



RCI

Imagen
en las ventas.

José **A**ntonio Villavicencio
Consultor en Branding **P**ersonal
y Reingeniería en Imagen **P**ública



**THANK
YOU**



RCI



RCI



BEST

BETTER

GOOD



LIFE



¡UNO NO PUEDE
EXIGIR
A LA
VIDA
QUE TE DÉ!



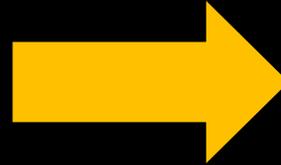
SI NO HACES NADA POR **MODIFICARTE**



POR **TRANSFORMARTE**, POR ENCONTRAR **TU IDENTIDAD...**

víctima

Quejas
Justificación
Culpa



creador
de
posibilidades



"Nunca me olvido
quién soy, de dónde
vengo ni a dónde
voy..."



RCI

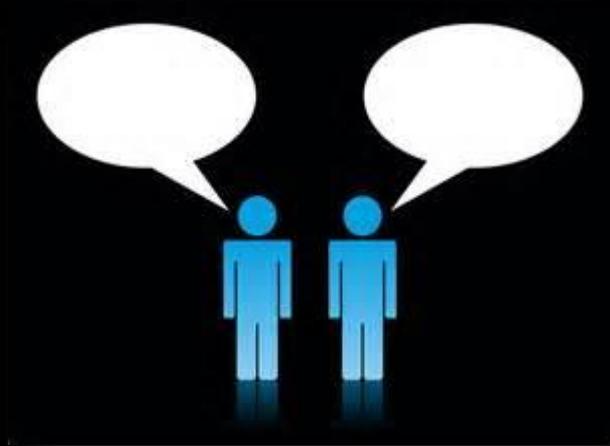
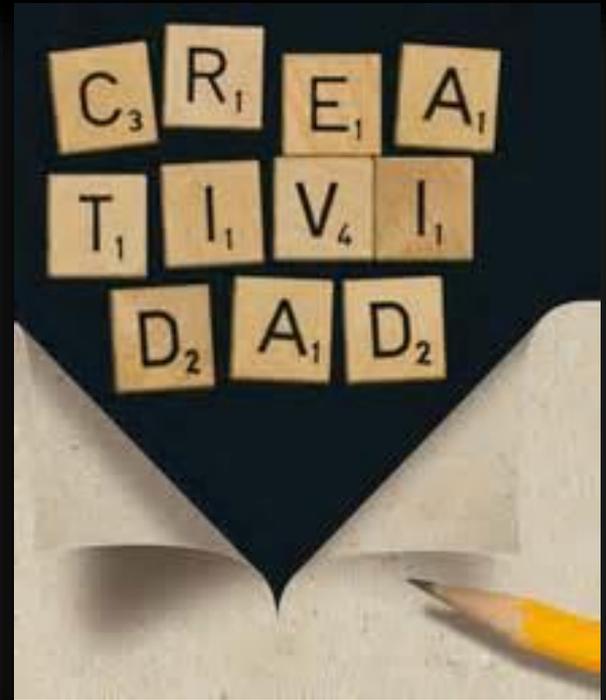
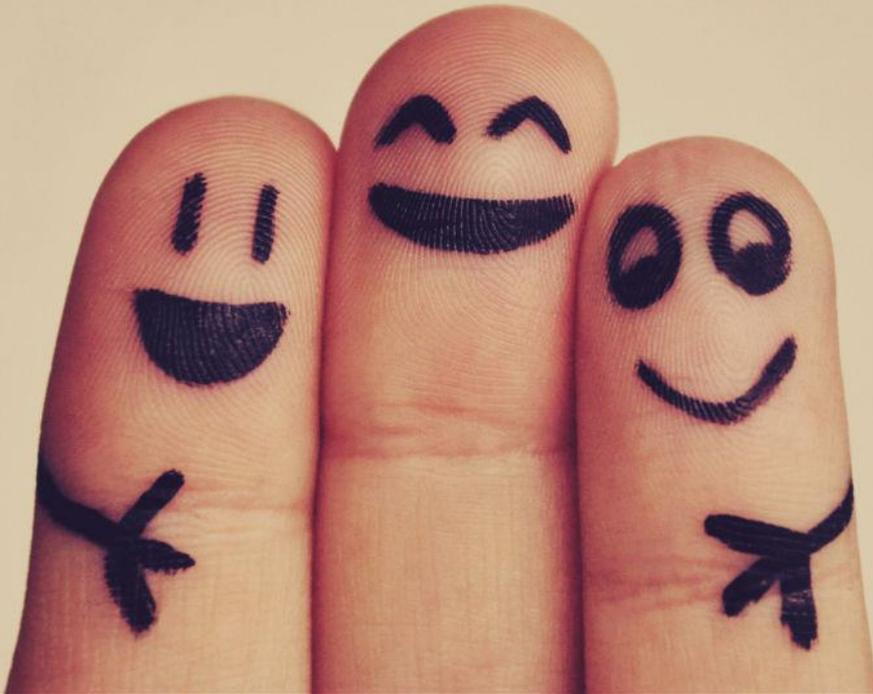
**I ♥ MY
ATTITUDE**





