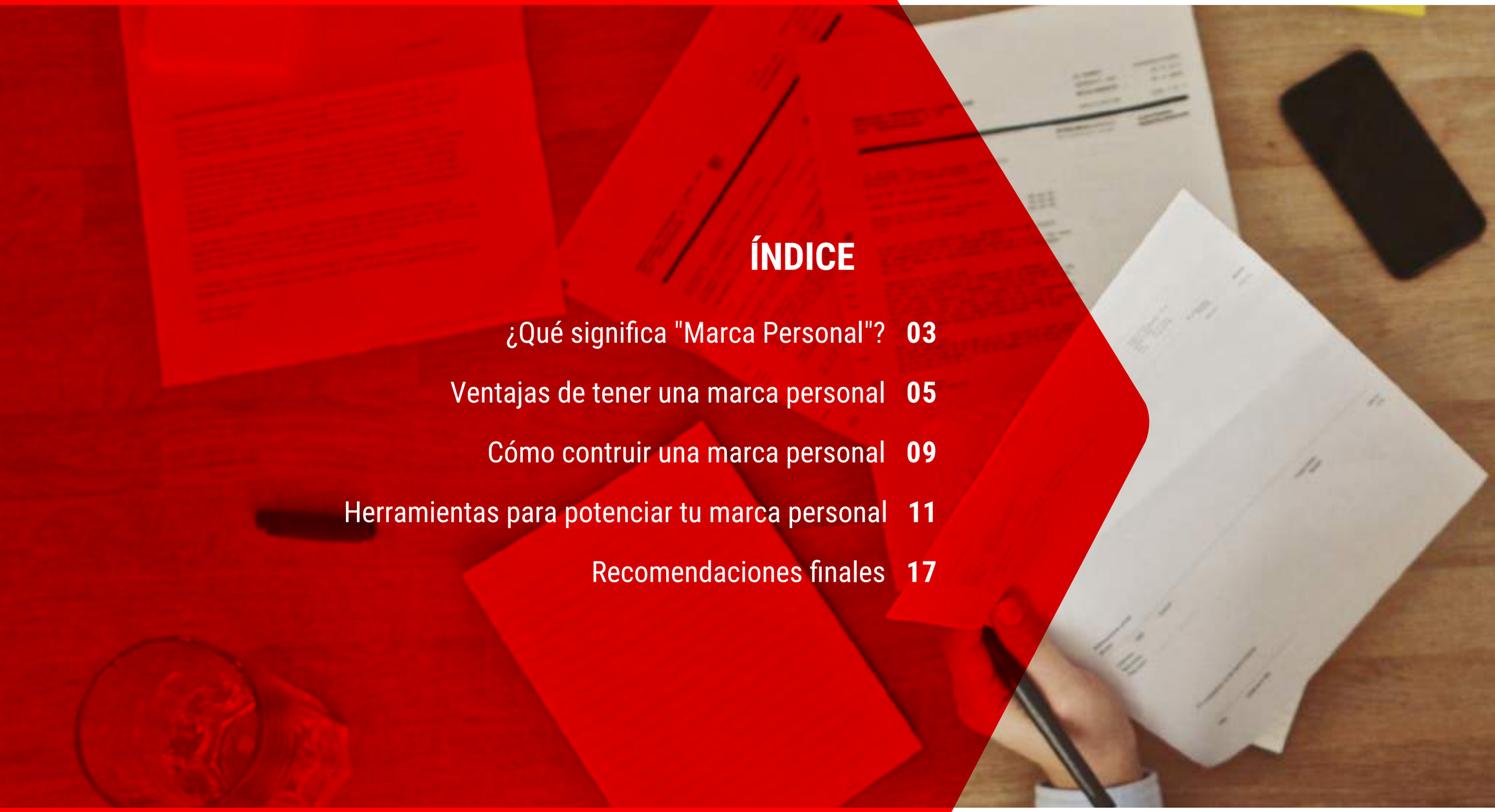
universia España

CÓMO CONSTRUIR TU MARCA PERSONAL

AÑO 2018 | 08

universia España



ÍNDICE

¿Qué significa "Marca Personal"? **03**

Ventajas de tener una marca personal **05**

Cómo contruir una marca personal **09**

Herramientas para potenciar tu marca personal **11**

Recomendaciones finales **17**

¿QUÉ SIGNIFICA "MARCA PERSONAL"?

Lo primero que nos suele venir a la mente cuando pensamos en una marca es un producto o servicio. Términos como confianza, sentimiento positivo, experiencia y liderazgo dominan el mundo del marketing desde hace décadas.

