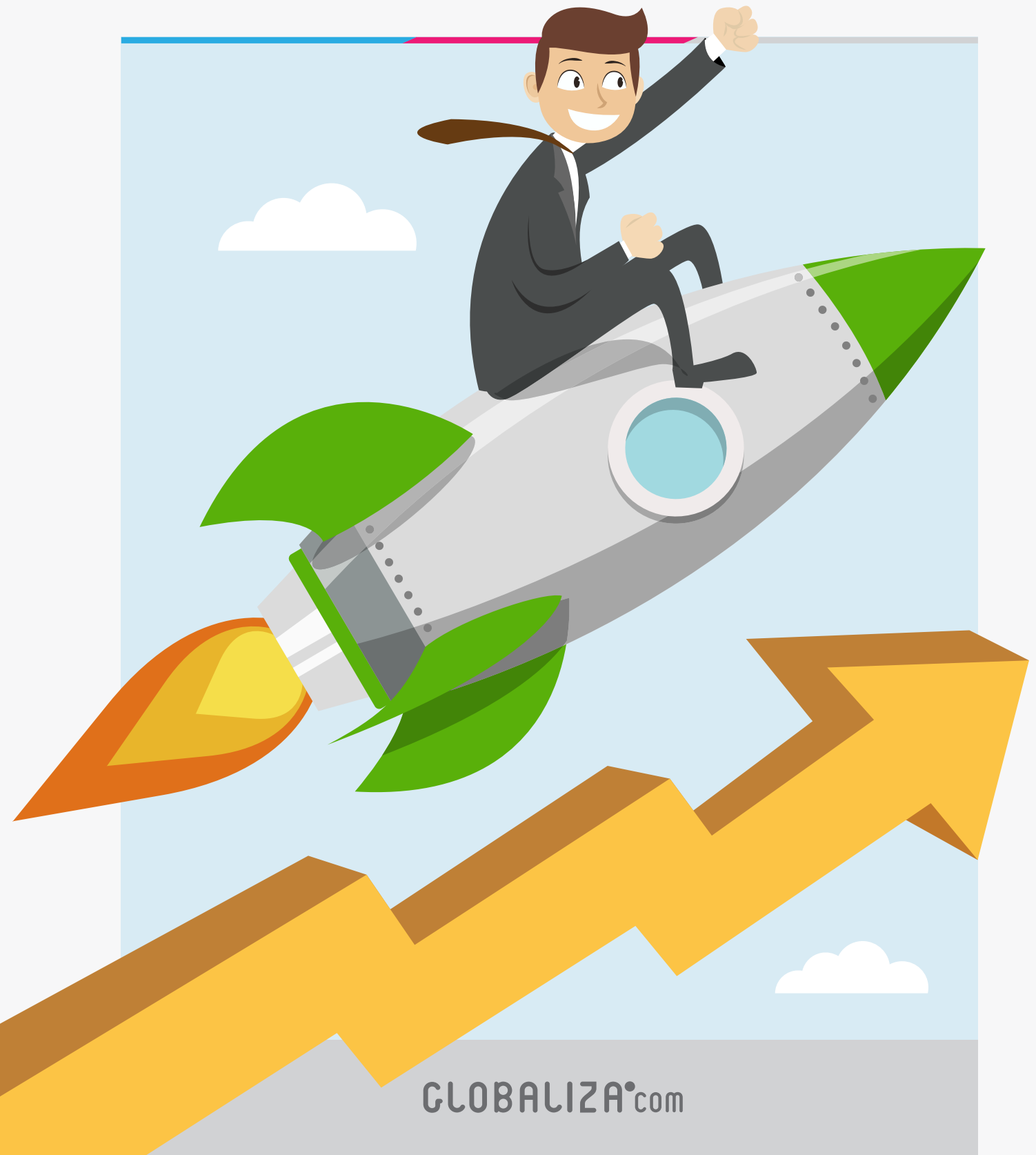


E-BOOK

EL AGENTE INMOBILIARIO 2.0

Conviértete en el profesional del futuro



GLOBALIZA.com

E-Book
El agente inmobiliario 2.0:
Conviértete en el profesional del futuro

Copyright Globaliza.com
Año 2018

Eres el futuro

Date prisa. El mundo no espera a nadie. Toma un papel entre las manos y sujeta el bolígrafo más cercano que tengas. Respira tres veces antes de empezar a tomar nota sobre lo que estamos a punto de contarte.

