

Cápsula de conocimiento

LA BIO O ELEVATOR SPEECH 2.0

Contexto

La “bio” es la descripción que acompaña el nick o nombre de un usuario en una plataforma 2.0. Si se elabora de forma estratégica puede funcionar como “elevator speech”, dado que es una información importante para quien se quiere hacer una idea de quién hay detrás de un perfil encontrado en Internet.

El término *elevator speech* o *pitch* tiene su origen en una práctica de los emprendedores, que en la época de la burbuja de las “punto com” en los EEUU aprovechaban el trayecto en ascensor de un posible inversor para hacerle un discurso de presentación de su idea de negocio.

Ejemplo real de “bio” en LinkedIn

Extracto

10 años en el mundo de Internet me avalan:

Empiezo como programadora desarrollando mi base tecnológica, imprescindible para poder llevar a cabo una buena gestión de proyectos. Época de método y de aprendizaje, en la que aprendí a ser autodidacta y a buscar soluciones.

Como analista desarrollé mi visión analítica, descubrí mi clara vocación por la orientación al cliente y la gestión de proyectos.

Cómo responsable de proyectos, empieza mi mejor etapa profesional, aprendo a negociar, decidir y a liderar, adquiriendo creatividad y estrategia.

Aprovecho un cambio de residencia para darle un giro a mi carrera y reciclarme en temas relacionados con estrategias sociales, marketing online y formación. Fase que me abre a nuevos sectores como la restauración, hoteles, viajes, seguros, y ONG's.

Mi asignatura pendiente por aprender Inglés me llevan a Malta y empiezo a trabajar en el departamento de Calidad de un Banco. Aquí mejoro mi nivel de Inglés, profundizo en la calidad del software y descubro el apasionante mundo de las transacciones.

Y para el futuro lo que busco es seguir disfrutando con mi trabajo y no para de aprender.

Tridion, Drupal, Java, Notes, Oracle, SQL, XML, HTML, CSS, JavaScript, Web Service, RSS, tomcat, Jira, Photoshop, Marketing online

Especialidades
Hacer fácil lo difícil

Con el surgimiento de las redes sociales y el cambio de paradigma de la web 2.0 la “bio” se puede traducir en la primera impresión que los demás se hacen de nosotros y que puede marcar el inicio de la relación: que nos incluyan en su red, que nos sigan con más o menos interés y/o herramientas... incluso una bio poco afortunada o la falta de ella puede provocar el rechazo.

Como adaptar la bio a las diferentes plataformas 2.0

Dependiendo de la plataforma que utilices hay una serie de aspectos que tienes que tener en cuenta:

		EL ESPACIO	EL ESTILO
Consideraciones generales:		Cada plataforma 2.0 permite introducir un número de caracteres diferente. En algunos casos también vienen delimitados por apartados prefijados con algún título.	Es libre, pero el resto de usuarios pueden “etiquetarte” según el tono que utilices a la hora de comunicarte.
Recomendaciones:		Redacta una “bio” tan extensa como se te permita pero destacando los puntos importantes de tu perfil.	Si no quieres ser considerado/a fuera de lugar o dar una imagen equivocada de cómo eres, adáptate al estilo característico de cada plataforma o define uno propio según tu estrategia profesional.
Ejemplos:	Twitter	140 caracteres	El estilo en esta plataforma es fresco, lo que nos permite innovar. Pueden incluirse hastags o enlaces.
	Linkedin	2000 caracteres como máximo	Son redes con un estilo muy formal. Introduce palabras clave dentro del texto o bien separadas por comas, en uno o diferentes idiomas.
	Viadeo	Más de 4.000 caracteres	
	Facebook	Ilimitado en el espacio “Acerca de ti”	Nuestra bio dependerá del enfoque que le queramos dar pero en general el estilo acostumbra a ser informal.
	Flickr	Ilimitado	Perfil de usuario heterogéneo. Se pueden utilizar licencias de derechos de autor, como las de “creative commons”.
	Pinterest	200 caracteres	No tienen un estilo claramente definido.
	You Tube	1.000 caracteres	
Google+	69 caracteres para el “eslogan” i ilimitado para la “presentación”.		
LA FOTO			
Consideraciones generales:		La mayoría de plataformas permiten colgar una foto de perfil para que el resto de usuarios nos reconozca.	
Recomendaciones:		Dejar el avatar por defecto está mal visto. Sube la imagen que quieras, un logo o una foto tuya con fondo liso en la que se te reconozca tanto como quieras. Según la plataforma 2.0 y tu estrategia puede ser más o menos creativa.	

