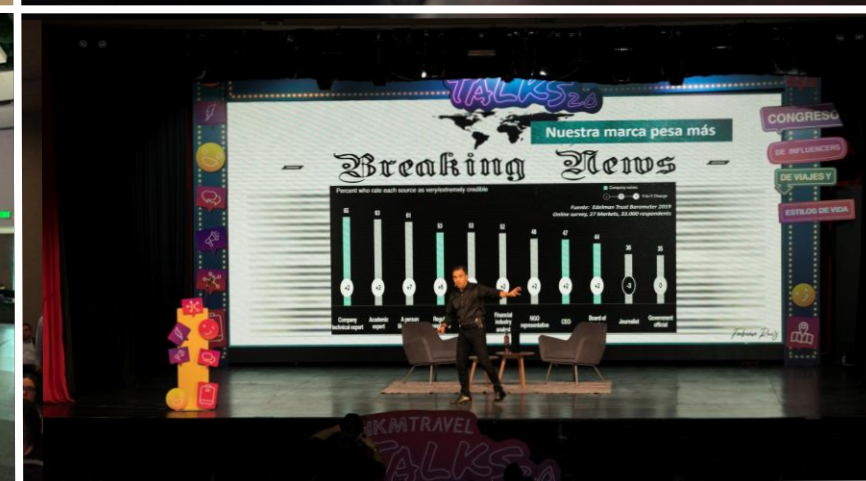
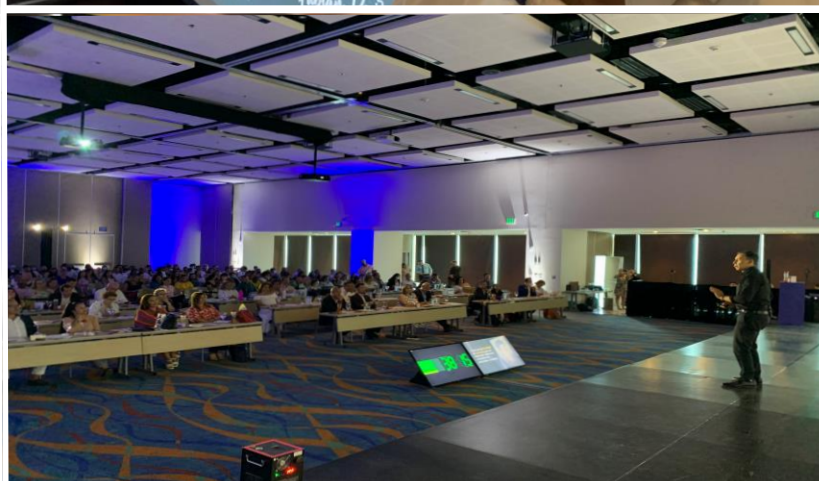
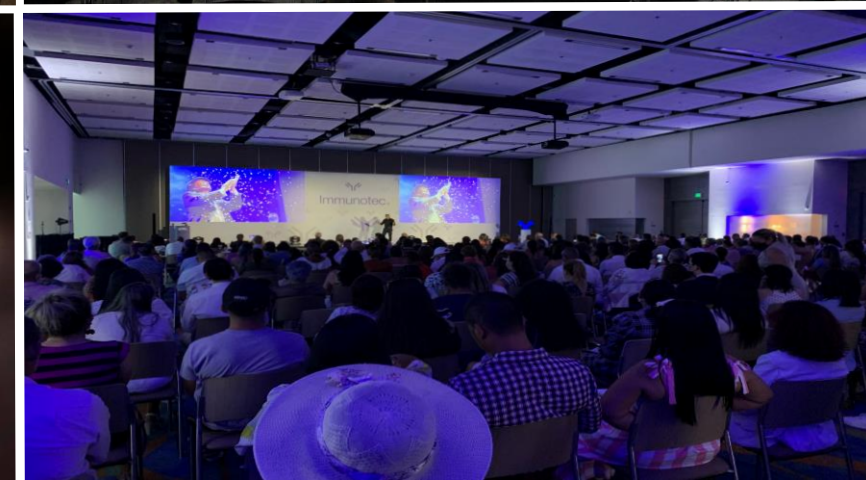
filbo³³
Feria Internacional
del Libro de Bogotá

Leer
se
volar
con pasión, creatividad y emoción



UNIVERSIDAD COLEGIO
MAYOR DE
CUNDINAMARCA
UNICOLMAYOR





Testimonios

Quiero decirles que la conferencia que escuché de Fabián fue super inspiracional, dejó mucho en mí y se lo dije personalmente, así de cara, que me le iba a robar muchas de las frases que dijo que son muy ciertas. Les recomiendo las conferencias de Fabián, así como el libro, ya que como colombiano me siento super orgulloso de poder haber sido parte de su conferencia.