Con lentitud, escribe sobre el folio en blanco que todo lo que creías saber acerca de cómo tiene que trabajar un agente inmobiliario ya no te sirve de nada.

Hoy en día, **la renovación profesional del agente inmobiliario es algo imprescindible**. Está en tu mano no quedarte atrás. El mundo se ha vuelto terriblemente rápido, quien no corre, vuela y cuando te quieras dar cuenta ninguno de tus conocimientos te será de utilidad en tu ámbito laboral.

Muy lejos en el tiempo ha quedado esa realidad en la que tras acabar los estudios se terminaba la época de la formación. Trabajar ya no es tu única meta diaria. **Aprender cada día es tu principal baluarte** y tienes que concienciarte para ello. Solo así podrás obtener los mejores resultados posibles.

Índice

La necesaria mejora del agente inmobiliario	7
¿Qué es el Método Kaizen?	8
La mejora continua	8
Elevar los estándares de calidad	9
Las tres claves del Método Kaizen	10
El microhábito de la formación	11
En qué consiste la estrategia del microhábito	11
Cómo aplicar la estrategia del microhábito	11
La renovación del agente inmobiliario	13
Atento a todas las novedades del sector	14
Mantente en contacto con otros profesionales del sector	14
Observa y aprende	15
LinkedIn para el agente inmobiliario	16
Ten un perfil completo	16
La lista de contactos es fundamental en LinkedIn	17
En los grupos de LinkedIn se conjura la magia	18
Exportar tu lista de contactos esconde maravillas inesperadas	20
Sé siempre generoso	21
Facebook para el agente inmobiliario	22
Segmentación precisa y barata de campañas	22
Exposición y capacidad de mostrar tus resultados	23
Utiliza las estadísticas y recauda información sobre tus seguidores	24

Twitter para el agente inmobiliario	25
Aplica la regla del 80/20 en Twitter	26
Twitter es el medio	26
Ten un calendario de publicaciones y analiza los resultados obtenidos	26
Crea conversación, entabla conexiones y responde todas las dudas	28
Cuida de la ortografía y de las imágenes	28
La importancia de automatizar las redes sociales	30
Buffer	30
Hootsuite	31
TweetDeck y Facebook	31
Los honorarios del agente inmobiliario	32
Conclusiones	33

La necesaria mejora continua del agente inmobiliario

Érase una vez la mañana en la que unos agentes inmobiliarios se despertaron con la determinación de convertirse en los mejores profesionales del sector. Dos palabras mágicas que cambiarían su trayectoria profesional desde ese mismo instante: Método Kaizen.



¿Qué es el Método Kaizen?

Kaizen fue un estudioso japonés del mundo de la organización y el trabajo profesional. Desarrolló este método basándose en su propia experiencia y tras demostrar su eficiencia fue instaurado por muchas compañías. Entidades como Nintendo o Toyota, centenarias, basan su cultura empresarial en este método.

El método Kaizen tiene un **punto de partida** en la idea de que no se puede alcanzar la perfección porque esta no existe.

Y es que, aunque algo parecido a la perfección existiera, tampoco te recomendaríamos llegar hasta dicho punto. ¿Para qué? Lograrla solo dejaría futuro vacío, sin nada por lo que pelear.

En **Globaliza** rechazamos de forma autoritaria la idea de la perfección. Abogamos por la **excelencia** del que está preparado para continuar su camino cada día, que cuando se cae se levanta y que entiende que lo gris es necesario para comprender la importancia del azul del cielo.

Por ello apostamos por el método Kaizen. Está basado en dos ideas:

1. La mejora continua.
2. Elevar los estándares de calidad.

1. La mejora continua

Solo siendo conscientes de que buscamos esta mejora continua podremos conseguir los objetivos propuestos.

El método Kaizen propugna por un **aprendizaje consciente y dirigido**. Que seamos capaces de determinar qué metas tenemos en el mapa y seguir las migas de pan que nosotros mismos nos colocamos para llegar hasta la barra.



2. Elevar los estándares de calidad

Implica que solo somos nosotros los que tenemos **la capacidad de autoexigirnos** cada día un poco más. Afirma que el proceso para lograr la mejora continua comienza en este punto y que en caso de errar en el mismo no hay posibilidad de éxito a medio o largo plazo.

