

## MEDIOS Y REDES

# Ocho recetas para ser el mejor en tu trabajo

---

«Expertología» presenta las claves para convertirse en un profesional de referencia

---

ABC / MADRID  
Día 07/02/2011 - 11.47h

«**Expertología**» es el último libro de **Andrés Pérez Ortega**, uno de los pioneros en el concepto del «branding» personal, en el que ofrece las claves para convertirse en referente de un determinado ámbito de trabajo. Uno de los elementos más importantes para desarrollar una «marca personal» con las mejores garantías de éxito es, según explica, la diferenciación y el valor añadido, ya que en estos momentos **«el problema es que hay muchos profesionales buenos pero son muy parecidos y, por tanto, son sustituibles y baratos»**. Pero, además, tiene claro que en este camino para lograr ser un experto reconocido es imprescindible «darse a conocer» y, en este sentido, considera que el mundo digital y todas las herramientas que en él se encuentran puede tener un papel esencial. Esta obra que acaba de llegar al mercado, asegura, está dirigida precisamente para aquellos profesionales que «permanecen ocultos porque desconocen la forma de salir de la cueva».



Pérez Ortega ofrece, a preguntas de ABC, las recetas que debe seguir cualquier persona si pretende ser el mejor en su sector:

**La motivación.** El proceso para convertirse en referente es largo, duro y requiere ser persistente y trabajador. Siempre debe haber una razón atractiva que mantenga el impulso;

**Establecer objetivos.** Es imprescindible tener claro cómo queremos posicionarnos y en qué área queremos ser reconocidos como expertos. Por ello, tenemos que ponernos un objetivo claro;

**Trazar un plan.** Hay que analizar lo que tenemos, identificar lo que nos falta y hacer una lista de acciones para cubrir esos huecos. Si sabemos lo que necesitamos, es más fácil tomar decisiones que nos acerquen al objetivo. Como instrumento para elaborar ese plan contamos con internet, porque la Red nos va a proporcionar cuanta información requiramos en cada momento, así como acceder a expertos mundiales en la materia;

**Superar los miedos personales.** Sin duda, una de las muchas dificultades que se pueden cruzar en nuestro camino vienen de la propia persona. Tenemos miedos, vergüenza, pereza... Y todo esto nos va a impedir crear un blog, dar una conferencia o colgar un vídeo en YouTube por el temor al «qué dirán»;

**Trabajar con valores.** Cuando un profesional tiene claro dónde empiezan y dónde terminan sus límites acaba generando confianza;

**Ofrecer valor añadido.** Si pretendemos llegar a ser tenido en cuenta, es imprescindible tener algo que ofrecer. Y es absolutamente esencial que sepamos en qué podemos ayudar y cuál es nuestra contribución;

**Posicionamiento.** Se trata de la parte más relacionada con la marca personal. A todos nos etiquetan en cuanto nos conocen. De lo que se trata es de que esa huella que dejamos sea lo más definida y se ajuste a lo que somos. A partir de ahí, tendremos que potenciar lo que nos interesa;

**Actuar con confianza.** Hay que lanzarse a la piscina con valor y determinación. Es fundamental que un profesional demuestre que es el mejor en su especialidad en todas las situaciones posibles y que vaya sembrando su mensaje en la mente de las personas que componen su «mercado».