”

Javier Delgado – Director Senior de Marketing y Planeación Estratégica para Walmart de Estados Unidos

Les quiero recomendar la conferencia de Fabián Ruiz acerca de marca personal. Realmente estuvo espectacular, tiene unas herramientas increíbles de como potencializar tu mejor versión como persona, como marca y definitivamente tiene un componente muy emocional que si lo utilizas a tu favor puede ser extraordinario para todos los resultados de tu vida.

”

Andrea Monsalve – Presentadora de TV y Coach

Ver los videos completos de más “Testimonios” en:
<https://tumarcapersonalenaccion.com/>

Catálogo de servicios



Conferencias presenciales

De 60 a 120
minutos



Webinars virtuales

De 60 minutos



Talleres

De 4 a 8 horas

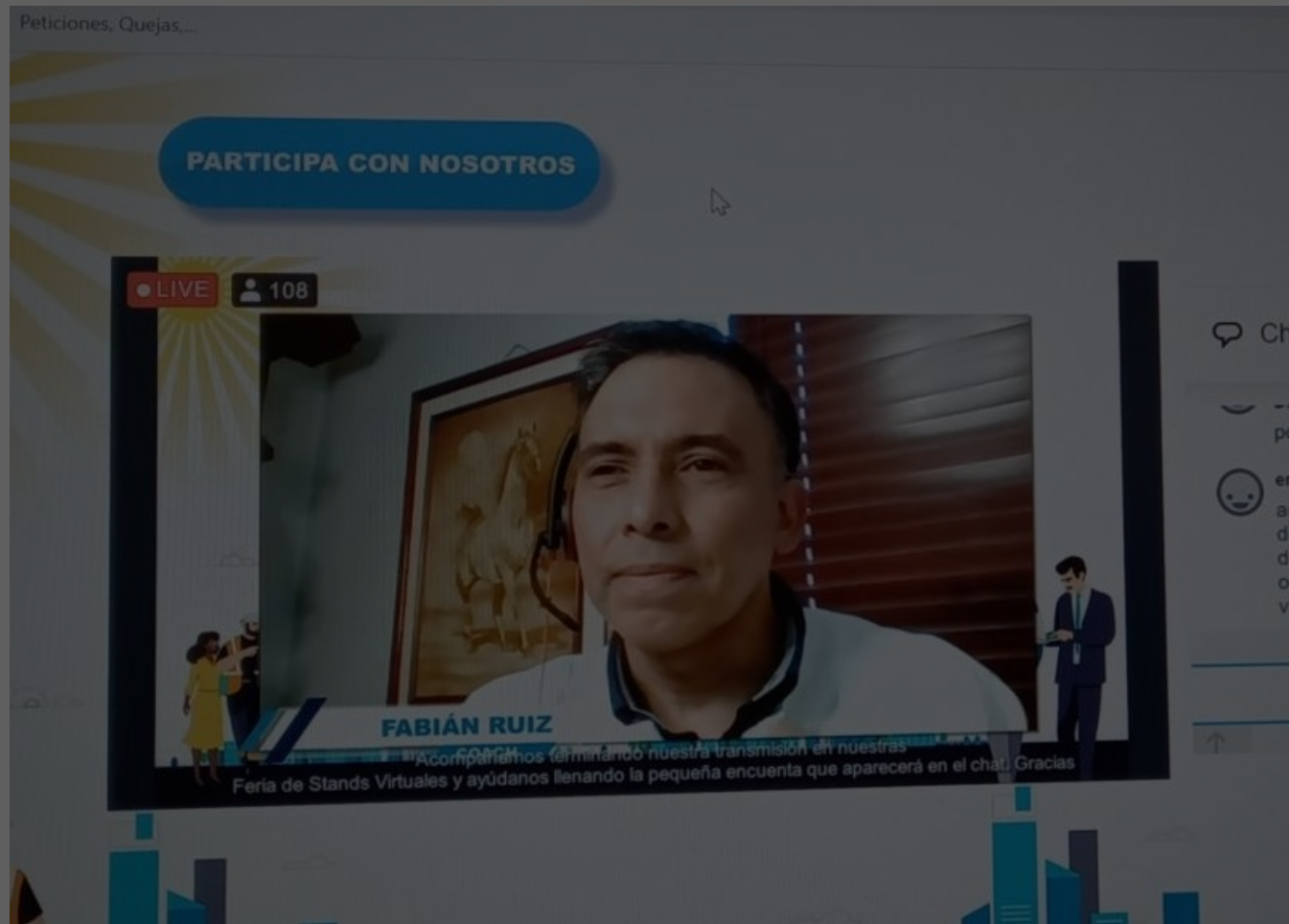


Libros por volumen



Conferencias presenciales

Duración: De 60 a 120 minutos



Webinars virtuales

Duración: De 60 minutos

Contenidos disponibles de “conferencias presenciales” y “webinars virtuales”



Tu marca personal en acción: De invisible a invencible

Esta conferencia ofrece un motivador recorrido por la manera como podemos generar **influencia auténtica** e **impacto** a través de la gestión de nuestra marca personal. Las recomendaciones están soportadas con estudios.

Público: Dirigida a empleados con proyección o en busca de oportunidades, emprendedores, profesionales en general, estudiantes universitarios o profesionales en formación.

Contenido:

- Lo que tenemos, lo que nos falta y lo que nos espera.
- Mitos y realidades de las marcas personales.
- Tu estrategia de marca personal para generar influencia e impacto.
- Colocando tu estrategia de marca personal en acción.



Experiencias que marcan tu diferencia

Con base en investigaciones del cerebro, esta conferencia ofrece un inspiracional contenido sobre la forma como los trabajadores pueden generar **experiencias memorables** en su comunidad en beneficio de las **marcas corporativas**.

Público: Dirigida a personas de las áreas de RH, Marketing, Ventas, Dirección General de las Organizaciones, así como a los trabajadores que gestionan la experiencia de los clientes.