Las tres claves del Método Kaizen

- **La autoevaluación.** Todo el proceso del método Kaizen debe de ser consciente. Tenemos que racionalizar las acciones y encontrar los puntos de mejora.
- **Proceso de reflexión y sacrificio.** Mejorar no es fácil. Conlleva ir cada día un poco más allá y exigirnos de nosotros mismos.
- **Los agentes inmobiliarios tienen mucho que aprender.** Todavía más hoy en día que las tecnologías están abriendo muchos caminos. Es el momento idóneo para instaurar en su rutina el método Kaizen.

El microhábito de la formación

Una de las vías más eficaces para lograr los objetivos del método Kaizen es el del microhábito de la formación.

Definirlo no es fácil, pero, podríamos tildarlo de una técnica que quiere usar a tu favor las **rutinas a pequeña escala**.

En qué consiste la estrategia del microhábito

La estrategia del microhábito consiste en incluir en tu día a día una acción concreta durante una **cantidad de tiempo periódica y exigua**. Esto es, la necesaria para que no perturbe el resto de nuestras obligaciones y nos permita evolucionar como personas y profesionales del sector. En nuestro caso, el inmobiliario.

El objetivo de esta manera de actuar es que, como necesita tan poca cantidad de tiempo, no encuentres problema alguno en repetirlo de manera diaria. **Acabará formando parte de tu rutina** y, sin que te des cuenta, se habrá instalado como algo necesario. Formará parte de lo que eres y te llevará hacia delante.

Cómo aplicar la estrategia del microhábito

Si quieres comenzar a utilizar el microhábito para formarte, empieza con buscar una parte de tu día, **no más de cinco o diez minutos**, que estés seguro que tendrás disponible en cada jornada.

Sabemos que puede parecer una poca cantidad de tiempo, pero precisamente ese es el objetivo. Que no entorpezca otras actividades. No te preocupes, que una vez que se haga rutinario, comenzará a

aumentar su cantidad él solo. Te lo requerirán tus propias circunstancias.

De esta manera, puedes dedicar esos pocos minutos a leer un artículo. Puede parecer una tontería, pero ya es una excusa para permanecer en contacto con tu sector. Conforme aumente el tiempo dedicado, apúntate a cursos, acude a charlas y ponencias... todo para ser cada día un poquito mejor de lo que eras el día anterior. Ya sabes, Método Kaizen.

La renovación del agente inmobiliario

Como te decíamos al principio, el mundo cambia más rápido que los ropajes de los actores durante una obra de teatro. Todo lo que te hemos contado sobre el microhábito de la formación y el método Kaizen tiene un objetivo: **que seas capaz de renovarte**. Eso sí, te advertimos, estar preparado requiere de trabajo duro.

En esta tesitura, te queremos dar tres consejos para que consigas esta necesaria renovación profesional que requiere tu papel de agente inmobiliario:

1. Atento a todas las novedades del sector.
2. Mantente en contacto con el resto de profesionales.
3. Observa y aprende.



1. Atento a todas las novedades del sector

El proceso de renovación profesional de un agente inmobiliario como tú no va a ser fácil. Pero no porque estemos hablando de ti, sino por la realidad de un sector que no para de transformarse.

Como profesional del sector inmobiliario vas a tener que **mantenerte en contacto con las últimas novedades, técnicas y herramientas**. Saber utilizarlas te permitirá estar a la cabeza de las circunstancias que acontezcan.

2. Mantente en contacto con otros profesionales del sector

Mírales a los ojos. ¿Qué es lo que ves en ellos? ¿Rivales? ¿Competencia? En cierto sentido es verdad, pero tras estas etiquetas dejas pasar muchas oportunidades. Solo cuando te des cuenta de que **unir siempre es mejor que separar, trabajarás mejor**.

No nos malinterpretes, por favor. No te estamos pidiendo que renuncies a tus clientes. Eso sería de locos. Tampoco que destines todas tus horas y energías a colaborar. Eso jamás. El primero eres siempre tú. Pero sí que es posible que halles oportunidades de colaboración y alianzas a forjar.

El *networking* es fundamental para esta tarea. Siempre debería de prevalecer el estilo físico al digital, pero tampoco es necesario desdeñar el resto de las opciones. Con estas comunicaciones podrás compartir impresiones, entender las últimas novedades, formar alianzas...