Sobre todo, a la hora de gestionar nuestra identidad digital tenemos que escoger las herramientas 2.0 que queremos utilizar como parte de nuestra estrategia profesional. Esto quiere decir, que **antes de crearte un perfil en cualquier plataforma 2.0 tienes que plantearte si sirve para lo que tú quieres**. Puedes seleccionar una plataforma 2.0 en base a las tendencias de uso que se den en el ámbito profesional en el que esté tu objetivo profesional, pero también en base a las utilidades que le puedas sacar. (Ex: un/a peluquero/a puede utilizar [Pinterest](#) o [Instagram](#) para colgar fotos de los peinados que haga pero también colgar vídeos en [You Tube](#)).

Otros consejos para diseñar una “bio” atractiva y eficaz son:

Sé creativo

Dale un toque propio a las típicas formas de presentación para diferenciarte y crear interés.

Comunica con pasión

Pon cierta emoción para atraer y seducir.

Redirige a otros contenidos

Incluye hiperenlaces a tu blog, CV 2.0, la web de tu empresa, etc.

Utiliza palabras clave

Introduce las palabras clave de tu sector o ámbito profesional en el idioma en el que más se utilicen. Si la ocupación de tu interés profesional se puede expresar de diferentes maneras recurre a todas o como mínimo las que creas que utilizan la mayoría de personas de aquel entorno.

Da valor añadido

Preséntate respondiendo a aquellas cuestiones que puede buscar el otro. Por ejemplo:

- ¿Qué puedes aportar?
- ¿Cuál es el derecho diferencial?
- ¿Cuáles son tus logros?
- ¿Cuáles son tus fracasos y aprendizajes?
- ¿Cuáles son tus competencias y valores?
- ¿Qué personas te han influenciado?
- ¿Cuáles son tus intereses: sectores económicos o ámbitos profesionales, departamentos u ocupaciones concretas, etc.?

Webgrafía

Google Keywords Tool Enlace de interés

Da información sobre qué número de búsquedas se han hecho en el mes en Google de las palabras que te interesen y los términos relacionados, lo que permite escoger las mejores palabras clave.

<https://adwords.google.com/>

HBS Elevator Pitch Builder Enlace de interés

Aplicación de Harvard College, que permite construir un elevator pitch en pasos y con la ayuda de palabras sugeridas.

<http://www.alumni.hbs.edu/careers/pitch/>

TwicVer Enlace de interés

Aplicación que facilita la creación de un elevator pitch en base a la reflexión y elaboración de 10 tweets sobre nosotros y nuestra trayectoria.

<http://www.twicver.com/es>

El “titular profesional” como fuente de diferenciación Enlace de interés

Post que explica la importancia de definir bien el titular dentro de la red social LinkedIn.

<http://www.exprimiendolinkedin.com/2010/10/el-titular-profesional-como-fuente-de-diferenciacion/>

Webgrafía del web Barcelona Treball

Te proponemos unas rutas a seguir dentro del web Barcelona Treball que te servirán para ampliar información sobre la “bio”:

[Herramientas > Otros recursos para la búsqueda de trabajo > Documentos > El uso de las herramientas 2.0 para la búsqueda de trabajo y el desarrollo profesional](#)

[Herramientas > Canales de búsqueda de empleo > Networking](#)

Utiliza el **BUSCADOR** para obtener una selección muy completa de recursos: libros, artículos y enlaces de interés. Es muy sencillo: sólo hace falta que busques una palabra clave.