



**PERFIL**

**DANIEL**

**ROMERO-**

**ABREU**

**Thinking Heads**

---

## PERFIL



En sus más de quince años de experiencia en el posicionamiento estratégico de líderes como expertos en su sector, Daniel Romero-Abreu ha desarrollado una metodología única que traspasa la barrera de la marca personal y sitúa a los clientes en referentes de divulgación y pensamiento en sus diferentes ámbitos profesionales, empresariales e institucionales.

Esta metodología de posicionamiento es el resultado del asesoramiento a presidentes del gobierno, CEO, economistas, deportistas, escritores y pensadores y se basa en la identificación del talento y su potenciación a través de la identificación de audiencias estratégicas y canales, generando así un valor social desde el pensamiento y conocimiento.

En 2015 se convirtió en el primer no anglosajón y el más joven presidente de la International Association of Speakers Bureaus (IASB). Es economista y abogado. Actualmente prepara el lanzamiento de su primer libro donde cuenta las claves del posicionamiento personal que lo han hecho experto en esta materia

# MÉTODO LPS

LEADER POSITIONING STRATEGY

## POSICIONAMIENTO DESEADO

Analízate. Descubre cuál es tu verdadera pasión y en qué eres experto. ¿Para qué te llaman tus amigos?



## MEJORA TU CONOCIMIENTO

Créate un sistema para consumir información relevante con tu posicionamiento deseado. ¿Has usado Feedly?



## COMPARTE LO QUE SABES

Da contenidos relevantes a tus seguidores. Son clave dos tipos de contenidos: los 'how to' y los 'why'.



## POSICIONAMIENTO PERCIBIDO

Vigila el contenido que reciben tus tres audiencias: la propia, la orgánica y la promocional.



## MIDE TU RETORNO

Crea una tabla de KPIs para medir tanto la influencia como la capacidad de monetizar tu posicionamiento.



## POSICIONAMIENTO PERSONAL

Ocupa tu espacio en el mercado de las ideas. Conviértete en un experto de la temática que te apasiona.



# MI MÉTODO

## PUNTOS Y FRASES DE LA CHARLA

- ¿Cuál es el peso de la reputación del líder?
- ¿Cómo conectan su visión y pensamiento con los valores de la empresa?
- ¿Se puede gestionar la reputación de un CEO?
- ¿Deben los directivos contribuir públicamente a la reputación de su empresa?
- ¿Qué pasos hay que dar para visibilizarse como experto?
- ¿Qué papel tienen el autoconocimiento y el desarrollo personal?

“El impacto de los los principales directivos en la cuenta de resultados de las empresas es una realidad presente en las mesas de los consejos de administración y en las reuniones de los comités de dirección”.

“El CEO es un aval de confianza para la empresa en momentos de crisis”.

“Nos centramos en definir la imagen que queremos que perciban de nosotros cuando lo importante es encontrar aquello en lo que podemos aportar algo de valor y lograr ser insustituibles”

El CEO debería ser más que un portavoz, debería ser una pieza crítica para el desarrollo de la reputación corporativa. Su expertise es un activo más, por lo que el líder debe tener credibilidad y una voz propia. Su voz tiene que estar tanto al servicio de la organización como orientada a construir su propia reputación y a llegar a más públicos que los stakeholders de la empresa”

## BIOGRAFÍA

Me defino como un emprendedor en el más amplio sentido de la palabra: emprendedor de la propia vida, fiel defensor de la innovación, pero también del rigor empresarial. Me muevo en el punto de equilibrio de dos maneras de entender la vida, a veces paradójicas, pero desde luego complementarias: la española, y la alemana, de mi madre.

Con apenas 23 años, y mientras acababa mi formación en Derecho y Dirección y Administración de Empresas en el ICADE, creé y desarrollé un modelo de negocio completamente nuevo en España: la gestión profesional de conferencias. Esa aventura fue el origen de Thinking Heads Group, la primera agencia de conferenciantes de España, con más de 5.000 conferencias gestionadas desde su lanzamiento.

Soy además una persona inquieta y que está buscando siempre formas de reinventarse. Y la empresa se reinventa conmigo: desde 2003 el

concepto de Thinking Heads ha evolucionado profundamente hasta convertir a la compañía en la primera consultora especializada en el posicionamiento de líderes. Como primer operador global dentro del Mercado de las Ideas, Thinking Heads ayuda a los principales pensadores del mundo a desarrollar su conocimiento, empaquetarlo conceptualmente y distribuirlo entre las diferentes audiencias con el objetivo de aumentar su influencia y notoriedad, y en algunos casos, generarles una rentabilidad económica.

## BIOGRAFÍA

Al método que hemos desarrollado estos años lo hemos llamado Leader Positioning Strategy (LPS).

Más que un thinker, un académico, me considero un doer. Me gusta aprender haciendo, desarrollar proyectos y reinterpretar a mi manera las experiencias exitosas de grandes empresarios y emprendedores. Mi camino para llegar al LPS es una buena muestra de ello: fundé la primera agencialiteraria hispana especializada en proyectos de no ficción, Thinking Heads Literary Agency; me lancé al ámbito audiovisual con Thinking Heads Digital (ahora 5´Vision) y promoví el el proyecto Tendencias Globales, una herramienta de inteligencia contextual que analiza y sintetiza las ideas que mueven el mundo.

Finalmente me di cuenta de que un líder puede poner utilizar todas las herramientas del mundo para gestionar su reputación, puede dar conferencias, estar en las redes sociales, escribir libros y conceder entrevistas, pero no tendrá éxito si no piensa en lo que realmente puede aportar a la sociedad, en lo que tiene de único, y no planifica a partir de ahí su posicionamiento. De esa reflexión viene todo el cambio de la compañía, que también es sin duda un proceso de crecimiento personal. Como el ámbito español se quedaba corto para un proyecto tan ambicioso, en 2015 abrimos Thinking Heads Americas, con sede en Miami y vocación de servir de punta de lanza para todo el ámbito latinoamericano.

# THINKING HEADS

La primera consultora especializada en el posicionamiento estratégico de líderes

Fortalecemos el posicionamiento público y la reputación de nuestros clientes en el ámbito corporativo potenciando su relevancia institucional.

Una metodología única:

- Ayudamos a nuestros clientes a estructurar sus ideas, valores, proyectos y conocimientos. Analizamos qué les hace únicos.
- Articulamos una propuesta de posicionamiento directivo deseado: elaboramos una hoja de ruta y un calendario de acciones orientado a generar visibilidad, influencia pública y reputación.
- Desarrollamos plataformas de influencia para que personas y organizaciones puedan proyectarse y posicionarse públicamente con éxito.
- Nuestros clientes pasan a ser referentes de divulgación y pensamiento en sus diferentes ámbitos profesionales, empresariales, comerciales e institucionales.
- Generamos un potencial retorno económico.

# THINKING HEADS

Un referente marca el rumbo a través de su visión y su pensamiento. Nuestros clientes aporta su experiencia y talento y en Thinking Heads les proporcionamos las herramientas de influencia necesarias para potenciar la difusión de sus ideas y sus valores para así lograr el máximo impacto en la sociedad.

La reputación de una compañía está estrechamente ligada a la del CEO o su presidente. Desarrollamos análisis y conocimiento sobre las tendencias y escenarios de las industrias en las que operan nuestros clientes para crear plataformas de influencia sobre las audiencias estratégicas que se hayan definido como prioritarias. Ayudamos a potenciar la reputación del directivo al servicio de su organización, logrando una alineación de sus valores y atributos profesionales con la misión corporativa.

Posicionamos líderes para:

- Amplificar su prestigio y aumentar la reputación
- Crear un círculo virtuoso en torno al líder y sus ideas que le permita desarrollar todo su talento y comunicarlo de la forma más adecuada
- Contribuir: orientar al líder y su organización para que su audiencia obtenga un beneficio en términos de inspiración, formación, referencia desarrollo profesional o personal.



# THINKING HEADS

Servicios disponibles:

- Estrategia de posicionamiento
- Análisis de tendencias
- Desarrollo de narrativas y discurso.
- Thinking Heads Network
- Comunicación y relaciones públicas.
- Posicionamiento digital
- Gestión de participación en foros
- Servicios editoriales y generación de contenidos

Conectamos el pensamiento y la visión de los directivos con los valores de su organización.

# Thinking Heads

---