3. Observa y aprende

Pese a que copiar te hayan dicho siempre que está mal, no hay mejor manera de **aprender que observar aquello que hacen bien quienes se encuentran a la cabeza del sector**. Es una oportunidad y no hay que avergonzarse de ello bajo ningún concepto.

Lo mejor de formar parte de sectores donde hay muchos profesionales con experiencia radica en el hecho de que vas a poder aprender cómo funcionan las actividades y los procedimientos. Impregna todo de un toque personal. De la manera en la que tú quieres funcionar.

Observar es una de las mejores maneras de aprender. Aprender es una de las mejores maneras de llegar a la renovación como profesional.

Linkedin para el agente inmobiliario



Vivimos en un mundo 2.0. El **peso de las redes sociales es cada vez más importante y a nivel profesional su impacto se ha multiplicado**. En la marea que mueve a estas plataformas existe un remanso de paz para los trabajadores: LinkedIn.

Nuestros cinco consejos para sacarle partido a LinkedIn como agente inmobiliario son:

1. Ten un perfil completo.
2. La lista de contactos es fundamental.
3. En los grupos se formula la magia en LinkedIn.
4. Exportar la lista de contactos esconde maravillas inesperadas.
5. Sé siempre generoso.

1. Ten un perfil completo

Piensa en tu perfil como tu **carta de presentación**. Es el catalizador de la primera impresión, el detonante del amor a primera vista o del solo te quiero como amigo a nivel profesional. En definitiva, su impacto es tan importante como el de la ropa con la que te vistes la primera ocasión que visites a un cliente.

De esta manera, es fundamental que **tu perfil cuente tu historia**. Que sea precisa y detallada, pero que se aleje de narrativas tediosas que no interesen a nadie. Viste tu relato con creatividad y dótalo de aspectos que animen a ser conocido. Desde anécdotas a curiosidades que hablen de cómo trabajas a nivel profesional. LinkedIn está repleto de perfiles semejantes. Diferenciarse es fundamental.

En toda esta maraña de consejos hay uno que brilla con luz propia. Si habláramos de estrellas, este sería la estrella polar. El consejero indomable que te indica siempre donde está el norte y que cuida de que no te pierdas bajo ningún concepto. Nos referimos a las palabras clave. Al fin y al cabo, LinkedIn, la red social de Microsoft, funciona como cualquier otro buscador. **Posicionarte en los primeros puestos cuando alguien necesite a un profesional de tu sector se antoja una tarea prioritaria**. Como apagar la luz cuando no se esté utilizando o asegurarse de que los grifos no gotean. Solo así se puede ahorrar en las diversas facturas.

2. La lista de contactos es fundamental en LinkedIn

La lista de contactos es como ese listado que de niño hacías en Navidad. En él recogías todos los detalles que te hubiera gustado recibir, mientras que en la de LinkedIn acumulas los profesionales con los que estás interesado en trabajar.

Así, al igual que de pequeño, **dedica cada jornada un pequeño tiempo de reflexión y búsqueda de los candidatos ideales**. Busca en función de las oportunidades profesionales que anheles y de aquellos de los que ya tengas referencias apropiadas. Una vez los encuentres no te lances a su cuello directamente, sino que interactúa poco a poco hasta que se genera confianza en esta red social: comenta sus publicaciones, ayúdales cuando lo necesiten...

LinkedIn posiciona mejor los perfiles que cuentan con más de quinientos contactos. Por ende, ya tienes una tarea por delante. Mantén siempre el criterio de unirte a personas con las que te gustaría disfrutar de oportunidades laborales o porque el contenido que compartan sea de tu agrado. No sumes por sumar.

3. En los grupos de LinkedIn está el juego

Los grupos de usuarios de LinkedIn son uno de los mayores tesoros que el mundo 2.0 ha traído a los profesionales de cualquier sector. Incluido el sector inmobiliario. Es un regalo para los agentes y te aseguramos que si aprendes a utilizarlos le sacarás muchísimo partido.

Es el espacio donde, en un **entorno de confianza**, se pueden



compartir noticias, artículos, enlaces de interés o formular dudas y preguntas sobre determinados temas aguardando que otros profesionales puedan solventarlas.

De esta manera, no hay mejor manera de aprender a utilizarlos que entrar a alguno de ellos. **Participa de manera recurrente, comenta y comparte el contenido de otros.** No te dediques a hablar únicamente de ti y de lo tuyo, pues nadie es amigo de quien se cree el centro del universo.