Pero ¿es posible aplicarlos a la experiencia humana? Especialistas en recursos humanos de todas las latitudes coinciden en que el **concepto de "marca personal" es la clave para alcanzar el éxito profesional** hoy en día, tendencia que solo se acentuará con el correr del tiempo.

Para comprenderlo en profundidad, vayamos a sus orígenes. El término fue acuñado por primera vez en el año 1997, en el libro "The Brand Called You", escrito por Tom Peters.

En esta obra, el experto norteamericano explica que el **concepto de marca personal o personal branding es rupturista**, dado que nos permite romper con el paradigma tradicional de que nos tenemos que adaptar a las distintas oportunidades profesionales que se nos presentan.

Por el contrario, al desarrollar una marca personal pasamos, en cierto modo, a ser los dueños de nuestro destino. Ya no debemos conformarnos con lo que se presenta, sino que podemos construir caminos propios que sean compatibles con nuestras personalidades y nuestros anhelos más profundos.

¿POR QUÉ ES FUNDAMENTAL DESARROLLAR UNA MARCA PERSONAL EN LA ERA DIGITAL?

“Crea fama y échate a dormir”. Este dicho popular fue inventado hace décadas, pero probablemente no haya habido un momento en la historia en el que aplique más que ahora.

Vivimos en la era 2.0. Con la **incursión del social media al ecosistema digital**, nuestra vida privada ha dejado de ser definitivamente privada.

Por más que intentemos tener un perfil bajo en las redes sociales, nuestro “rastro digital” queda allí, imborrable.

Hace ya algunos años, cuando comenzaba a manifestarse explícitamente este fenómeno, Juan Enríquez Cabot, académico, emprendedor y especialista en temas tecnológicos relacionados a los negocios, dictó una memorable charla TED en la que hablaba de “tatuajes digitales”.

Los tatuajes siempre dicen algo, cuentan historias sobre las personas que los llevan en su piel. De la misma manera, cada vez que realizamos un post en el mundo de internet **contamos una historia que quedará guardada en algún lado, como un “tatuaje digital”**. Aunque borres la publicación, quedará almacenada en algún servidor remoto. Entonces, ¿cuál es la moraleja de todo esto?

Las redes sociales dan información sobre quién y qué eres. Cada vez que das clic a “publicar”, tiene una consecuencia muy directa sobre tu reputación.

Esto puede repercutir en tu vida profesional de forma muy positiva o muy negativa, y la clave para torcer la balanza a tu favor está, justamente, en saber construir una buena marca personal.

VENTAJAS DE TENER UNA MARCA PERSONAL

Ahora que ya comprendimos el concepto de marca personal, es hora de profundizar un poco más sobre las ventajas que representa invertir tu tiempo en construirla.