HWHAP

HOUSTON WE HAVE A PROBLEM



HABILIDADES



NATAS

se otorga el presente

RECONOCIMIENTO



A: _____

Por haber realizado con buena actitud y responsablemente todas las actividades y tareas en casa.

Felicidades!

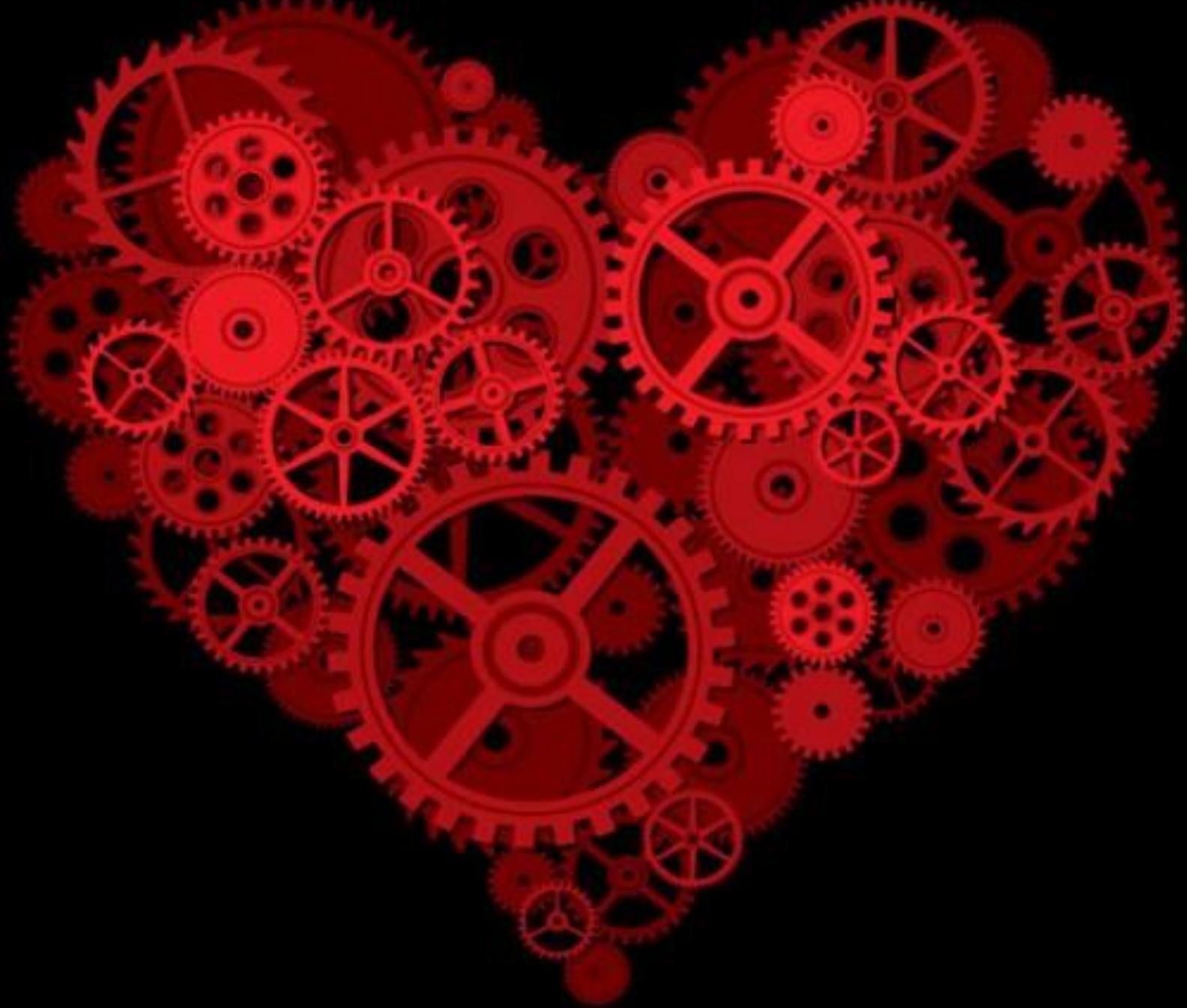
Docente



Alquímia



RCI





**THE HABIT OF PERSISTENCE
IS THE HABIT OF VICTORY**



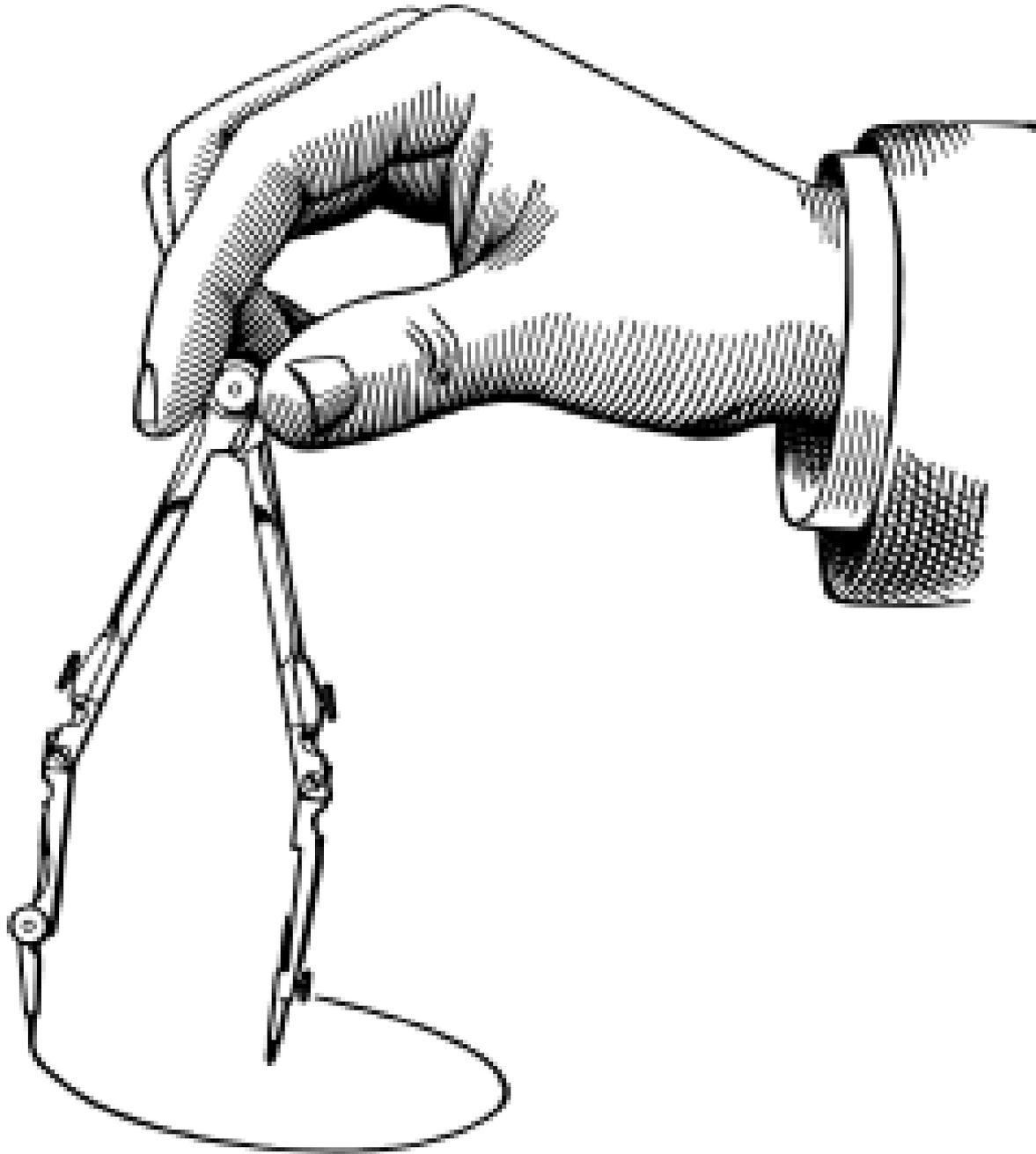
RCI



**TO BE NUMBER ONE,
YOU HAVE TO TRAIN LIKE
YOU ARE NUMBER TWO.**

A black and white photograph showing two hands, palms up, holding a small, rectangular piece of torn paper. The paper has the word "HAPPINESS" written on it in a simple, hand-drawn font. The background is dark, making the hands and the paper stand out. The lighting is soft, highlighting the texture of the skin and the edges of the paper.

