

ARIEL BENEDETTI

HABLEMOS

DE EMPLOYEE

ADVOCACY

EN LINKEDIN

La voz de los líderes, ejecutivos comerciales
y empleados como embajadores de marca
en las redes sociales y profesionales

TEMAS[®]

PRÓLOGO DE ANDY STALMAN & FER NIIZAWA

Índice

Agradecimientos	7
Prólogo / Andy Stalman	11
Prólogo / Fer Niizawa	19
Génesis	23
Hipótesis	27
Capítulo 1 De dónde venimos, a dónde vamos	35
Capítulo 2 Personal, corporate & employer branding, de la mano	45
Capítulo 3 El poder del employee advocacy	57
Capítulo 4 Beneficios y alcance del employee advocacy	63
Capítulo 5 Pilares de un programa de employee advocacy	71
Capítulo 6 Las redes sociales y el employee advocacy	77
Capítulo 7 LinkedIn, la red social profesional n °1 del mundo	85
Capítulo 8 Qué ganan los embajadores de marca internos	101

Capítulo 9	
El rol del CEO como embajador de marca	107
Hablamos de employee advocacy con Cecilia Giordano	
Hablamos de employee advocacy con Erica Zamora	
Capítulo 10	
¿Todos los empleados deben ser embajadores de marca?	123
Capítulo 11	
En cabeza de quién está el employee advocacy	133
Capítulo 12	
El contenido es el rey	139
Capítulo 13	
El lugar del entrenamiento corporativo en LinkedIn	150
Capítulo 14	
Social Sellers como embajadores de marca	165
Capítulo 15	
Dilemas de implementación, trabas internas y motivos de fracaso	177
Capítulo 16	
Abordaje metodológico de un programa de employee advocacy	187
Epílogo	201
Ficha técnica del estudio	205
Testimonios	207
Sobre el autor	213

Génesis

Hace más de 10 años comencé a potenciar mi marca personal en LinkedIn y a estudiar tanto el comportamiento, como la presencia de miles de líderes, profesionales y emprendedores en las redes sociales.

Cuando comencé a escribir, nunca imaginé que esto llegaría tan lejos. Soy fiel ejemplo de lo que puedes lograr si te propones ser protagonista y conectar con tu vocación.

Tienes en tus manos, o frente a tu pantalla, mi quinto libro: una obra que abre caminos y escribí con la convicción de hacer una gran contribución al mundo corporativo y despertar la conciencia en aquellos líderes que buscan marcar la diferencia en las redes sociales.

Asumí el riesgo de profundizar y darle entidad a una disciplina que tiene mucho desarrollo por delante. Es un libro que parece para pocos, pero en realidad es para muchos. El desafío es demostrarte, de forma clara y contundente, los motivos y mi hipótesis.

En 2017, comencé a divulgar sobre *employee advocacy*, cuando pocos lo estaban haciendo en Latinoamérica y el término era prácticamente desconocido en la comunidad profesional. Así lo hice en mi obra *Cómo Construir tu Marca Personal en LinkedIn*, con dos ediciones agotadas.

Durante todos los años subsiguientes, tuve la oportunidad de brindar charlas, en congresos y empresas, realizar

mentorías a ejecutivos C-Level, brindar servicios de marketing digital, growth marketing y llevar adelante Programas de Entrenamiento Corporativos en Marca Personal, Social Selling y Embajadores de Marca Internos en LinkedIn y las Redes Sociales, que impactaron a miles de profesionales. Entre ellos: empresarios, personalidades, líderes, ejecutivos comerciales, colaboradores, emprendedores y clientes de clientes.

Fueron más de 200 empresas multinacionales, distinguidas PyMEs e instituciones educativas asesoradas y capacitadas en 15 países, entre las que se destacan Intel, Pfizer, BDO, MSD, Merk, Zurich, American Express, BCP, Bimbo, Bajaj, Weber Saint Gobain, El Cronista, Cinemark Hoyts, Entel, Claro, Visma, Organon, Toribio Achával, Miranda Bosch, Swiss Medical Group, Fandango, Swiss Medical Seguros, Marval O'Farrell & Mairal, Laboratorios Craveri, Banco Galicia, City Center, GST, BST, Universidad del Salvador, Universidad de San Andrés, Universidad Torcuato Di Tella, PUCP, UCASAL, UnCuyo, Vistage, UADE, ESI School of Management, entre tantas otras.