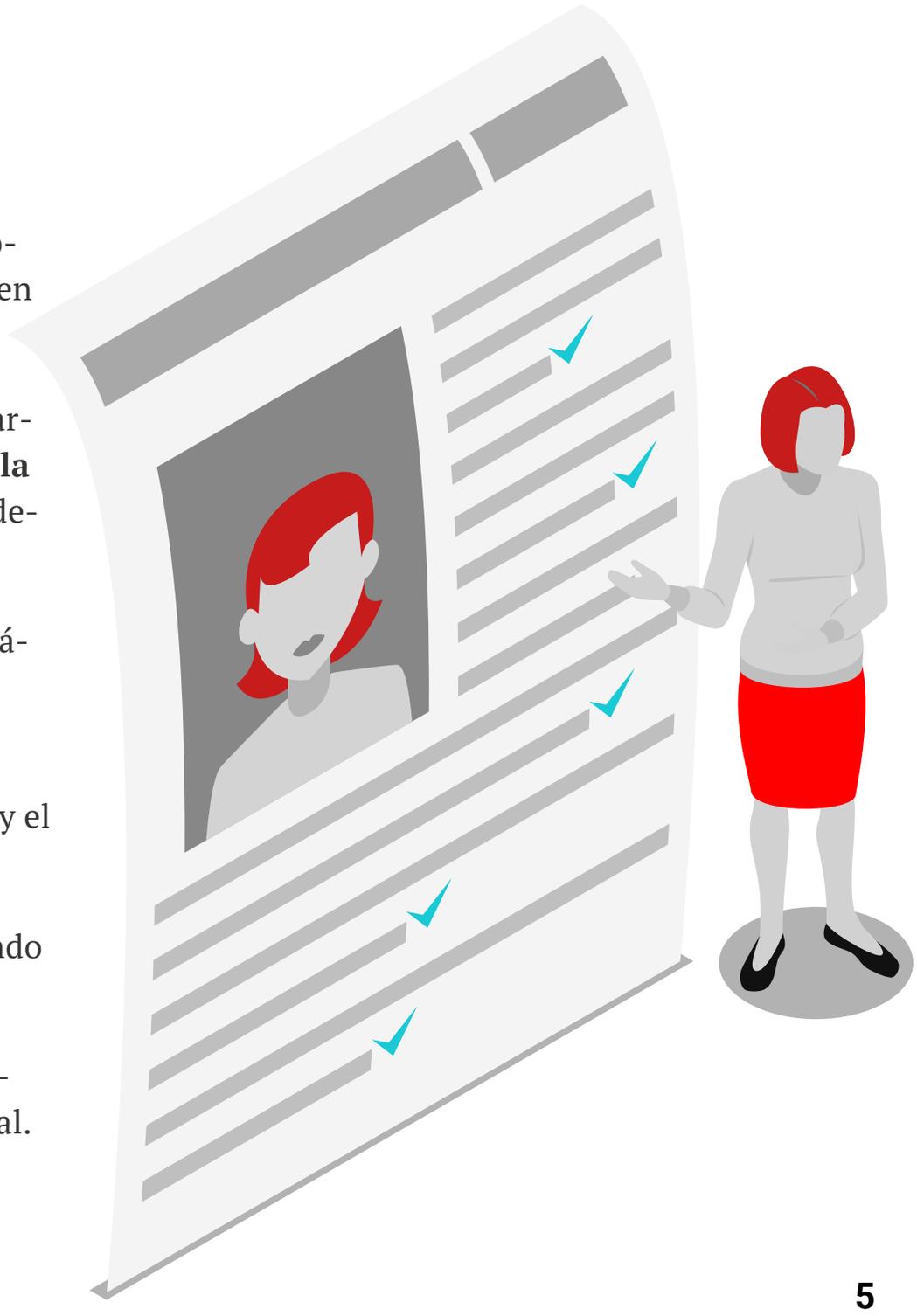
Y esto es, precisamente, lo primero que hay que comprender. Crear una marca personal lleva mucho tiempo, **una buena reputación no se genera de la noche a la mañana** y, sobre todo, requiere de mucha perseverancia y agudeza a la hora de tomar decisiones.

Pero todo este esfuerzo puede ser ampliamente retribuido, sin importar cuáles sean tus objetivos profesionales.

Antes solo las celebridades o quienes obtenían algún tipo de exposición en los medios de comunicación masivos podían acceder a un gran público. Hoy el concepto mismo de fama ha cambiado.

YouTubers, instagramers, tuiteros... ¿Cuánta gente ha ingresado en el mundo del estrellato gracias a las redes sociales?

La clave está en que, al tener que utilizar exactamente las mismas plataformas, todos podemos “viralizarnos” y obtener un alcance de audiencia global.



Pero volvamos al tema de las ventajas. Tus objetivos pueden ser sumamente distintos. Un estudio realizado por Universia y Trabajando.com reveló que **9 de cada 10 jóvenes iberoamericanos sueñan por lanzarse al mundo de los negocios.**

Por otra parte, si algo caracteriza a la generación millennial es su inclinación por la autonomía. Otros no quieren aventurarse con un emprendimiento y frecuentemente buscan trabajar de forma independiente.

Pero también existen quienes anhelan seguir un camino más tradicional y crecer profesionalmente en el mundo corporativo.

En cualquier caso, la **construcción de tu marca personal será un paso fundamental para alcanzar todas tus metas.**

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE TENER UNA MARCA PERSONAL PARA LOS EMPRENDEDORES?

En el caso de los emprendedores, la construcción de su marca personal va directamente de la mano del éxito del negocio.

Todo lo que debe trasmitir una marca exitosa a nivel empresarial: confianza, cultura, valores, objetivos, diferencial ante la competencia, tendrá el doble de peso si viene acompañado de una buena **reputación online del CEO.**

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE TENER UNA MARCA PERSONAL PARA LOS FREELANCES?

Trabajar de forma independiente tiene grandes ventajas: flexibilidad horaria, trabajar desde casa, ser el jefe propio, etc.

No obstante, este tipo de trabajo requiere tanta dedicación como cualquier otro e incluso mucha más disciplina.