HAPPINESS





RCI

PENSAR EN ACCIÓN



RCI





**CAMINO SERÁ
COMPLICADO,
LLENO DE
OBSTACULOS...**



**DEPENDE DE TI, DE TUS HABILIDADES PARA
SALIR ADELANTE, DE DARLE BUENA CARA Y
SEGUIR TU ENFOQUE...**

**DEPENDE DE TU PROPIA
IMAGEN.**



Aquel que tenga ojos para ver y oídos para escuchar
se podrá dar cuenta que ningún mortal puede guardar algún secreto.

¿Qué reflejo
a los demás?



RCI





¿ Qué **huella** dejas en la mente de tus **públicos objetivo** cuando no estás?







Brand

Brand is the personality
or company (name, ter
combination of them)
constituencies: custo
people disting



LA
PRIMERA IMPRESIÓN
ES LA QUE CUENTA



38V

E



E

38A



DIFERENCIARNOS

EN UN MUNDO DIFERENCIADO



RCI



tú[®]

Construyendo tus fortalezas y
singularidades, observándote a ti
mismo como una **MARCA.**

**¿QUÉ TENEMOS
EN COMÚN
TODOS LOS QUE
ESTAMOS AQUÍ?**



MÁS

SALE



© iStockphoto.com







MÁS



Brand Love[®]

"I believe branding is about creating the right feelings
and make people falling in love. All you need is good design."

MARCAS AFECTIVAS Y EMOCIONALES

ESTRATÉGICAS

Coca-Cola[®]

PODEROSAS



RCI



A las personas les
agrada disfrutar o
estar relacionadas
con **“buenas”**
marcas.



Recargables...



o alcalinas?



A close-up, macro shot of the intricate mechanical movement of a watch. The image shows several interlocking brass gears of various sizes, some with decorative cutouts. A prominent red jewel, likely a ruby, is visible in the lower right quadrant, reflecting light. The watch case is made of polished metal, and the background is dark, highlighting the metallic components.

REPUTACIÓN



RCI

Percepción compartida que provocará una respuesta colectiva unificada.





Una imagen comunica,
vende y es poder.

2







**El diablo está
en los detalles...**







RECOMMENDED

Fijar bien nuestro objetivo
de comunicación

1





2

Visualizar quien es tu audiencia

OJO NO PODEMOS AGRADAR A TODO EL MUNDO



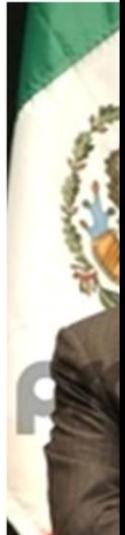
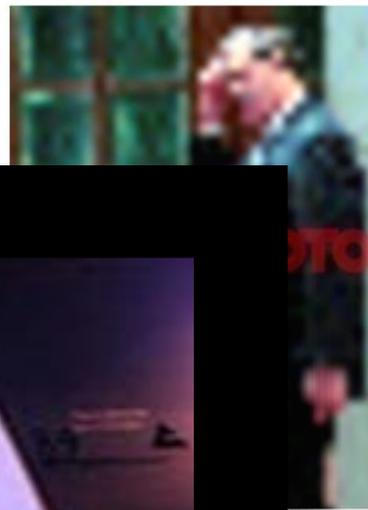
3

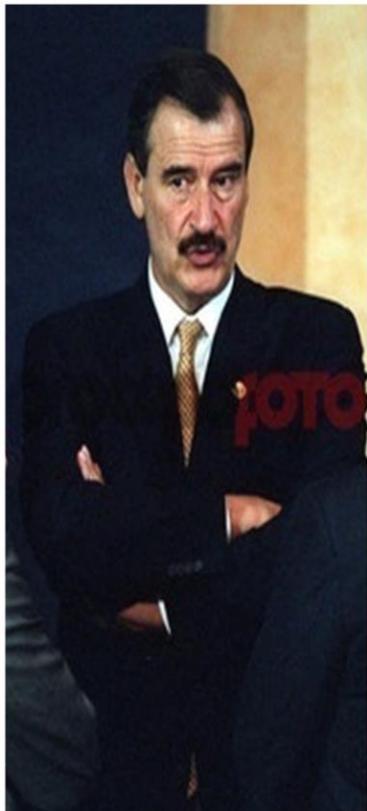


COHERENCIA Y CONGRUENCIA

La eficiencia de una imagen irá en relación directa con la coherencia de los estímulos que la causan.