Para poder sacarle el máximo partido a LinkedIn va a ser fundamental que **elijas adecuadamente los grupos**. Dedicar todo el tiempo del mundo a seleccionar los más apropiados y tampoco te mantengas en una barbaridad. Mejor pocos y manejables que muchos y agobiantes.

4. Exportar tu lista de contactos esconde maravillas inesperadas

A duras penas conocido por el resto de los usuarios, es uno de los grandes secretos de LinkedIn. Si tuviéramos que quedarnos solo con una característica de esta red social sería con esta.

LinkedIn te da la posibilidad de **exportar tu lista de contactos**. Es un detalle que no tendría mayor importancia si no fuera por el hecho de que entre la información que se descargará en tu ordenador se encuentra la **dirección de email** de cada uno de tus contactos. La llave de la puerta que te permitirá acceder a ellos de una manera mucho más personal que una red social.

Aun así, aunque tengas todas las balas cargadas, no les ataques directamente. Todo en la vida necesita sus tiempos y las personas todavía más. Como si se tratara de quien te has enamorado, avanza con la pausa que encierran las buenas historias. Interactúa a partir de los comentarios, recomienda su contenido y, una vez sientas que sabéis quién es quién, contacta con email con esa propuesta que te está quemando entre los dedos.

5. Sé siempre generoso

En la vida siempre hay una regla invisible que acostumbra a cumplirse. **Cuanto más se da, más se recibe.** De esta manera, trata de ser generoso en LinkedIn, pues a nivel profesional acabará repercutiendo de una manera positiva en tus intereses laborales.

Así, comparte el contenido de otras personas, agradece su esfuerzo, deja opiniones y recomendaciones en sus perfiles... En definitiva, haz todo lo que te gustaría recibir. Hazlo de manera desinteresada, sin esperar nada a cambio. Todo lo demás ya llegará.

Facebook para el agente inmobiliario



Facebook es la **red social más grande del mundo**. Millones de usuarios recorren cada día esta plataforma en busca de servicios y cotilleos de todos sus amigos. Por ello para un profesional como un agente inmobiliario se alza como una oportunidad clave para **encontrar clientes**. Es un lugar para conectar y construir marca personal.

Son muchas las opciones y alternativas que Facebook ofrece para el agente inmobiliario. Sin embargo, nosotros nos hemos querido centrar en tres que explicarte tranquilamente. De esta forma, esperamos que salgas de este artículo con ganas de abrirte una *fanpage* y le saques todo el rédito posible.

Estas tres ventajas son:

1. Segmentación precisa y barata en las campañas.
2. Exposición y capacidad de mostrar tus resultados.
3. Estadísticas y recabar información de tus seguidores.

1. Segmentación precisa y barata de campañas

Facebook Ads es un factor que siempre tenemos que manejar. Realizar campañas orientadas a nuestro público objetivo nunca había sido más fácil. Ahora tenemos la posibilidad de utilizar la propia información de la plataforma para sacarle todo el partido a nuestros servicios.

De esta manera, valora la posibilidad de invertir en este servicio de Facebook. Con un aprendizaje pequeño se pueden conseguir excelentes resultados. Y tú quieres destacar por encima del resto.

2. Exposición y capacidad de mostrar tus resultados

Todos hemos escuchado esa frase que dice que la mujer del César no solo tiene que serlo, sino parecerlo. En este caso nos encontramos ante una situación semejante. **No solo tienes que ser un gran profesional, sino que tienes que mostrarlo.**

En Facebook tienes la capacidad de usar la plataforma como escaparate para que todos los interesados puedan tener pruebas de tu trabajo.

3. Utiliza las estadísticas y recauda información sobre tus seguidores

Cuando dicen que la información es poder no se equivocan. Saber cuáles son los perfiles de aquellos a los que les interesa contratar tus servicios te colocará en una posición interesante de cara a saber **cómo abordarles y qué ofrecerles.**

Sácale partido a todos estos datos.

Twitter para el agente inmobiliario



Twitter no está pasando por su mejor momento. Aun así, sigue siendo uno de los lugares más importantes para que cualquier profesional halle oportunidades laborales. Millones de usuarios se conectan cada jornada. Entonces, ¿cómo no vamos a sacarle partido como agentes inmobiliarios?

Twitter tiene un aspecto que pocas redes sociales comparten: **los nichos de mercado**. Sectores donde la actividad es frenética y, adivina qué, el inmobiliario es uno de ellos. Solo por esta razón tienes que estar aquí.