Esto sin mencionar que el mundo freelance también es altamente competitivo. Entonces, **¿qué tienes tú de especial para ofrecer a tus clientes y potenciales clientes más allá de la calidad de tu trabajo?**

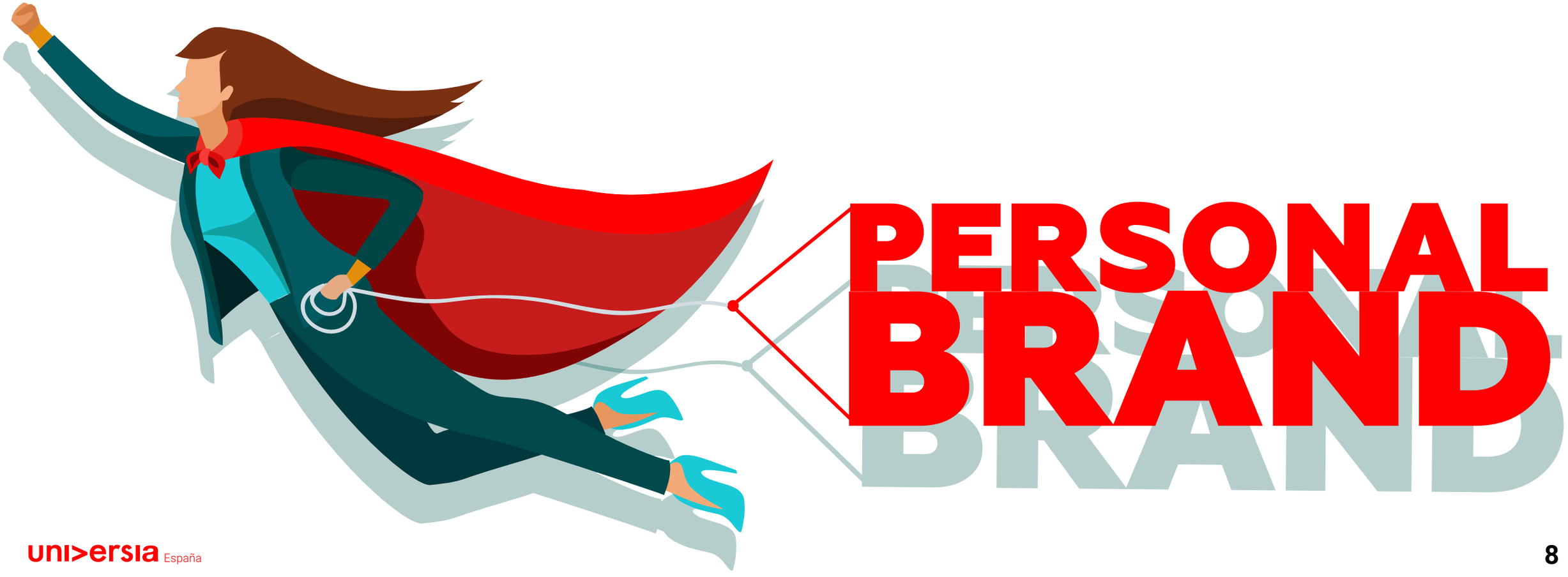
Miles hacen exactamente lo mismo que tú y ofrecen los mismos servicios, por lo cual, **tu factor diferencial debe residir en la construcción de tu marca personal.** La misma debe transmitir confianza y profesionalismo.

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE TENER UNA MARCA PERSONAL PARA CRECER DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN?

Si lo que aspiras para tu vida profesional es conseguir un trabajo en una buena empresa y subir escalafones dentro de ella, lo primero que debes saber es que tu marca personal puede ser la clave para obtener este empleo soñado.

Se estima que un **85% de los reclutadores de personal revisan los perfiles de los candidatos** que están considerando para estos puestos. Mucho se juega en esta instancia de investigación, por eso es fundamental que tengas toda la información que circula sobre tu persona en línea totalmente chequeada.

Una vez que hayas sido contratado para desempeñar funciones dentro de la empresa, descubrirás que la competencia interna también es feroz. Al tener una marca personal en la que apoyarte, llamarás más la atención de tus jefes, tendrás un factor distintivo entre tus colegas y, por ende, más posibilidades de que tus ideas sean escuchadas y tus logros valorados.



CÓMO CONSTRUIR UNA MARCA PERSONAL:
PRIMEROS PASOS

AUTOCONOCIMIENTO

Toda estrategia de personal branding se basa en el autoconocimiento. Si no tienes tus metas profesionales, e incluso personales definidas, difícilmente puedas construir una imagen creíble y sólida para el mundo exterior.

