

Texto:
**Manuel
Pereira**

Foto:
G.H.

Andrés Pérez é claro na presentación do seu libro máis recente: “Non busques aquí segredos inútiles, receitas máxicas nin nada que non poida conseguirse con traballo, esforzo e coherencia”, pois a idea da obra é servir de guía para axudar os lectores e lectoras a “deseñar un plan obxectivo para aproveitar os recursos dos que dispós para converterte nun profesional recoñecido no teu campo”.

Algo que, conforme asegura, non é “nada complicado, nin nada que requira grandes investimentos”, pois “sempre expuxen a marca persoal como unha ferramenta para persoas normais”.

O libro está dividido en oito bloques nos que o autor, químico de formación e empresario por conta propia nos seis últimos anos, vai amosando as tarefas que considera necesario abordar para que unha persoa especializada nun sector determinado poida sacar partido da especialización e conseguir que sexa chamada por exemplo para impartir cursos ou conferencias relativos a ese sector.

A maior parte dos títulos dos diferentes capítulos do libro comezan con preguntas que quen

IDENTIFICAR CLARAMENTE O NOSO NICHU DE MERCADO É FUNDAMENTAL PARA PODER ESPECIALIZARNOS

o lea ten que ir respondendo para identificar as súas habilidades e vantaxes á hora de enfrontarse a un mercado laboral en plena crise e no que aspira a destacar entre as persoas que realizan ou poden realizar traballos semellantes a aqueles para os que máis capacitado ou capacitada está.

Responder preguntas referentes a quen somos, a que nos dedicamos ou que recorda de nós a xente que coñecemos son algunhas das cousas que na opinión de Pérez Ortega se deben facer para írmonos convertendo en persoas expertas e, por suposto, identificar claramente o nicho de mercado no que queremos posicionarnos.

Fronte ós tradicionais currículos, o autor aposta por crear webs ou blogs sobre os temas dominados por cada quen, para demostrar con feitos que efectivamente se é unha persoa experta no tema que se di. E á beira desta vía máis tecnolóxica recomenda non esquecer tampouco outras máis tradicionais como escribir artigos na prensa ou publicar libros.

PÉREZ ORTEGA ENSINA A DESEÑAR UN PLAN PERSOAL DE POSICIONAMENTO

O AUTOR TEN UNHA WEB SOBRE O TEMA DA MARCA PERSOAL EN WWW.ANDRESPEREZORTEGA.COM

'Expertología', ou como ser unha referencia

O especialista en desenvolvemento de marcas Andrés Pérez Ortega acaba de publicar en Alienta Editorial un volume que aborda “a ciencia de converterse nun profesional de referencia”, tal como indica o seu subtítulo. Trátase de darse a coñecer como experto de relevancia nun determinado campo, algo para o que a propia contribución é esencial

Iso para demostrar a capacidade de xestionar coñecementos e de crear contidos, algo fundamental na época actual para aspirar a conseguir un traballo interesante e poder competir con outra xente con boas posibilidades.

Ó longo das páxinas iremos vendo consellos para coidar ducias de detalles que poden ser importantes de cara a construír a nosa marca persoal: desde o deseño das tarxetas ata as fotos profesionais e o material promocional, e ata a necesidade de coidar do noso aspecto, ou a forma de comportarse á hora de ofrecer unha conferencia. E iremos atopando tarefas que facer para ir perfilando a construción da marca propia e poder distinguir o que realmente somos quen de facer ben, o máis importante de

todo o que nos pode axudar, do accesorio, do que ten unha importancia relativa.

Explica Pérez Ortega que “durante os últimos anos puiden coñecer uns cantos expertos dos que aparecen nos medios especializados e ós que se cita na Rede. En case todos os casos, parecéronme xente agradable e bos profesionais. Pero case ningún me pareceu que estea a anos luz de moitos outros que encontrei no meu contorno máis próximo. O que converte estes profesionais en expertos mediáticos é, sobre todo, a súa capacidade de aparecer citados nos medios como as persoas que dominan a súa materia. Polo tanto, no teu proxecto de posicionamento non podes deixar de incluír algunhas tácticas de visibilidade de longo alcance”.

Son máis de trescentas páxinas as que achega o libro, e nelas, ademais de múltiples cousas nas que pensar, atoparemos tamén unha boa colección de frases da autoría de persoas famosas que

CONSTANCIA, MÉTODO E ORGANIZACIÓN SON ALGUNHAS DAS CLAVES PARA CHEGARMOS Ó DESTINO ELIXIDO

ademais de facer máis amena a lectura tamén conteñen de xeito condensado algúns dos consellos. Por exemplo, vexamos a de Ronnie Aptecker: “Se non es quen de diferenciarte por al-

gunha razón, serás substituído por calquera razón”. Outra de Benjamin Franklin sobre a importancia de contar cunha boa formación: “Se un home baleira a billeiteira na cabeza, ningúna pode roubar. O investimento en coñecemento sempre para o interese máis alto”.

E lembremos unha vez máis que pola experiencia recollida no libro, ademais de ser experto en algo tamén hai que parecerlo, especialmente nesta época onde se coida tanto a imaxe que transmitimos de nós mesmos. Aínda que a cousa xa era así hai séculos, e así o deixou escrito François de La Rochefoucauld: “Para ter éxito debemos facer todo o posible para parecer exitosos”. Escribíao no século XVII o escritor francés e pode aplicarse hoxe perfectamente.