Contenido:

- ¿Por qué le interesa a las empresas tener marcas personales fuertes dentro?
- Emoción - Actitud - Acción
- Modelo *Inside-Out*.
- Estrategias de diferenciación profesional
- Creación de experiencias memorables con la marca personal de los empleados.



Branding ejecutivo: Liderar para inspirar

Basada en diferentes estudios de neurociencias, esta conferencia les muestra a los líderes a potenciar su marca ejecutiva con el fin de **generar confianza en sus equipos** y audiencias, a través de una influencia auténtica.

Público: Dirigida a los líderes informales y formales de las empresas, incluyendo CEOs, y a los emprendedores independientes.

Contenido:

- La crisis de la confianza y el compromiso.
- El impacto de la marca personal del líder en la reputación corporativa.
- El ADN del emprendedor.
- Modelo de compromiso SCARF.
- Los cinco superpoderes de la marca personal del líder.



Ventas con pasión

Lo primero que vende una empresa es la marca personal de sus vendedores. Pensando en esto, esta **conferencia reta a las fuerzas de ventas** a impulsar su marca personal para convertirse en referentes y ganar el compromiso de sus clientes.

Público: Dirigida a las personas de las Áreas de Ventas, Marketing, Dirección de Ventas y Dirección de Marketing de las empresas.

Contenido:

- Agregar valor a la venta a través de la marca personal del vendedor.
- Aprender a gestionar el NO del prospecto.
- Negociar con éxito con públicos diferentes.
- Estrategias basadas en las neurociencias para generar compromiso del cliente.



Customer Experience: Un buen servicio ya no es suficiente

A través de **ejemplos de éxito**, esta conferencia hace un recorrido claro por la forma como se pueden generar experiencias poderosas en cada fase del Journey de los clientes generando **resultados económicos** en las empresas.

Público: Dirigida a las áreas de Experiencia del cliente, Ventas, Marketing, Soporte, Servicio al Cliente y/o Dirección General de las empresas, entre otras.