CONVIÉRTETE EN **BOB ESPONJA**

4



OBSERVA, ESCUCHA Y SIENTE TODO

**¡Utilizarla, sin perder espontaneidad
y NATURALIDAD!**



SONRISAS AMPLIAS

Intensidad de Emociones

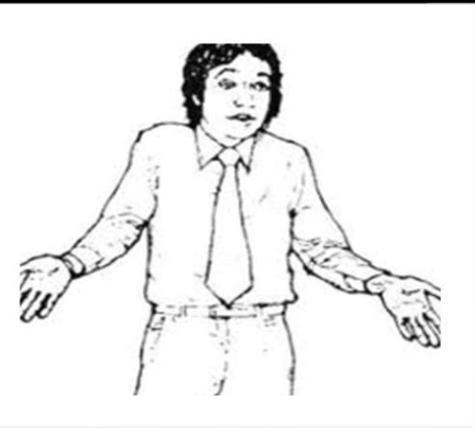
Dientes, confianza



Secreto/ Inseguridad



**“Mi mano es una extensión de mis pensamientos,
De mis pensamientos creativos”**





Palma hacia arriba: **No hay amenaza**



Palma hacia abajo: **Autoridad**



Seguridad y confianza



Tocarse la punta de los dedos, en signo de OK!

**TRANSMITEN
UNA IMAGEN REFLEXIVA, QUE ESTÁN ORIENTADOS A LOS
OBJETIVOS Y CENTRADOS.**



VENTAJA DEL LADO IZQUIERDO

Percibido como posición dominante





BARRERAS **EN LA COMUNICACIÓN**



1. Inseguridad
2. El no se abre hacia afuera y usted no entra hacia adentro

Desconfianza, desinterés,
inseguridad

Posición de
cremallera
rota





La mentira





SE TOCABA LA NARIZ CADA 4 SEGUNDOS

26
TOQUES EN LA
NARIZ

5

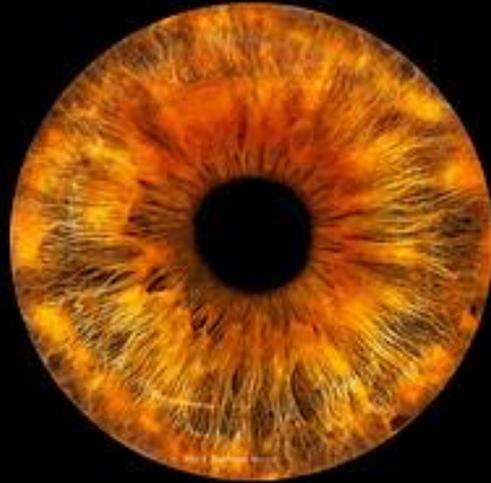
PNL

**PROGRAMAÇÃO
NEURO-
LINGUÍSTICA**



visuales

“De la vista nace el amor”



El 83% de nuestras decisiones las hacemos a través de los ojos



¡Veo lo que quieres decir!

¡Pienso que se ve muy bien!

¡Muéstrame más!

¡Mira me encantó!

¡Que rico se ve!















“El proceso cerebral que
decodifica los estímulos, toma
unos cuantos segundos”



auditivos



**¡TE ESCUCHO!
¡SUENA BIEN!
¡CUÉNTAME
MÁS!**

bla!, bla!,
bla.....



proxémicos





**¡CAPTO LO QUE DICES!
¡ME SIENTO BIEN AL RESPECTO!
¡DAME LOS DETALLES!**

TRISTEZA

FRUSTRACIÓN

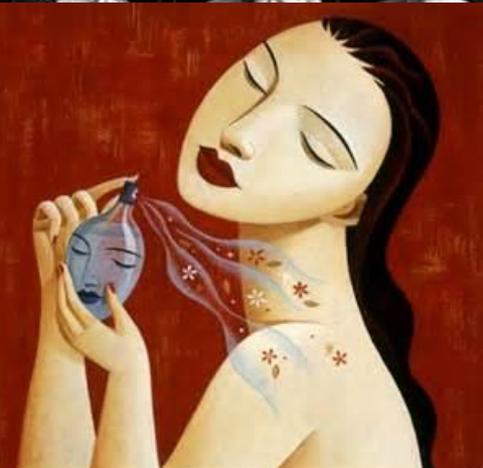
MIEDO



NOSTALGIA

IRA

ALEGRÍA



January 2011



Ser estratégicos

El proceso de creación de una imagen es
racional, por lo que requiere de una

metodología.



