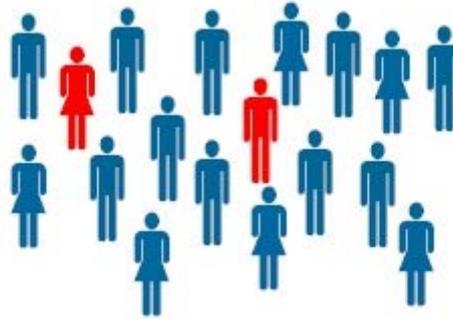


solo conseguirá retrasar alcanzar tus objetivos en el juego de las marcas. Algunas veces deberás ser monógamo con tus propias ideas. Toma una idea y dale la oportunidad de madurar antes de que deshacerte de ella.

Puedes divulgar tus ventajas y beneficios por todas partes mediante publicidad y promoción, pero tu marca necesita ser simple, fuerte y transmitir un mensaje inequívoco.

Una vez que has definido claramente la razón de tu existencia y dejado bien claras las características que te hacen especial, así como aquello que amas y aquello que odias, el paso siguiente es cocinarlo con palabras potentes y lemas atrayentes. La pregunta "¿quien eres tu?" genera muchas ideas secundarias. Considera un mensaje de 10 segundos que puedas utilizar en un tiempo breve, como cuando te encuentras con alguien en un ascensor, una declaración de principios que se pueda incluir en todos los documentos y en la correspondencia de empresa así como un lema conciso o una promesa de una sola línea. Usa estas palabras consistentemente en tus comunicados y tu marca brotará pronto.



Una marca es una impresión mental. Empieza con una imagen clara desde dentro de una organización con un compromiso total de tus "tropas" o tu "tribu". Tanto si eres una marca de empresa, como un producto, servicio o

persona, valora tu identidad, define tus objetivos, primero decide lo que te hace especial y luego ¡muévete!. Es el primer paso para crear y construir una marca.

Crear una marca significativa es un proceso de varias etapas. Saber quien eres, es el primer paso. Los principios de la creación de marca son universales y aplicables a empresas de todos los tamaños. Las marcas facilitan la toma de decisiones. Reducen el riesgo y la ansiedad. Da la oportunidad al comprador de elegir con más rapidez. Son parte de nuestro sistema, cultura y sociedad. Tanto si eres una empresa, un organismo oficial o un profesional individual, las marcas crean la diferencia. Son la ventaja competitiva en un mercado sin escrúpulos. Crea tu marca y triunfa.

+marca
plusmarca

10 FORMAS DE
COMUNICAR TU

marca propia

Salir adelante en este mundo de competición constante requiere comprender, alimentar, y, por supuesto, comunicar tu marca propia singular. A continuación, te sugiero diez áreas que merece la pena tener en cuenta cuando quieras promocionar y hacer crecer tu marca.

1. Busca y encontrarás.

El que estés trabajando para un departamento dentro de una empresa no significa que no puedas apoyar un proyecto en otra parte. Busca proyectos coherentes con tu marca dondequiera que puedan encontrarse. O genera tus propias iniciativas. Identifica necesidades dentro de la empresa, o la gran organización en la que trabajas y desarrolla un plan para satisfacerlas.

2. Utiliza herramientas potentes para remodelar tu imagen

Desarrollar un sistema de identidad corporativa propia para tus comunicaciones te ayudará a permanecer en contacto con tu marca. Aquí tienes algunos ejemplos: Crea un logotipo o diseño para tu marca y aplícalo en tus comunicaciones personales. Inserta un lema que comunique la esencia de tu marca. Crea tarjetas de visita que sean únicas para diferenciarte de tus colegas y tu competencia. Diseña un curriculum verdaderamente diferente. Haz algo estimulante con tu talento.

3. Sé un profesional perfeccionista

Coge tus herramientas de comunicación actuales y refínalas para que sean mas coherentes con tu marca. Por ejemplo, rediseña tu plantilla de correo electrónico para que incluya tu foto, una imagen apropiada, el lema de tu marca, detalles de contacto, o cualquier otra información importante que exprese tu marca. Puedes hacer lo mismo con tu mensaje de contestador,

tarjetas de felicitación, Christmas, etc.

4. Escoge tus herramientas astutamente.

Desde el reloj Swatch al Rolex, del "boli" BIC a la pluma Mont Blanc, cada herramienta que utilizas dice algo sobre ti. ¿Tu portafolios refleja tu marca? ¿Qué llevas a las reuniones? Echa un vistazo a las herramientas que utilizas. ¿Has considerado la diferencia entre una libreta con la lista de temas pendientes o una Palm Pilot? ¿Cuál es consistente con tu imagen? ¿Cuál utilizas? Si la respuesta es la misma en ambas preguntas, vas bien encaminado. Pero recuerda no y hay una respuesta "verdadera", cada cual tiene su propia imagen.

5. Imagen externa

Asegúrate de que tu aspecto es un reflejo de tu marca, y es igualmente apropiada para tu mercado objetivo. Puedes incluso desarrollar un estilo propio. Santiago Segura es desaliñado, David Beckham es "metrosexual", ¿Tu que eres? Sea lo que sea que elijas, ¡asegúrate de que tiene está en línea con tu marca!

6. En la oficina

¿Qué dice de ti tu despacho? ¿Deja bien claro quien eres? ¿Es coherente con tu marca? ¿Has convertido tu lugar de trabajo en una oficina sin papeles, o vives rodeado de ellos? ¿Hay elementos que informan a los demás de tus intereses, tus pasiones, aficiones, valores y fortalezas? Sean cuales sean tus respuestas, se consciente de que lo que digan revela mucho sobre ti

7. En tu ocio

Tus actividades de ocio son una parte importante de quien eres. Eso incluye lo que eliges referente a viajes, aficiones, deportes, y cualquier otro interés ajeno al trabajo que forme parte de quien eres. El trabajo no puede y no debería estar aislado del resto de nuestras vidas. ¿Qué programas de TV ves? ¿Dónde vas de vacaciones? ¿A que te dedicas en tu tiempo libre (como diría J.L. Perales)? Las respuestas dicen mucho sobre ti. Asegúrate de que dicen lo que quieres que digan.

8. Haz visible tu mensaje

Piensa en todas las formas en las que puedes sacar tus ideas al exterior, promocionando además tu marca propia. Considera la posibilidad de publicar artículos en Internet que vinculen tu marca a un tema relevante. Escribe para la revista de tu empresa. Se activo en las actividades de tu barrio y en organizaciones profesionales o en portales de Internet con contenidos relacionados con tu marca. Publicar artículos o participar en foros aumentará tu visibilidad, destacará tus fortalezas, y reforzará tu credibilidad, ¡por no mencionar tu experiencia o tu curriculum!

9. Habla

Una forma excelente de reforzar tu visibilidad y comunicar tu marca es hablando en público. Las presentaciones que realices serán mas efectivas cuando sean auténticas, cuando te salgan del alma, cuando lleven el sello de tu verdadera marca propia. Preséntate voluntario a las oportunidades que se presenten para hablar en público en tu empresa o en organizaciones profesionales.

10. Se parte de la comunidad

Voluntario. Es una forma excelente de ir sembrando mientras construyes tu marca. Elige una organización y una tarea que pueda ofrecer potencial para proyectos venideros. Es muy simple, el voluntariado es una forma excelente de hacer algo grande y sentirse bien haciéndolo.



© 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

o visitar la página:

www.marcapropia.net