

Competencia

Autenticidad

Claridad

Consistencia

Valores

Programa de Marca Personal



Controla la forma en que te perciben los demás para crear el impacto que deseas

El sistema para identificar y comunicar las características que nos hacen sobresalir en un entorno competitivo y cambiante satisfaciendo las necesidades de los demás.



¿Que es una Marca Personal?

Una Marca Personal es la fuerza que hay detrás de los personajes más sobresalientes, desde Plácido Domingo a Bill Gates. Estos profesionales han creado una imagen que precede a sus actos. Compramos sus productos, aceptamos sus opiniones y admitimos todo aquello que apoyan gracias a la percepción que han conseguido desarrollar en su audiencia.

Pero no se equivoque, estas imágenes han sido cuidadosamente desarrolladas. Eso no significa que no sean completamente auténticas ya que una marca de éxito siempre debe serlo. Sin embargo, han sido creadas siguiendo una estrategia pensada para influir en su mercado objetivo, para mostrar sus puntos fuertes e impulsar sus esfuerzos en el ámbito profesional hasta los niveles más altos del éxito.

El desarrollo de una Marca Personal está relacionado con la asunción del control de la imagen. Tiene que ver con conocer aquello que tiene que ofrecer al mundo y a su mercado y con lo que le hace diferente del resto, de forma que pueda destacar y ser reconocido y recordado. Internet y los medios de comunicación han eliminado las fronteras. En este momento, las empresas y las personas compiten a nivel local pero también con otras muchas en todo el Mundo. A menos que haga algo que le haga destacar sobre los demás, algún otro se hará con el pastel.

Profesionalmente, este principio es aplicable a consultores, profesionales independientes, emprendedores, empresarios así como también a profesionales y directivos dentro de una empresa. En el ámbito personal, todo el mundo puede utilizar los beneficios de la marca en asuntos tan variados como la gestión del tiempo, la relevancia que tiene para los demás, la confianza y el establecimiento de relaciones que apoyen la consecución de nuestras metas. En las páginas siguientes, se indican los principales beneficios que pueden conseguir las personas desde diferentes perspectivas.

Aunque cada persona encontrará sus propios beneficios en el proceso de creación de una marca, la clave reside en el poder de influir en la forma en que los demás le perciben de una forma clara, concisa y específica para conseguir los resultados que busca. Es una herramienta muy potente que es posible aprovechar.

Tanto si es consciente de ello como si no, usted ya tiene una Marca Personal. Las preguntas claves son: ¿Sabe cual es? ¿Está trabajando para usted?

¿Y si las marcas no estuviesen limitadas a los productos y servicios que su compañía ofrece a sus clientes?

¿Que pasaría si trasladásemos el concepto de marca al interior de su compañía, a sus empleados, a su organización, a su trabajo?

Tom Peters. 50 Claves para hacer de usted una marca



Beneficios Profesionales de la Marca Personal

Tanto para el profesional independiente como para el que trabaja dentro de una empresa, los beneficios de la Marca Personal son claros y medibles.

- Capacidad de comunicar a los demás clara y concisamente la forma en que puede satisfacer las necesidades de otros.
- Conocimiento y confianza en sus capacidades y habilidades profesionales.
- Claridad respecto a quien puede estar interesado en aquello que ofrece.
- Decisiones lógicas y razonadas sobre las mejores herramientas de marketing para llegar a su mercado objetivo.
- Creación de una sólida red de contactos.
- Consistencia y enfoque en el mensaje que envía a aquellos que le rodean sobre su vida y su trabajo.
- Atracción natural de la gente y las oportunidades que apoyen sus esfuerzos.
- Mejora de la eficiencia respecto a la forma de utilizar su tiempo disponible.
- Crecimiento profesional significativo.

Para el directivo o empresario, los beneficios de alentar la Marca Personal para sus empleados son:

- Una comprensión clara de las habilidades y aptitudes que posee cada uno de sus empleados en el entorno laboral y fuera de él.
- Aumento de los niveles de motivación de sus profesionales porque desean mostrar sus puntos fuertes.
- Mejora del trabajo en equipo de todos los empleados al tener un mayor conocimiento de lo que cada uno de sus colegas puede ofrecer.
- Mejora de la eficiencia en la forma en que los empleados gestionan su tiempo.
- Claridad para impulsar las áreas de mejora de los profesionales.
- Mejora del deseo y del interés de los empleados en el autodesarrollo.
- Mayor iniciativa por parte de los empleados.

PERSONAL BRANDING

Quizá sea la teoría más realista frente a tanto paraíso laboral impuesto por las consultoras. Pero su lenguaje es duro: "Hay que ser superior, diferente y auténtico, cambiar la mentalidad de empleado-recurso humano por el Yo S.A."

Revista Capital. Abril 2005



Beneficios Particulares de la Marca Personal

Aunque a primera vista parece que la Marca Personal puede afectar únicamente a la vida profesional, realmente nuestras vidas fuera del trabajo pueden verse igualmente beneficiadas con una inversión en esta área.