Dirígete al corazón

La mente decide
mayoritariamente basada
en sentimientos.



LA FORMULA DEL 85/15

“ En general los seres humanos deciden basados 85% en sentimientos y sólo 15% en pensamientos ”



Hablar
al
corazón
no
al
cerebro.



Imagen Ejecutiva



Energético
Ciado Cooler
100/150 LATAS

Energético
Ciado Cooler
100/150 LATAS



- **Colores más fuertes denotan credibilidad.**
- **Colores claros en las prendas denota accesibilidad.**



En las prendas, las texturas gruesas comunican accesibilidad





Las prendas delgadas comunican autoridad y poder.



- White**
- Cream**
- Tea-Dyed**
- Natural**



La camisa blanca denota autoridad, las camisas de color, cuadras o rayas comunican accesibilidad.



La camisa con puños de botones comunica accesibilidad, el puño francés o mancuernillas comunica poder y autoridad.



Un conjunto o traje claro siempre deberá utilizarse con zapatos de hebilla.



Los zapatos de agujetas comunican formalidad y los de hebilla accesibilidad

- ES +

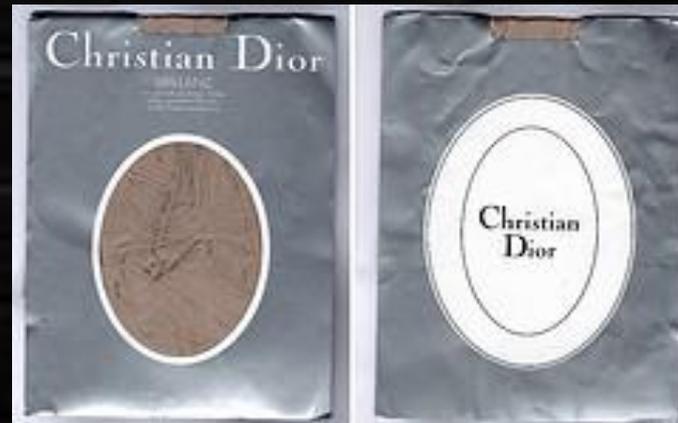
El único accesorio permitido en el hombre en el entorno profesional son: **anillos de alianzas, el reloj, mancuernillas** y en su caso si se utilizara corbata, **clip de la misma.**



Se recomienda que el color de los zapatos en las mujeres sea acorde a colores clásicos: café, azul marino, negro, hueso.



En caso de utilizar medias, estas deberán ser lisas y deberán tener una armonía con la falda.



El zapato que enseña los dedos de los pies siempre deberá usarse sin medias.



No usar escotes pronunciados ni faldas muy cortas.



Los tacones de una mujer ejecutiva deberá medir no más de 5 cm.



Es fundamental no maquillarse delante de ningún cliente, esto siempre deberá realizarse en **privado**.



**La vida va a ser cualquier cosa que tu
quieras,**



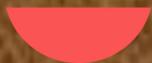
Tú decides.

LO QUE
DECIDAS HACER,
ASEGÚRATE QUE
TE HAGA FELIZ.



RCI

“Nuestras huellas no se borran de las vidas que tocamos”



RCI



A screenshot of a Facebook profile page for 'JA Imagen'. The cover photo shows a row of colorful gummy bears. The profile picture is a small image of gummy bears with the text 'JA Imagen' written on it. The name 'JA Imagen' is displayed in bold. Below the name is the description: 'Consultoría/Servicios empresariales JAImagen-Consultoría en Branding Personal, Imagen Pública, Comunicación no verbal, Protocolo y Ventas.' There are buttons for 'Cambiar portada', 'Te gusta', and a settings icon. At the bottom, there are tabs for 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Eventos'.



<https://www.facebook.com/JAImagen>

**¡Muchas
gracias!**