Contenido:

- ¿Por qué trabajar sobre las emociones?
- La ruta del cliente.
- Los cinco pilares para gestionar la experiencia de los clientes.
- Generación de experiencias memorables con pocos recursos.
- Los “resultados” mandan

A photograph of two men in a workshop or classroom setting. The man on the left is seated, wearing a blue patterned shirt, and is writing on a document with a pen. The man on the right is standing, wearing a blue striped shirt and a headset microphone, and is pointing at the document. The background is blurred, showing other people and a classroom environment. The text 'Talleres presenciales y virtuales' is overlaid in large, bold, yellow letters on the right side of the image.

Talleres presenciales y virtuales

Duración: De 4 a 8 horas

Contenidos disponibles de “talleres” presenciales y virtuales



Tu marca personal en acción: De invisible a invencible

Público: Dirigido a empleados con proyección o en busca de nuevas oportunidades, emprendedores jóvenes, profesionales en general, estudiantes universitarios o profesionales en formación.

Contenido:

- Introducción: Mitos y realidades de las marcas personales.
- Identifica tu potencial.
Taller No. 1: “Tus logros”
- Define el propósito de tu marca personal.
Taller No. 2: “Identifica tu verdadero propósito”
- Define tu estrategia personal.
Taller No. 3: “Define tu MEGA y tu PROPUESTA ÚNICA DE VALOR.”
- Define tu plan de acción.
Taller No. 4: “Convertir la estrategia de largo plazo en objetivos de corto plazo”
- Pon en acción tu marca personal.
 - Comunicación efectiva.
 - *Networking* estratégico.
- Cierre y compromisos futuros.

PD: Utiliza como base la metodología y los ejercicios del libro “Tu marca personal en acción”



Liderazgo auténtico a través de la gestión de tu marca personal ejecutiva

Público: Dirigido a los líderes de las empresas, incluyendo a los emprendedores independientes, que al ser voceros naturales de sus empresas necesitan potenciar su marca personal para generar confianza en su audiencia.

Contenido:

- Introducción: Las dimensiones del liderazgo moderno basadas en la marca personal.
- Identifica y adapta tu estilo de liderazgo.
Taller No. 1: “Estilos de liderazgo”
- El YO que no ves.
Taller No. 2: “El síndrome del impostor”
- Ganar el compromiso de nuestra audiencia según los estudios de nuestro cerebro.
Taller No. 3: “SCARF (Modelo de cinco dimensiones basado en neurociencias)”
- *Networking* estratégico.
Taller No. 4: “Test de *Networking*”
- Influencia auténtica a través de una comunicación poderosa.
- Cierre y compromisos futuros.

PD: Utiliza como base la metodología y los ejercicios del libro “Experiencias que marcan tu diferencia”



Experiencias que marcan tu diferencia en la experiencia de tus clientes (CX)

Público: Dirigido a las Áreas Comerciales (Ventas), Gestión de Clientes, Marketing, Soporte (Back-Office), Servicio al Cliente y a las Gerencias de las áreas mencionadas.

Contenido:

- Introducción: La marca personal del servidor agrega valor a sus clientes.
- ¿Por qué conectar con las emociones?
Taller No. 1: “El poder del agradecimiento”
- Define tus diferenciales frente a tus clientes.
Taller No. 2: “Nuestros atributos racionales y emocionales”
- Ganar el compromiso de diferentes tipos de clientes.
Taller No. 3: “Modelo SCARF”
- Administrar la Experiencia de los clientes (CEM).
Taller No. 4: “Customer Journey”
- ¿Cómo generar experiencias memorables con poco presupuesto?
- Social Selling.
- Cierre y compromisos futuros.

PD: Utiliza como base la metodología y los ejercicios del libro “Experiencias que marcan tu diferencia”

ENTRADA SALAD



LID Business Media

Un modelo probado
con éxito para
marca personal
propósito



País invitado
de honor
Colombia,
200 años.