El camino hacia el **autoconocimiento comienza con algunas preguntas básicas**: ¿qué es lo que más me gusta hacer?, ¿cuáles son mis principales habilidades?, ¿qué me diferencia del resto de los profesionales con mi misma o similar formación?, ¿con qué tipo de personas me gusta rodearme?, ¿cuáles son mis puntos débiles?, ¿en qué momentos soy más productivo?, ¿dónde me gustaría estar profesionalmente de aquí a 5 años?, ¿existe algún tipo de trabajo que haría por gusto y no por dinero?

Una vez que tengas las respuestas a todas estas preguntas, escríbelas en un papel. Tendrás una primera aproximación a tu “verdadero yo”, y una mejor idea de lo que querrás proyectar en tus perfiles y con qué objetivos.

OBJETIVOS, NICHO DE MERCADO Y ESTRATEGIA

Siguiendo en línea con el punto anterior, una vez que hayas realizado este trabajo de auto investigación, sus resultados te llevarán inmediatamente a elaborar objetivos más concretos.

Ahora es momento de preguntarte, ¿a quién está dirigido tu mensaje? o ¿cuál es tu público objetivo? En términos de marketing, y también de personal branding, hablaremos de **nicho de mercado.**

Si bien es verdad que la respuesta a esta pregunta puede ser muy vasta y tu nicho de mercado bastante amplio, la realidad es que mientras mejor lo tengas definido, mejor podrás elaborar una estrategia adecuada para acercarte a él y mantenerlo interesado a través del tiempo.

Por ejemplo, si eres diseñador gráfico buscarás mostrar tu trabajo de forma creativa a través de las redes, relacionarte con colegas de todo el mundo, seguir a las grandes empresas del sector, estar al tanto de las últimas tendencias, etc.

Recuerda que encontrar tu estilo puede llevar un tiempo, pero una vez que lo logres, será el diferencial que permita que tu marca personal sobreviva y siga creciendo junto a tu carrera.

HERRAMIENTAS PARA POTENCIAR TU MARCA:

Como ya mencionamos anteriormente, las grandes potenciadoras de la marca personal en la era 2.0 son las redes sociales.

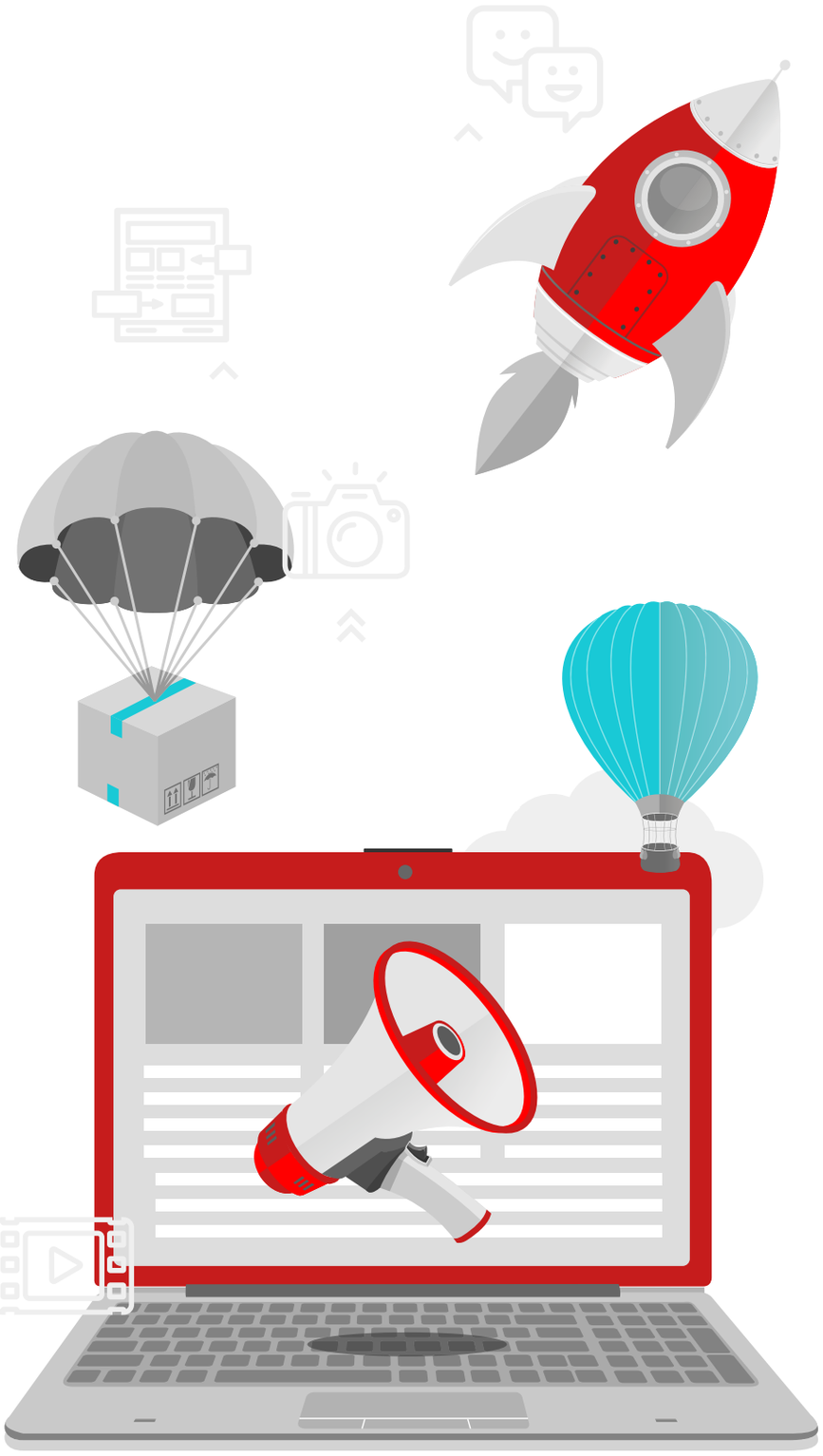
Pero antes de adentrarnos en cada una de ellas y explicar cómo exprimir al máximo su potencial, el primer paso será una rápida revisión de tu reputación online.

