



## Marca Propia. Crea tu marca y triunfa.

¿Es posible que los profesionales podamos crear una Marca Propia?

Para cualquier profesional en el mercado de trabajo, una identidad fuerte y una posición diferenciada del resto son factores clave para conseguir el éxito en el mundo empresarial. Si eres capaz de crear tu propia marca, puedes convertirla en una ventaja competitiva que conseguirá incluso superar en importancia a tu curriculum, tu experiencia o tus habilidades. La capacidad de manejar las percepciones que los demás tengan de ti, te permite crear una marca única y característica en la mente de tus amigos, colegas, clientes, jefes, familiares, profesionales de tu sector y en general, de todos los que se relacionan contigo.



Empresas y organizaciones a nivel mundial utilizan enormes recursos para construir sus marcas. Saben que una marca conocida da sentido a su trabajo, consigue la lealtad de clientes y empleados y hace aumentar los beneficios. Para los profesionales individuales, son aplicables los mismos principios. Una marca personal puede proporcionarte mejoras profesionales, permitiéndote conseguir un sueldo más alto, obtener mayores beneficios, incrementar tu cuota de mercado o incluso disfrutar de cierto nivel de popularidad.

Tanto si se refiere a un producto, como a una empresa, a una organización o a un profesional, una marca es una huella mental que refleja una personalidad, una promesa y forma de actuar propia. Las marcas son visuales, emocionales, racionales y culturales. Una marca fuerte nace de lo más profundo de la existencia de cada cual y se extiende a todos y cada uno de los elementos de su entorno.

Cuando vemos un Volvo, pensamos en seguridad, cuando compramos en DIA, nos vienen a la cabeza productos baratos y cuando entramos en El Corte Ingles,

pensamos en calidad y servicio. Algunas marcas son tan fuertes que los consumidores sustituimos el nombre del producto por el de la marca, como Typex, para los correctores de escritura, Pan BIMBO para el pan de molde o el clásico ejemplo de Kleenex, para los pañuelos de papel. Estas marcas completamente establecidas facilitan enormemente la elección de los productos y aumentan el valor y la satisfacción que experimentamos al comprarlos.

Como consumidores, tenemos una imagen mental muy clara de estas empresas o productos. En el caso de las personas podríamos aplicar los mismos principios. Cuando alguien pronuncia tu nombre ¿Qué piensa la gente? En eso reside la esencia de la Marca Propia. Es ese sello personal que te hace especial, inolvidable, atractivo y que te convierte en alguien apetecible para, por ejemplo, dirigir un proyecto o un equipo.

### Las marcas no son solo para las grandes empresas

La creación de una Marca Propia, al igual que las marcas de las grandes compañías, empieza con una estrategia y continúa con la aplicación de tácticas en el día a día. Los principios universales de la creación de marca son:

- Ten muy claro quien eres.
- Se único, diferente.
- Dirígete a aquellos que quieren lo que tu puedes darles.
- Proporciona experiencias únicas y
- Habla alto y claro, aunque susurres.

Tu Marca Propia es tu identidad personal, tu impronta particular. Consigue que tu estrategia de creación de marca nazca de lo más profundo de ti y sé siempre coherente con tus valores, si no es así, plantéate la posibilidad de dedicarte a otra cosa.

1. Empieza definiendo lo que ofreces al mercado, es decir, aquello que promete tu marca. Esto es aplicable a todo el mundo, desde altos ejecutivos a vendedores, desde responsables de atención al cliente



- a auditores. ¿Eres director de compras? ¿Eres consultor? ¿O Taxista?
2. Deja bien clara tu promesa de marca. Puede incluir lo que sabes hacer, tus conocimientos, tus competencias, tus experiencias y tus valores.
  3. Trabaja para establecer que característica de marca te hace distinto. ¿Qué te hace destacar y que te diferencia de tus competidores? Olvídate de tópicos tales como servicio y calidad, esa respuesta es demasiado general.
  4. Describe la personalidad de tu marca como si se la contases a algún conocido. Debes incluir cualidades, atributos, características y peculiaridades.

Desarrollar una estrategia de marca personal es la parte más difícil de la creación de una Marca Propia. A medida que vayas contestando estas cuestiones, haz una lista de todo lo que te vaya viniendo a la cabeza, luego pregunta a la gente de tu entorno, clientes, colegas y amigos para que te den su opinión. Agítalo todo, pásalo por un tamiz, dale unas vueltas y escucha cuidadosamente lo que te dice tu cabeza y tu corazón. Por último, haz un esfuerzo por obtener una imagen sencilla y sobria de **TI MISMO**.

En este primer paso es donde muchos profesionales pueden tirar su marca por la borda en menos que canta un gallo si no se adhieren al plan con pasión y compromiso. Recuerda que las personas sacan sus conclusiones a partir de lo que ven, oyen, leen, experimentan e ¡incluso huelen! Todos tus puntos de contacto con tu mercado objetivo deberían superar tus estrictos códigos de conducta. Pero no intentes ser todo para todos. No te alejes de tu objetivo central.