léete

El país invitado

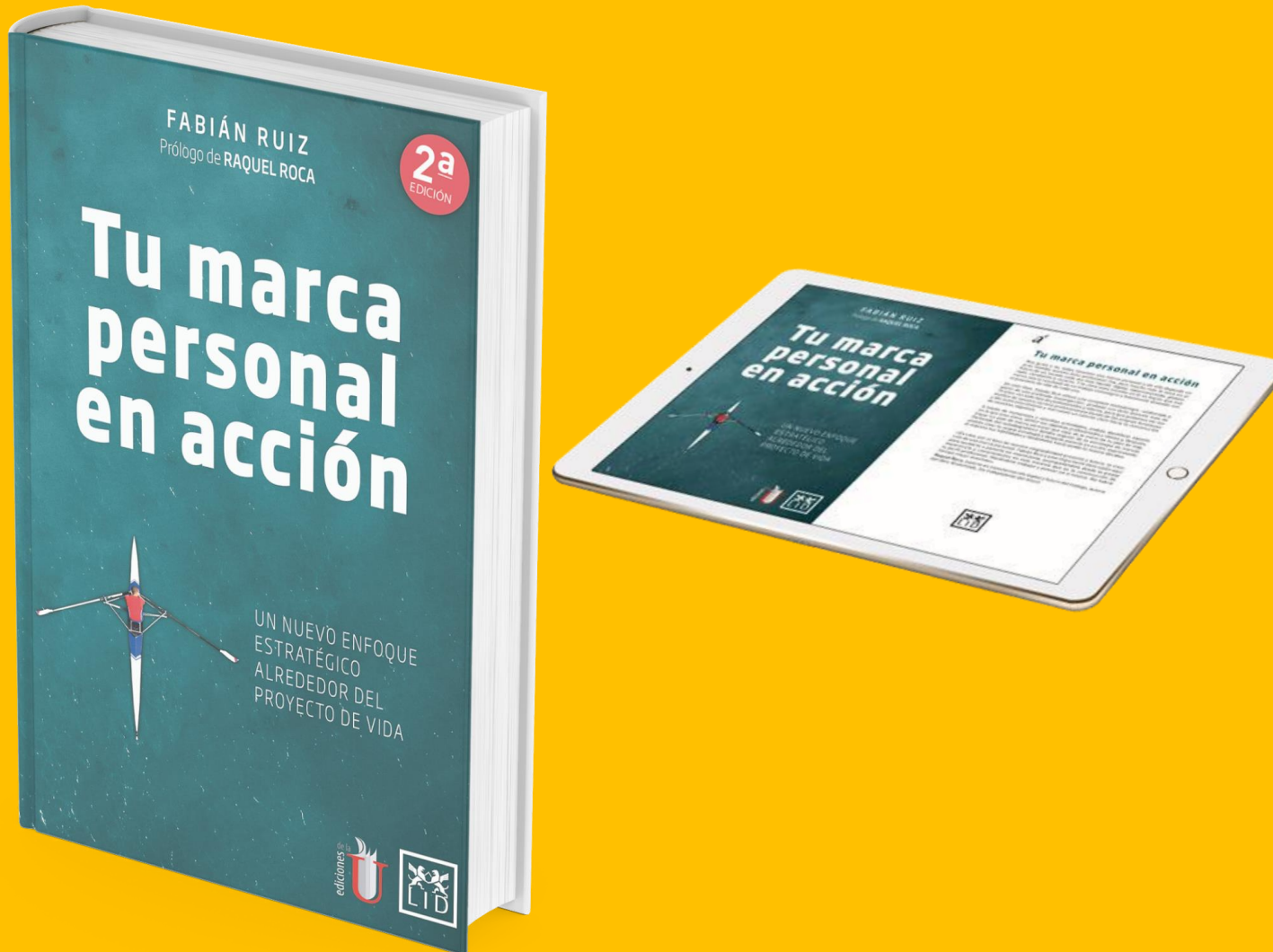
**Libros firmados
por volumen**

Reseña del libro “Tu marca personal en acción”

Primera edición **agotada** a menos de 6 meses de su publicación.

Contiene una **metodología** paso a paso para activar estratégicamente nuestra marca personal de manera progresiva, a través de más de 20 ejercicios sencillos. Esta metodología fue desarrollada con base en **investigaciones** y la **experiencia profesional** del autor.

Además el libro contiene **testimonios** y experiencias de **reconocidos referentes** en cada campo de la metodología, que permiten mostrar la importancia de trabajar sobre nuestra propia marca. Algunos de estos referentes son: William Arruda (Uno de los pioneros mundiales de Personal Branding), Ismael Cala (Expresentador de CNN), Mónica Flores (Una de las mujeres más poderosas de México según Forbes), Juan Merodio (Top influencer en marketing digital),etc.