Mi actividad en el mundo del training corporativo, como conferencista en congresos de negocios, mentor de líderes y coach de empresas, junto con mi creciente avidez en temas de gestión del talento y marca empleadora, me permitió comenzar a mantener una fluida relación con prestigiosos profesionales y consultores del mundo de recursos humanos, de los cuales me nutro y seguiré aprendiendo.

Así, luego de tanto recorrido, entre multinacionales a PyMEs, detecté que muchas empresas apenas conocen algo en materia de employee advocacy. Tal vez tú todavía no sepas de qué se trate y hayas llegado a estas páginas para descubrirlo.

Pero no quería quedarme solo con mi sesgo profesional. Decidí investigarlo con seriedad, motivo de este nuevo libro. Le puse el cuerpo, una vez más.

Así nació la idea del primer estudio regional sobre Employee Advocacy y Marca Empleadora¹, concluido en 2023, que realicé con el apoyo de la Universidad de San Andrés, institución de la cual tengo el honor de ser profesor de la materia Estrategias Comerciales en las Redes Sociales en la Maestría de Marketing y Comunicación. También se sumaron El Cronista, el medio económico en español más leído del mundo del cual soy columnista invitado, y PDA, la plataforma de talento más innovadora, donde tengo prestigiosos colegas y amigos.

Fue un gran honor contar con el aval y la difusión de estos colaboradores, con quienes hemos logrado una muestra significativa, de más de 190 CEOs, directivos y gerentes de marketing, recursos humanos y comerciales de empresas líderes, de 14 países de Latinoamérica. Suficientes para establecer algunas conclusiones, confirmar hipótesis y hacernos nuevas preguntas. Vale aclarar que fueron más de 300 los que participaron, pero la investigación se ha centrado en empresas grandes y medianas.

Los resultados de la investigación serán compartidos de forma exclusiva en estas páginas. Además, compartiré mi experiencia profesional, datos de investigaciones de otras fuentes confiables y un abordaje metodológico sobre el tema.

Asimismo, tengo el honor de presentar de forma exclusiva los casos de éxito de Erica Zamora, VP de Gente en Cervecería y Maltería Quilmes, y Cecilia Giordano, Presidente de Mercer Argentina, Paraguay y Uruguay.

¹ Al final de la obra se presenta la ficha técnica del estudio.

Seguir aportando bibliografía académica, respaldada por investigaciones inéditas constituye mi propósito personal: democratizar y divulgar conocimiento; elevar las fronteras del saber en mi campo profesional: hoy, marketing digital, growth marketing, marketing en redes sociales, social selling, marca personal y LinkedIn.

Espero, en las próximas páginas, persuadirte para que tu empresa tome la delantera y asuma el employee advocacy con la importancia estratégica que se merece. Seré tu aliado en esta tarea.

Es una obra que invita al diálogo y sienta en la misma mesa a líderes de Marketing, Ventas, RH, Comunicación y la Dirección General. Se trata de un tema de todos.

Hablemos.

Hay una gran oportunidad para que las empresas impulsen el branding corporativo, potencien la marca empleadora y generen nuevos negocios, mediante la voz de sus propios embajadores de marca internos en las redes sociales: empleados, líderes, ejecutivos comerciales y colaboradores.

En esta obra sin precedentes vas a descubrir el poder del employee advocacy en LinkedIn y las redes sociales, de la mano del autor bestseller de marketing digital, social selling y marca personal, más prolífero de Latinoamérica.

Los empleados son la marca. Potenciar su marca profesional es una oportunidad. Hay empresas que han tomado la delantera, con iniciativas para amplificar el employee advocacy y otras que no. Esta lectura invita al diálogo y sienta en la misma mesa a líderes de Marketing, Recursos Humanos, Ventas, Comunicación y la Dirección General. Se trata de un tema de todos. Hablemos.

“Es un viaje apasionante a una dimensión clave del branding corporativo. De lectura obligatoria para líderes de negocios.”

Andy Stalman | CEO de TOTEM Branding

“La guía definitiva que el mundo HR necesitaba para tener una cabal comprensión del employee advocacy. Te interpela y te lleva a la acción.”

Fer Niizawa | Global Chief of Public Affairs & Growth Officer en PDA

“El dominio de las habilidades digitales transforma negocios, líderes y equipos comerciales. Mi compromiso es guiarlos al próximo nivel.”

Ariel Benedetti | Director General en AB GROWTH Agency & Training



TEMAS[®]

A handwritten signature in black ink that reads "A. Beni".