Con estos cinco consejos para Twitter le sacarás todo el partido posible como agente inmobiliario:

1. Aplica la regla del 80/20.
2. Es un medio, no un fin.
3. Ten un calendario de publicaciones y análisis.

4. Crea conversación y responde todas las dudas y comentarios.
5. Cuida la ortografía y la imagen.

1. Aplica la regla del 80/20 en Twitter

En todas las redes sociales deberías aplicar esta regla. Sin embargo, en Twitter es todavía más fundamental. **En ella la actividad es constante y muy superior al resto.** Por ello cuanto más atención y mimo le prestes, mejores resultados obtendrás.

En Twitter no sigues a una persona solamente por sus conocimientos. **El factor humano es primordial.** La marca personal sustenta estas dos realidades y tienes que abogar por la simbiosis más precisa.

Por ello te tenemos que recomendar en Twitter la **regla del 80/20**. El seguidor detesta las cuentas escaparate. Para saber qué haces ya tienes un blog o página web. Así que aquí trata de aportar más valor, de conectar de una manera más directa y de generar una conversación adecuada.

2. Twitter es el medio

Esto ya lo tenías claro. **Twitter no es tu fin.** Destacar en esta red no es el objetivo. Es un canal para que lleguen hasta tus servicios.

Todo tu contenido tiene que ser puesto en marcha con la meta de la captación. Quieres que confíen en ti. Así entrarán en tu página web y allí podrán encontrar todo lo que ofreces.

3. Ten un calendario de publicaciones y analiza los resultados obtenidos

Toda red social tiene una particularidad principal: un apartado de **estadísticas** muy exhaustivo. Estos espacios nos van a medir hasta el último detalle de nuestros resultados y, si somos inteligentes, podremos sacarle partido a esta información.

Una cosa está clara. **La improvisación no nos va a ser efectiva.** Siempre vas a tener que operar con un calendario de publicaciones. Con un plan previo todo resultado será mejor. Así, cada vez que te despistes sabrás dónde tienes que continuar.

Una vez que el tiempo transcurra tienes que analizar los resultados obtenidos. Comprueba qué efecto tiene cada tipología en tu audiencia.



4. Crea conversación, entabla conexiones y responde todas las dudas

En Twitter, cuanto más das, más recibes. Es una norma básica. Si quieres construir una comunidad, **interactuar con el resto de los usuarios es el único camino**. Es importante que tus seguidores sientan que te encuentras al otro lado de la pantalla. Que eres una persona de carne y hueso.

Responde absolutamente a todos los comentarios, agradece las menciones e intenta aportar valor con cada una de tus intervenciones.

5. Cuida de la ortografía y de las imágenes

La primera impresión es fundamental en cualquier tipo de relación. Las profesionales no escapan de esta primera ronda de evaluación, pues, al contrario que en otro tipo de situaciones, aquí es habitual que exista un peso económico que implique que **seamos todavía más cautos con nuestras decisiones**.

En Twitter tu ropa estará cosida entre palabras e imágenes. **Será vital cuidarte de qué publicas, cómo y cuándo lo haces**. Tanto el fondo como la forma son fundamentales y es que puedes ser la persona con más conocimientos del mundo, que si no sabes transmitirlos te vas a encontrar en una mala situación.

Así, que **no se te ocurra no darle la importancia necesaria a la ortografía**. En una red es motivo de confianza. De esta manera, en el uso del lenguaje no te conformes con no errar, sino que trata

de emplear las palabras precisas en cada ocasión. El mismo consejo también te sirve para las imágenes. No te olvides de que Twitter es un terreno para valientes.

La importancia de automatizar las redes sociales

Cuando las redes sociales entren en nuestra actividad nos daremos cuenta de que se tratan de **ladronas de tiempo**. Llevarlas a mano consumiría una gran cantidad de las horas que podríamos dedicar a nuestra actividad laboral y, el hecho de poder automatizarlas es una opción que nos permitirá recuperar este tesoro.

En la automatización y la medición se encuentra el secreto. El objetivo consiste en no descuidar nuestras tareas como agente inmobiliario por la actividad en redes sociales. Lo primero es lo primero.

De esta manera, son tres las herramientas de automatización de redes sociales que te queremos mostrar. Harán las delicias de tu actividad digital.