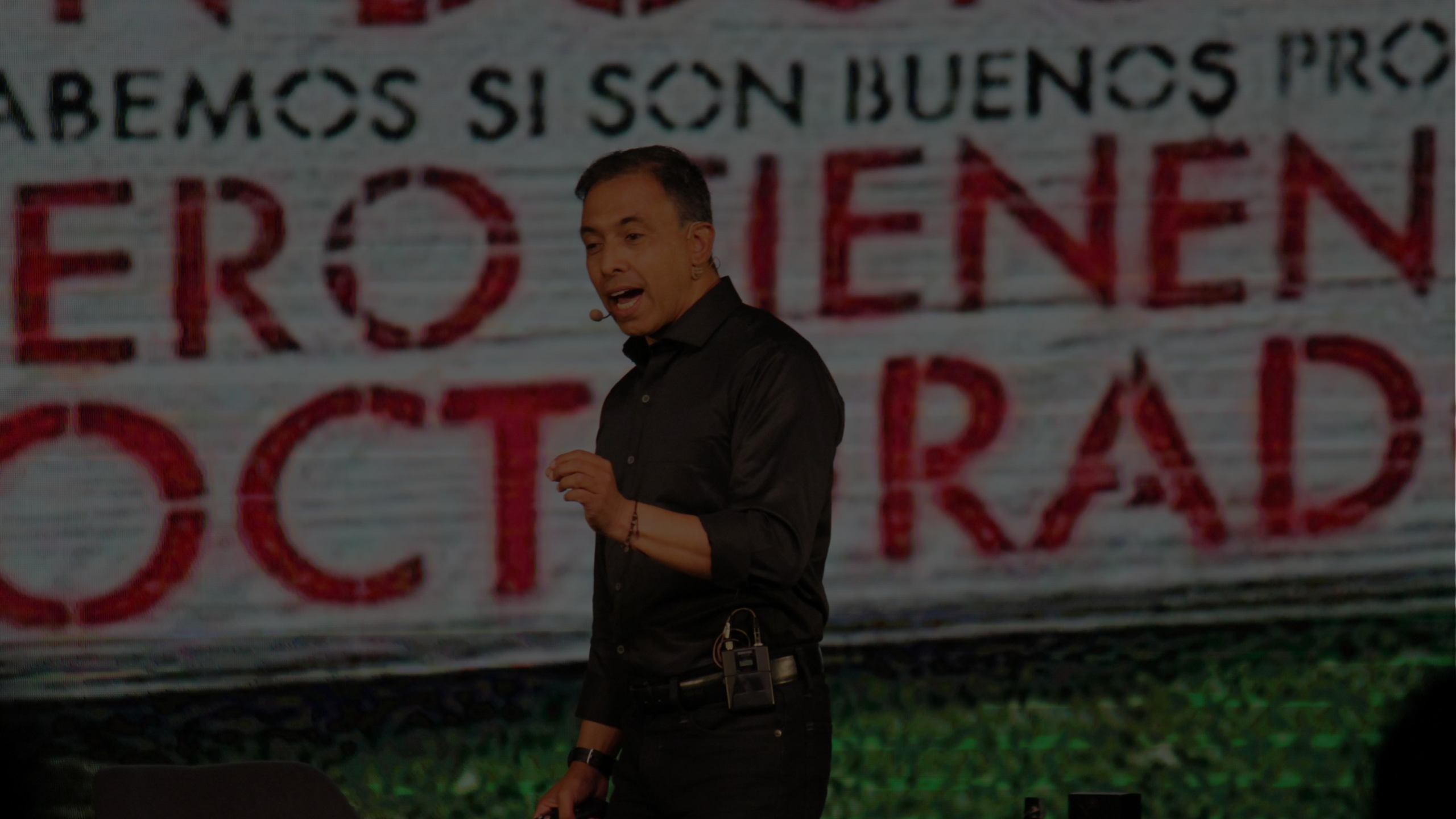


Reseña del libro “Experiencias que marcan tu diferencia”

Todas las relaciones de negocios **se dan entre personas**. Por eso, las comunicaciones entre una marca y sus audiencias resultan más creíbles, confiables e impactantes cuando sus colaboradores manejan un mensaje coordinado y lo amplifican.

Este libro está dirigido a líderes empresariales, a emprendedores y a aquellos empleados que buscan destacarse en su entorno laboral, a través de la creación de experiencias memorables. Con base en **diferentes estudios** de las neurociencias, la economía conductual y la psicología social brinda herramientas para crear y fortalecer las marcas personales dentro de la empresa y para que los colaboradores se conviertan en embajadores de marca con un elevado poder de influencia.