#### **Pequeño gran nombre**

Si te tomas en serio la construcción de una marca propia fuerte, debería empezar por tu propio nombre como profesional. ¿Es fácil de pronunciar? ¿Tiene algún significado que perjudique a tu promesa de marca? Por ejemplo, yo me plantearía modificar el nombre si fuese María Dolores y fuese dentista. Si tu plan de marca incluye conseguir un nivel de celebridad en tu sector o mercado, los mejores son los más cortos.

#### **Lo que se ve es lo que se cree.**

Lo siguiente que yo recomiendo es revisar tus elementos gráficos y presentaciones. Esto incluye todos y cada uno de los elementos de comunicación que puedas controlar. Si eres un profesional independiente, esto significa tu

presencia en Internet, tus tarjetas de visita, membretes, tarjetas de agradecimiento, propuestas, publicidad, felicitaciones de Navidad y cualquier otro tipo de documento de negocios. Si trabajas para una compañía que tiene su propia marca, esto afecta a tus mensajes internos y tus comunicaciones con colegas y clientes. Tu imagen y aspecto personal exterioriza tu marca cada día. Asegúrate de que expresa lo que pretendes.

#### **Consigue que te escuchen incluso cuando hablas en voz baja**

Tus mensajes asociados a la comunicación verbal son muy importantes en la creación de una marca. Desde el mensaje que dejas en tu contestador o en tu móvil, hasta el sonido o la música de fondo cuando pones a alguien en espera o la forma de responder al teléfono, todos ellos llevan la huella de tu marca.

#### **Procura que cada experiencia que brindes sea única, ¡Siempre!**

Trabajar o hacer negocios contigo debería ser gratificante, divertido, estimulante, inolvidable. Tu entorno, tanto profesional como personalmente debería ser un reflejo de tu marca y reforzar lo que quieres transmitir: tu mensaje. El orden que presenta tu mesa de trabajo, tu despacho o el aspecto de tu coche también dicen mucho de ti. Todos los elementos de tu servicio al cliente y las relaciones con tu mercado refuerzan tu marca.

#### **La palabra escrita es el lenguaje de tu marca**

Los documentos que elaboras ¿gritan tu marca a los cuatro vientos? ¿Son consistentes con tu promesa de marca, tu personalidad y tu situación particular?. Si no, es hora de cambiarlos. El contenido y las palabras que elijas son la base de la comunicación de marca. Todo esto es aplicable a emails, propuestas, cartas, presentaciones o actas de reuniones.

La Marca Propia es esencial. Si estás compitiendo con alguien o algo, necesitas una marca. Exactamente igual que los productos en los lineales de los hipermercados, estamos en un entorno atestado, confuso y agresivo. Es una característica de la naturaleza humana relacionarte con la gente que te gusta, en la que confías y con la que puedes identificarte. Conecta con ellos. Ponte de pie. Hazte escuchar. ¡Crea tu marca y ofrece todo lo singular y extraordinario que hay en ti!

**NOTA:**

**Promesa de Marca**

Una promesa de marca contiene una definición clara de todos los elementos necesarios para establecer un compromiso individual con la marca.

**Características:** Los atributos exclusivos de los productos

**Beneficios:** Originalidad, puntos de diferenciación

**Recompensas:** Beneficios tangibles y emocionales que proporciona su uso

**Valores:** El valor individual y la conveniencia que supone para cada cliente

**Personalidad:** Las características abstractas y exclusivas de la marca



**ALGUNAS  
PREGUNTAS QUE  
DEBES HACERTE  
PARA CONOCER LA  
FORTALEZA DE TU  
marcapropia**

Tu marca personal es lo que te ayuda a sobresalir frente a tu competencia o destacar ante quienes te conocen de forma que puedas alcanzar tus objetivos. Comprender la fuerza de tu marca en la actualidad te permitirá identificar las áreas donde puedes mejorar los valores de tu marca y conseguir en tu carrera el éxito profesional. Para ver en que punto está situada tu marca actualmente, hazte las siguientes preguntas:

- ¿Sabes cuales son tus cinco atributos de marca más importantes y relevantes (fortalezas, habilidades...)?
- ¿Puedes describir cual es tu mercado objetivo (la gente que tiene que conocerte de modo que puedas obtener lo que buscas)?
- ¿Tienes claras tus metas a corto y largo plazo?
- ¿Tienes un plan de comunicación de marca para este año? (donde vas a hablar, que vas a escribir...)?
- Los proyectos en los que participas ¿Tienen tu marca personal?
- ¿Te sientes cómodo con tus habilidades de comunicación?
- ¿Has llamado o enviado algún mensaje a alguien de tu red de contactos profesionales esta semana?
- ¿Es consistente tu estilo personal (imagen, aspecto, etc.) con tu marca personal y es apropiada para tu mercado objetivo?
- ¿Que dice tu entorno de trabajo sobre tu marca?
- ¿Tienes alguna forma de medir la evolución de tu marca?



© 2004, Andrés Pérez  
Marca Propia  
Tel.: 678544817  
Madrid

Para mas información sobre el Proyecto Marca Propia, puedes localizarme en:

**Andrés Pérez Ortega**

Tel.: 678544817

[Marcapropia@telefonica.net](mailto:Marcapropia@telefonica.net)

o visitar la página:

[www.marcapropia.net](http://www.marcapropia.net)