- La habilidad de comunicar clara y concisamente a los demás cuales son nuestros intereses.
- Conocimiento y confianza en nuestras capacidades y habilidades personales.
- Claridad con respecto a quién estará interesado en aquello que nos atrae.
- Creación de una red de contactos que nos relacionan con aquellos que tienen intereses similares a los nuestros.
- Consistencia y enfoque en el mensaje que enviamos a nuestro entorno en relación a nuestra vida y nuestro trabajo.
- Atracción natural de las personas y oportunidades que apoyan nuestros esfuerzos.
- Mejora en la eficiencia en la gestión del tiempo.
- Mejora en nuestras relaciones gracias a un mayor conocimiento personal y a la habilidad de ver a los otros desde un punto de vista más objetivo.
- Mayor disposición e interés hacia el autodesarrollo
- Mayor iniciativa y creatividad.

Andrés Pérez, experto en "Personal Branding" y su principal introductor en España, asegura que "El futuro de las corporaciones está en sacar lo mejor de las personas y permitirles desarrollar todo su potencial. Para que los profesionales triunfen en un mundo cada vez más competitivo han de ser eficaces desarrollando su marca propia". En su opinión, "la marca personal es lo que te ayuda a sobresalir sobre tu competencia o destacar ante quienes te conocen, de forma que puedas alcanzar tus objetivos".

Cinco Días. 2 Marzo 2005



Competencia

Autenticidad

Claridad

Consistencia

Valores

Los componentes principales de la Marca Personal

Las claves de una Marca Personal de éxito son:

Competencia
Autenticidad
Claridad
Consistencia
Valores

Para conseguirlo, utilizo un proceso de autodiagnóstico, evaluación y estrategia. Guío a mis clientes en el trabajo de examen de los supuestos sobre ellos mismos y sobre los demás. Se busca la aportación de fuentes de confianza para recibir evaluaciones objetivas con el fin de ayudar a sacar a la luz nuestros mayores activos personales. Se trata de establecer el mercado objetivo más apropiado para nuestras habilidades y aptitudes con el fin de desarrollar una estrategia para llegar a ese mercado.

Este proceso incluye:

Herramientas de asesoramiento y autodiagnóstico Personal y Profesional
Desarrollo de un manifiesto de Misión Personal
Definición de los Atributos de marca
Elaboración de una declaración de marca
Definición del nicho de mercado
Establecimiento de los canales para llegar al nicho
Determinar las herramientas y el mix de Marketing para llegar al mercado objetivo

"Los valores, las habilidades y la forma de ser que los demás asocian con nosotros influyen en nuestra carrera profesional, determinan nuestra marca, la etiqueta que todos llevamos colgada", explica **Andrés Pérez**, experto en la materia.
Expansión y empleo. 23 Abril 2005



Como empezar a desarrollar una Marca Personal

Aunque gran parte del trabajo relacionado con la Marca Personal es individual, es imposible realizar este proceso de una forma completamente independiente. La principal razón es que el proceso requiere objetividad. Tras 15 años de experiencia en marketing y marcas, estoy convencido de que incluso los mejores especialistas en desarrollo de marcas solo pueden visualizar un 75% de su propia marca sin la ayuda de ayuda externa y objetiva.

A menudo somos ciegos ante nuestras debilidades y nuestras mayores fortalezas. Solo otros pueden ayudarnos a completar los fragmentos que necesitamos para crear fielmente la imagen respecto a cómo somos percibidos.

Además, aunque nuestros amigos y familiares pueden darnos otro 5-10% de los detalles restantes, a menudo están demasiado cerca de nosotros para vernos con una perspectiva auténtica y fiable. Lo que ven claramente puede que nunca lleguen a decirlo de una forma honesta y sincera. Para tener una perspectiva verdadera de nuestra marca, necesitamos la opinión de personas conocidas, clientes, jefes, y de un asesor profesional o de un especialista en estrategia de marca personal.

A partir de este momento, gestionar su marca es parecido a hacer despegar un avión. Necesita un gran aporte de energía para iniciar el vuelo. Una vez en el aire, el impulso llevará la marca a donde haya decidido. No hay que olvidar que también es necesario ir añadiendo combustible para elevarse y alcanzar objetivos mayores, y un mantenimiento regular para asegurarse de alcanzar el destino deseado.

Para ampliar la información sobre la forma en que puede beneficiarle a usted o a su empresa el Programa de Marca Personal, sobre los cursos, seminarios o simplemente para solicitar una presentación más detallada, puede escribirme a marcapropia@telefonica.net o llamarme al número **678 544 817**. También encontrará artículos, recursos e información en mi página **www.marcapropia.net**

Muchas gracias por su interés en la Marca Personal. Espero tener la oportunidad de trabajar con usted.

Un saludo,



Andrés Pérez Ortega