Además, la investigación está respaldada con los **poderosos testimonios** de: Dra. Valerie Young autoridad mundial en el “Síndrome del impostor” y fundadora del Instituto del Síndrome del Impostor; Cheryl Burgess Best-Selling Author de "The Social Employee"; el capitán Denny Flanagan, referente mundial en Customer Service en la industria de las aerolíneas; David Hoffeld, Best-Selling Author de "The Science of Selling"; Fernando Filevich fundador del Restó/Café De Lolita, empresa emblemática colombiana en Experiencia del Cliente, entre otros.



Términos y condiciones

Este documento contiene información **CONFIDENCIAL** y destinada “únicamente” a la persona o entidad a quién va dirigida. Por lo tanto, está prohibida su difusión a terceras personas o empresas que pueden ofrecer servicios similares y tampoco debe ser copiada parcial o totalmente por estas.

A continuación se detallan las condiciones a cumplir con respecto a la contratación:

1. Esta oferta no es vinculante y solo se entenderá perfeccionada cuando el proveedor confirme por escrito la solicitud, con lo cual se congelarán los precios aquí incluidos de cara al evento.
2. **Forma de pago:**
 - Para reservar la fecha de la prestación de los servicios se deberá abonar el 50% del valor total de la contratación. Las fechas para los servicios que hacen parte de este documento, solo se entenderán reservadas una vez se haya confirmado por escrito la aceptación de la propuesta en cualquiera de sus modalidades y se haya realizado el correspondiente desembolso del abono por los servicios.
 - El 50% restante se pagará una vez realizado el evento.
 - Los precios acá incluidos son NETOS en PESOS COLOMBIANOS, por lo tanto todas las retenciones corren por cuenta del contratante.
 - Los precios consideran la realización del evento presencial en Bogotá o sus alrededores. Para fuera de Bogotá existe un incremento del 25% por los tiempos muertos de los desplazamientos. En caso de ser fuera de la ciudad, se debe disponer por parte del contratante de transporte directo al destino, así como hospedaje y las tres comidas durante la estadía.
3. **Alcance de la propuesta:** Todos los servicios en cualquiera de sus modalidades tendrán como único beneficiario al cliente y estarán dirigidos a un grupo privado de personas vinculado con éste; el cual deberá estar previamente definido por él.
4. **Fuerza mayor o caso fortuito:** Ninguna de las partes será responsable por incumplimientos derivados de eventos atribuibles a situaciones de fuerza mayor, caso fortuito o hechos de terceros. Para estos efectos se considerarán como eximentes de responsabilidad los siguientes: la enfermedad, accidente, calamidad doméstica o muerte tanto del conferencista como de sus familiares o del personal relacionado con el cumplimiento de este acuerdo. En estos casos, se procederá de alguna de las siguientes maneras: **i.** Si es posible reprogramar la fecha y la hora de prestación de los servicios, las partes de común acuerdo fijarán un nuevo día y hora de acuerdo a la disponibilidad de cada una de las partes. **ii.** De no poder las partes acordar y dar aplicación a alguno de los dos puntos precedentes, se entenderán producidos de pleno derecho los efectos de una rescisión del acuerdo, sin lugar a indemnización, retrotrayéndose la posición de las partes al momento previo a su celebración. En este último caso, si el cliente entregó algún anticipo por concepto de honorarios, el conferencista lo deberá restituir, previa la información completa por parte del cliente de sus datos bancarios y otros necesarios para hacer la restitución.





Requerimientos técnicos para eventos presenciales

1. Un proyector de buena resolución.
2. Micrófono inalámbrico de diadema (NO de mano).
3. Buen sistema de audio para la amplificación del sonido de los videos.
4. Impresión de hojas de trabajo o libros, en caso requerido.

A Canon DSLR camera is mounted on a black tripod in the foreground. The camera's LCD screen is flipped out and shows a live view of a man in a light blue shirt, who is also the subject of the background shot. The man is seated and looking towards the camera. The background is a blurred indoor setting. The text 'Reel de conferencias y talleres' is overlaid in large yellow font on the left side of the image.

Reel de conferencias y talleres

<https://www.youtube.com/watch?v=xxVirjCgo-4>