

# Càpsula de coneixement

## LA BIO O ELEVATOR SPEECH 2.0

### Context

La “bio” és la descripció que acompanya el nick o nom d'un usuari en una plataforma 2.0. Si s'elabora de forma estratègica pot funcionar com a “elevator speech”, donat que és una informació important per a qui es vol fer una idea de qui ha darrera d'un perfil trobat a Internet.

El terme *elevator speech o pitch* té el seu origen en una pràctica dels emprenedors, que en l'època de la bombolla de les “punt com” als EEUU aprofitaven el trajecte en ascensor d'un possible inversor per fer-los un discurs de presentació de la seva idea de negoci.

#### Exemple real de “bio” a 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

Amb el sorgiment de les xarxes socials i el canvi de paradigma de la web 2.0 la “bio” es pot traduir en la primera impressió que els altres es fan de nosaltres i que pot marcar l'inici de la relació: que ens afegeixin a la seva xarxa, que ens segueixin amb més o menys interès i/o eines... fins i tot una bio poc afortunada o la manca d'ella pot provocar el rebuig.

## Com adaptar la bio a les diferents plataformes 2.0

Depenent de la plataforma que utilitzis ha una sèrie d'aspectes que has de tenir en compte:

		L'ESPAI	L'ESTIL
<b>Consideracions generals:</b>		Cada plataforma 2.0 permet introduir un nombre de caràcters diferent. En alguns casos també venen delimitats per apartats prefixats amb algun títol.	És lliure, però la resta d'usuaris poden "etiquetar-te" segons el to que utilitzis a l'hora de comunicar-te.
<b>Recomanacions:</b>		Redacta una "bio" tan extensa com se't permeti però destacant els punts importants del teu perfil.	Si no vols ser considerat/ada fora de lloc o donar una imatge equivocada de com ets, adapta't a l'estil característic de cada plataforma o defineix un propi segons la teva estratègia professional.
<b>Exemples:</b>	<b>Twitter</b>	140 caràcters	L'estil a aquesta plataforma és fresc, el que ens permet innovar. Poden incloure's hastags o enllaços.
	<b>Linkedin</b>	2000 caràcters com a màxim	Són xarxes amb un estil molt formal. Introdueix paraules clau dins del text o bé separades per comes, en un o diferents idiomes.
	<b>Viadeo</b>	Més de 4.000 caràcters	
	<b>Facebook</b>	Il·limitat a l'espai "Acerca de tí"	La nostra bio dependrà de l'enfocament que li vulguem donar però en general l'estil acostuma a ser informal.
	<b>Flickr</b>	Il·limitat	Perfil d'usuari heterogeni. Es poden utilitzar llicències de drets d'autor, com les de "creative commons".
	<b>Pinterest</b>	200 caràcters	No tenen un estil clarament definit.
	<b>You Tube</b>	1.000 caràcters	
	<b>Google+</b>	69 caràcters per l'"eslogan" i il·limitat per la "presentación".	
<b>LA FOTO</b>			
<b>Consideracions generals:</b>		La majoria de plataformes permeten penjar una foto de perfil per a que la resta d'usuaris ens reconegui.	
<b>Recomanacions:</b>		Deixar l'avatar per defecte està mal vist. Puja la imatge que tu vulguis, un logo o una foto teva amb fons llis en la que se't reconegui tant com vulguis. Segons la plataforma 2.0 i la teva estratègia pot ser més o menys creativa.	

Sobretot, a l'hora de gestionar la nostra identitat digital hem de triar les eines 2.0 que volem utilitzar com a part de la nostra estratègia professional. Això vol dir, que **abans de crear-te un perfil en qualsevol plataforma 2.0 has de plantejar-te si serveix per al que tu vols**. Pots seleccionar una plataforma 2.0 en base a les tendències d'ús que es donin a l'àmbit professional en el que estigui el teu objectiu professional, però també en base a les utilitats que li puguis treure. (Ex: un/a perruquer/a pot utilitzar [Pinterest](#) o [Instagram](#) per penjar fotos dels pentinats que faci però també penjar vídeos a [You Tube](#)).

D'altres consells per dissenyar una "bio" atractiva i eficaç són:

**Sigues creatiu**

Dóna-li un toc propi a les típiques fórmules de presentació per diferenciar-te i crear interès.

**Comunica amb passió**

Posa certa emoció per atraure i seduir.

**Redirigeix a d'altres continguts**

Afegeix hiperenllaços al teu blog, CV 2.0, la web de la teva empresa, etc.

**Utilitza paraules clau**

Introdueix les paraules clau del teu sector o àmbit professional en l'idioma en el que més s'utilitzin. Si l'ocupació del teu interès professional es pot expressar de diferents maneres recorre a totes o com a mínim la que creguis que utilitzen la majoria de persones d'aquell entorn.

**Dóna valor afegit**

Presentat responent a aquelles qüestions que pot buscar l'altre. Per exemple:

- *Què pots aportar?*
- *Quin és el teu tret diferencial?*
- *Quins són els teus assoliments?*
- *Quins són els teus fracassos i aprenentatges?*
- *Quines són les teves competències i valors?*
- *Quines persones que t'han influenciat?*
- *Quins són els teus interessos: sectors econòmics o àmbits professionals, departaments o ocupacions concretes, etc.*

## Webgrafia

**Google Keywords Tool** Enllaç d'interès

Dóna informació sobre quin nombre de cerques s'han fet al mes a Google de les paraules que t'interessin i els termes relacionats, el que permet escollir les millors paraules claus.

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

**HBS Elevator Pitch Builder** Enllaç d'interès

Aplicació de Harvard College, que permet construir un elevator pitch en passos i amb l'ajuda de paraules suggerides.

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

**TwicVer** Enllaç d'interès

Aplicació que facilita la creació d'un elevator pitch en base a la reflexió i elaboració de 10 tweets sobre nosaltres i la nostra trajectòria.

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

**El “titular profesional” como fuente de diferenciación** Enllaç d'interès  
Post que explica la importància de definir bé el titular dins de la xarxa social LinkedIn.

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

### Webgrafia del web Barcelona Treball

Et proposem unes rutes a seguir dins del web Barcelona Treball que et serviran per ampliar informació sobre la “bio”:

[Eines > Altres recursos per a la recerca de feina > Documents > L'ús de les eines 2.0 per a la recerca de feina i el desenvolupament professional](#)

[Eines > Canals de recerca de feina > Networking](#)

Utilitza el **CERCADOR** per obtenir una selecció molt completa de recursos: llibres, articles i enllaços d'interès. És molt senzill: només cal que busquis una paraula clau.

Cofinançat per:

