

¿QUÉ ES LA MARCA PERSONAL?

La Marca Personal es la huella que dejas en los demás, con cada acción o comunicación que llevas a cabo.

Conocemos qué significa marca, todos podemos identificar un producto cuando lo vemos en la televisión o lo escuchamos en la radio. La marca personal es exactamente lo mismo pero llevado al terreno concreto del perfil profesional. Debemos ser conscientes de que nuestra marca está registrada desde que nacemos. Por lo que podríamos decir que la marca personal es nuestra trayectoria. Todo aquello que ha hecho que seas quien eres y que seas reconocida o “desconocida” en el ámbito en el que te desenvuelves.

La marca personal es la huella que dejamos en los demás y el recuerdo que estos tienen de nosotras. Siempre que intervenimos en una situación puntual dejamos un rastro. Este rastro aunque sea percibido de tantas formas como personas presentes, podemos trabajarlo y enfocarlo de una forma que nos beneficie. Con la información que ponemos a tu disposición sabrás qué influye en nuestra marca personal, cómo mejorarla y acciones concretas para trabajarla.

Antes de todo, surge otro concepto en el que es necesario pararse. La marca personal es esa huella que dejamos en los demás, y el **branding personal** es el proceso de creación de nuestra marca. Se trata de hacer consciente la huella que dejamos y dar los pasos necesarios para que esta sea la que queremos dejar. En otras palabras, se trata de la gestión de todos aquellos elementos que contribuyen a la construcción de nuestra marca.

Crear una imagen de marca te ayuda en diferentes aspectos:

- Serás más conocida en tu sector profesional.
- Tendrás reconocimiento profesional en tu sector y en otros sectores.
- Te ayudará a conseguir más clientes o a conseguir/cambiar de trabajo.
- Permitirá transmitir tus conocimientos a otras personas.
- Te dará una visibilidad global.

Como veremos aunque la marca personal esté muy presente en el ámbito profesional, en este intervienen aspectos que van más allá de formación y conocimientos, tanto en el mundo Offline como en el Online.

Una buena marca personal es auténtica, consecuente, útil y constante. Para conseguir esto, debemos ir trabajando gradualmente: autoconocimiento, objetivos, estrategia de comunicación y posicionamiento. Tanto si queremos unos objetivos u otros, la marca personal está presente, en mayor o menor grado nuestro éxito depende de aquello que proyectamos o por lo que somos recordadas en un contexto determinado.

Una marca se construye en base a las propias fortalezas, que provienen normalmente de nuestras aficiones, pasiones, valores, de nuestra experiencia, educación, habilidades, cualidades, especialidades,... que nos hacen únicas.

¿Qué es importante analizar?

Partimos de que antes de emprender te has parado a pensar cuál es tu propósito y misión de tu proyecto. Y si no lo has hecho aún, empieza por ahí.

En la definición de tu visión o propósito de vida es importante tener claras las aspiraciones personales.

En la misión de tu proyecto y en la planificación estratégica del mismo, es importante tener en cuenta las fortalezas, virtudes y activos que poseemos como mujeres y como emprendedoras. Es decir, que es fundamental conocerse a una misma y preguntarnos cuáles son nuestros puntos fuertes y también cuáles son nuestras debilidades.

Dedica unos momentos a pensar en qué es lo que te mueve normalmente, es decir, tus pasiones, aquello que te fascina y te llena de energía. Trabajar en desarrollar tu marca personal es hacer casar tus pasiones con aquello en lo que eres buena. Si tu deseo es cantar ópera pero no eres capaz de afinar una sola nota, o te preparas a conciencia o analizas en qué otras aspiraciones o pasiones enfocarte y dejar el canto para la ducha.

Hablamos de los siguientes elementos intervinientes en el proceso que construye la Marca:

AUTOCONOCIMIENTO

El AUTOCONOCIMIENTO te dará las herramientas para centrar tu camino con coherencia y honestidad.

Un ejercicio muy interesante para iniciar el desarrollo de la marca personal es preguntar a los demás lo que piensan de ti. Empieza por las personas cercanas y próximas. Si, además, todavía no has definido cuál es el talento que mejor te define, pregunta a los que te rodean: ¿con qué te identifican?

Si vas a emprender y aún no tienes claro en qué, el primer paso es descubrir en ti el talento que te hace diferente a los demás y que aporta valor a tu entorno. Quizá respondas que “tu talento” es igual al de muchas otras, cierto, pero indaga qué rasgo, peculiaridad, modo de ser o de hacer, te hace diferente a otra persona que se dedique a lo mismo que tú.

Una marca personal se construye en base a las ventajas competitivas que somos capaces de ofrecer frente al resto de personas. Para ello, tienes que conocer qué rasgos de tu personalidad o cualidades describen mejor el valor distintivo que ofreces.

Te propongo otro ejercicio sencillo. Intenta definirte con tres palabras, por ejemplo: colaborativa, persistente, enfocada al futuro, conectada, locuaz, formadora, comunicadora, paciente, creativa, visionaria, intuitiva, diplomática, sociable, dialogante, organizada, cuidadora, paciente, soñadora, emprendedora, colaboradora, etc. (palabras relacionadas con lo que eres).

MARCA PERSONAL. COHERENCIA Y ANÁLISIS DE FORTALEZAS

¿Por qué dar importancia a la marca personal? Porque se trata de la gestión de todos aquellos elementos que contribuyen a la construcción de nuestra imagen social.

Crear una imagen de marca nos ayuda en diferentes aspectos más allá del profesional o de redes.

¿En qué te podrías diferenciar de una persona que tiene tus mismos estudios?

¿Y cuáles son esos elementos clave de la marca personal?

#1 Lo que decimos

#2 Lo que hacemos

#3 Nuestra actitud

LO QUE DECIMOS

Debemos ser conscientes de que nuestro discurso tiene presencia tanto online como offline. Nuestra marca personal se refleja en todo aquello que publicamos en cada una de las redes, tanto en texto como vídeo o audio.

Dentro de aquello que expresamos en cualquier entorno, también incluimos la imagen que proyectamos. Nuestro físico, cómo vestimos, el diseño de nuestra web, la elección de nuestras fotos de perfil... Debemos recordar que de nuestra comunicación, apenas un 30% se refiere al mensaje; en su gran mayoría el lenguaje corporal, el tono, la forma en la que acompañamos y construimos ese mensaje tiene mucha más importancia.

LO QUE HACEMOS

Los actos nos llegan a definir mucho más que las palabras. Otorgamos mayor peso a aquello que hace una persona, y no tanto a sus palabras. Debemos ser coherentes cuando decimos que somos de una manera. Esto hará que luego actuemos en consonancia con lo dicho. Una persona puede decir que es muy responsable, pero si después nunca cumple sus compromisos ¿con qué nos acabamos quedando? Obviamente con lo último.

NUESTRA ACTITUD

Nuestra actitud determina aquello que decimos y hacemos. No es lo mismo hablar estando triste que alegre, por ejemplo. Cómo decimos las cosas y cómo las hacemos es un factor determinante en nuestra marca personal.

Para ahondar en estos tres puntos es bueno trabajar una serie de preguntas que te ayudarán a establecer pautas más adelante:

¿Quién soy?

¿Qué quiero hacer?

¿Qué objetivos quiero lograr?

Una vez tengas las respuestas a estas preguntas, tienes que definir:

¿Qué puedo ofrecer a los demás?

¿Qué valor puedo aportar o qué necesidad voy a cubrir?

¿Cuáles son mis valores personales?

¿Quién es mi perfil de cliente/contacto profesional?

¿Cómo lo comunico?

¿Qué nombre debe tener tu marca?

Todas estas preguntas entran dentro del autoconocimiento. No se trata de crear una imagen falsa de ti misma, sino aprovechar todo lo que tienes y que te hace único. Para ello primero deberás alcanzar la satisfacción personal conociendo tus virtudes para explotarlas y también tus defectos para cambiarlos.

Debido a las redes sociales es fácil caer en la tentación de querer mostrar una imagen mejorada de nosotros mismos, hasta quizá dar vía libre a nuestro alter ego. Pero no podemos basar nuestra marca personal en un engaño, no se trata de eso. Si crees que todavía no estás listo para enfocarte en tu marca personal, no tengas prisa, invierte tiempo en descubrir quién eres y qué puedes aportar para luego apostar por tu marca personal y poder mantener ese proyecto de por vida.

Es bueno ir comenzando a hacer ese autoanálisis pero también a plantearlo estratégicamente unido a un análisis DAFO y CAME:

- Debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades.
- Corregir, afrontar, mantener, explotar.



MATRIZ DAFO CRUZADO O CAME	Principales Oportunidades 1. --- 2. --- 3. ---	Principales Amenazas 1. --- 2. --- 3. ---
Principales Fortalezas 1. --- 2. --- 3. ---	Estrategias FO (usar Fortalezas para aprovechar oportunidades)	Estrategias FA (usar fortalezas para evitar amenazas)
Principales Debilidades 1. --- 2. --- 3. ---	Estrategias DO (superar debilidades aprovechando oportunidades)	Estrategias DA (reducir debilidades y evitar amenazas)

ÁMBITOS DE LA MARCA PERSONAL

Dónde vender tu marca personal

Una vez que comprendemos que todo lo que hacemos influye en nuestra marca personal, podemos llegar a la conclusión de que nos promocionamos continuamente. De ahí la importancia de relacionarnos de forma profesional, estratégica y dinámica en ocasiones clave. El saber convertirnos en "visibles" se aprecia, principalmente, en:

LA MARCA PERSONAL EN UNA MISMA

Como hemos visto el autoconocimiento es la primera fase que deberemos abordar, junto a ella está también la autoaceptación. Ambas son la columna vertebral de la acción de posicionarnos a nosotras mismas. Una vez identificadas nuestras virtudes y defectos podremos aprender a destacar o minimizar aspectos que nos definen.

LA MARCA PERSONAL EN EL ENTORNO

Abarca desde nuestros amigos, familiares, conocidos hasta la competencia, la sociedad, las redes sociales, etc. Debemos saber cómo comportarnos en cada uno de estos entornos. Y debe hacerse desde de dentro de nuestro ser, no como una figura de barro que en cualquier momento puede perder su forma por no tener una base sólida. Las relaciones

públicas y el servicio al cliente son vitales en esta matriz.

En cuanto a relaciones públicas, éstas deben ser comerciales, para generar posicionamiento y rentabilidad. Y en lo que se refiere al servicio al cliente, la premisa debe ser la voluntad de servicio.

LA MARCA PERSONAL EN PAREJA Y FAMILIA

El conocernos en todos los ámbitos de nuestra vida hace que esta resulte más plena y nos veamos capaces de desarrollarnos en cualquier tipo de situación. Es importante que nos preguntemos qué nos resulta interesante de una persona cuando la conocemos o qué hace a una persona atractiva. De este modo podremos hacer este ejercicio en nosotras mismas y ser conscientes de aquello que nos hace únicos. Recurrir al marketing personal hace que cerremos mitos, creencias y modelos que nos han vendido, ya sean en la parte emocional o íntima.

LA MARCA PERSONAL EN EL MERCADO LABORAL

Esta área es en la que más nos enfocaremos. Pero debemos ser conscientes de que para llegar a ella hemos de pasar por las reflexiones anteriores.

La marca personal es importante tanto a la hora de conseguir un empleo como a la hora de mantenerlo. Debemos tener en cuenta los puntos a respetar a la hora de buscar un trabajo o promocionar nuestra empresa.

En este punto cabe destacar que el mercado laboral ha cambiado junto a la jerarquía, el ambiente y la estructura en las oficinas o fuera de ellas. Lo importante es que conozcas bien cómo funciona la empresa y adaptarte a ella en tu presentación destacando aquello que está en tu persona y puede encajar con el negocio.

Si nos referimos a mantener el empleo, no olvidemos nunca nuestros parámetros de ética, lealtad, trabajo en equipo y de agradecimiento a la organización por nuestro propio crecimiento. Hablar mal de nuestra empresa, no solo daña su imagen, sino también la de nuestro marketing personal, lo que puede cerrar puertas en un futuro. Recuerda tiene que haber coherencia y respeto.

Comienza con una estrategia basada en la secuencia de una buena marca personal. Tras el autoconocimiento, viene la fase de trazar una estrategia y decidir qué y cómo queremos comunicar.