1. Buffer.
2. Hootsuite.
3. TweetDeck y Facebook.

1. Buffer

Cuenta con pocas florituras y se centra en lo importante. Allí brilla con luz propia. Su principal función es la de la automatización de redes. Aunque también se verá completada con un pequeño espacio de estadísticas que hasta el



usuario más básico será capaz de interpretar.

Nos permite jugar con todas las redes sociales. Con una interfaz visual, la curva de aprendizaje es muy pequeña. Cuenta con una versión gratuita que te permite gestionar hasta dos perfiles. Si necesitas más, tendrás que pasar por caja.

2. Hootsuite

Hootsuite va un pasito más allá de Buffer. **Cuenta con todas sus funciones y además integra un feed donde puedes interactuar con aportaciones del resto.**

Si bien dominarlo a nivel experto es hartamente complicado, empezar a cacharrear con su interficie está al alcance de todos.



3. TweetDeck y Facebook

Este último exponente **son versiones oficiales de cada red social.** Totalmente gratuitas, ambas te permiten automatizar el contenido generado en tu campo. Si bien es cierto que la apuesta de Facebook es más interesante por la profesionalidad de su apartado de estadísticas, TweetDeck se verá complementado con la propia función Analytics de Twitter original. Dos caras de la misma moneda que harán las delicias de tu actividad en redes sociales.



Los honorarios del agente inmobiliario

Los honorarios del agente inmobiliario comprenden la comisión que obtendrá si consigue la firma del contrato de compraventa mientras permanezca con vida el de mediación. Lo habitual es que se realice en el momento en el que se firme la escritura pública.

Sin embargo, la pregunta clave no es cuándo se cobra, sino cuánto. Los tiempos son importantes, pero siempre que el clin, clin de las monedas resuene en nuestra hucha de manera constante seremos capaces de mantener la compostura y no liarnos la capa al cuello para hacernos llamar SuperAgentE. Aunque, ojo, si tomas esta decisión, por favor, envíanos una foto.

No hay ninguna norma que fije una cantidad. Sin embargo, **en la actualidad el porcentaje de los honorarios del agente inmobiliario se sitúan entre el 2 y el 5 % del precio.**

Conclusiones

Las redes sociales han llegado para quedarse. Como profesionales del sector inmobiliario tenemos dos opciones. O bien aprendemos cómo emplearlas y les sacamos todo el partido posible o, en caso contrario, observaremos de manera irremediable que nuestros competidores nos adelantarán por la derecha y sin intermitente.

Como conclusiones de la figura del agente inmobiliario 2.0, nos gustaría subrayarte estas tres ideas:

- **El Método Kaizen es fundamental. Implica la mejora continua y consciente, así como la renovación permanente del agente inmobiliario. Para lograrlo no hay mejor camino que el de los microhábitos.**
- **Cada red social tiene su modo de funcionar y tenemos que entender sus mecanismos para poder obtener resultados. Recuerda que no hace falta estar en todas. Mejor en pocas y bien, que en muchas y mal.**
- **Las redes sociales son ladronas de tiempo, sin embargo, la automatización de estas puede jugar a nuestro favor. Deja que hagan tu trabajo por ti mientras tú te enfocas en lo verdaderamente importante.**

GLOBALIZA.com

En **Globaliza** estamos siempre a tu disposición. Por ello, te animamos a ponerte en contacto con nosotros si necesitas ampliar la información, te gustaría realizar alguna matización o, simplemente, deseas formularnos una consulta.

Además, te animamos a consultar el resto de los ebooks de Globaliza. Encuentra más en nuestro blog:

Ver más e-books

www.globaliza.com

Bibliografía

Díaz, Marianne (2016). Un paso a la vez. Hipertextual. DOI: <https://hipertextual.com/2016/01/metodo-kaizen-metas>

López, Berto (2017). Cómo funciona LinkedIn. Ciudadano 2.0. DOI: <https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/>

Cebolla, Fernández (2017). Facebook para profesionales. Fernando Cebolla. DOI: <http://fernandocebolla.com/consejos-facebook-para-profesionales/>

Gobeá, Javier (2018). Twitter para negocios. Hormigas en la nube. DOI: <https://hormigasenlanube.com/marketing-para-profesionales-independientes-iv-twitter-para-negocios/>

Beltrán, Carmelo (2018). Consejos profesionales. Globaliza. DOI: <https://www.globaliza.com/noticias/category/consejos-inmobiliarios/>