¿Alguna vez se te ocurrió **googlear tu nombre**? Esto es lo que hará cualquier caza-talentos que reciba tu currículum, potencial cliente que quiera comprar tus servicios o simples curiosos que, por algún motivo, quieran obtener más datos sobre tu persona.

Una vez que pongas en práctica este ejercicio, analiza sus resultados. ¿Qué es lo primero que aparece cuando googleas tu nombre? ¿Son tus perfiles en las redes sociales? ¿Alguna plataforma de la que no eras consciente de tu suscripción? ¿O quizás haya alguien más famoso que tú con quien compartes nombre?

Todas estas respuestas resultan de una técnica conocida en la jerga del marketing como **“egosurfing”**. Esta práctica te llevará a entender un poco mejor como eres percibido por el mundo exterior más allá de tu subjetividad.

¿Estás proyectando la imagen que deseas cuando pensaste en una estrategia para tu marca personal? ¿Qué cosas deberías cambiar para lograrlo? Ahora que tienes más claras estas cuestiones, es hora de evaluar una a una las **herramientas que**



podrían ayudarte a construir una buena reputación es el vastísimo mundo web. ¡Atención! En caso de que al realizar esta búsqueda te haya sucedido, como mencionábamos, que tengas cuentas o suscripciones en lugares que no tenías ni idea, existe una plataforma llamada **justdelete.me** que te puede ser de gran utilidad. Este buscador te mostrará un directorio de enlaces directos para eliminar cuentas o servicios no deseados con un solo clic.

BLOG PERSONAL O SITIO WEB

Las redes sociales parecen la respuesta más evidente y sencilla a la hora de construir una marca personal, excepto que tienen un gran defecto: todo el mundo las tiene.

Para llevar tu marca personal a un próximo nivel, aunque no sea estrictamente necesario, es recomendable que montes un blog personal o sitio web.

Hoy en día, gracias a **plataformas como Wordpress o Wix**, no necesitas de un programador y es mucho más sencillo de lo que crees. Estos servicios te ofrecen planillas preconfiguradas en las que solo debes cambiar textos, fotos, añadir enlaces, videos y todo lo que se te ocurra.

¿Para quiénes es más conveniente o necesario tener sitio web propio? Esta alternativa tiene diversas ventajas: **mejor posicionamiento SEO de tu marca,** sencillez, actualización permanente, etc. No obstante, lleva bastante tiempo de mantener, por lo cual, es más aconsejable para quienes trabajan, de algún modo, en generación de contenidos. Por ejemplo, si eres periodista, escritor freelance o diseñador, contar con una plataforma propia y dominio URL con tu nombre puede diferenciarte enormemente de tu competencia.

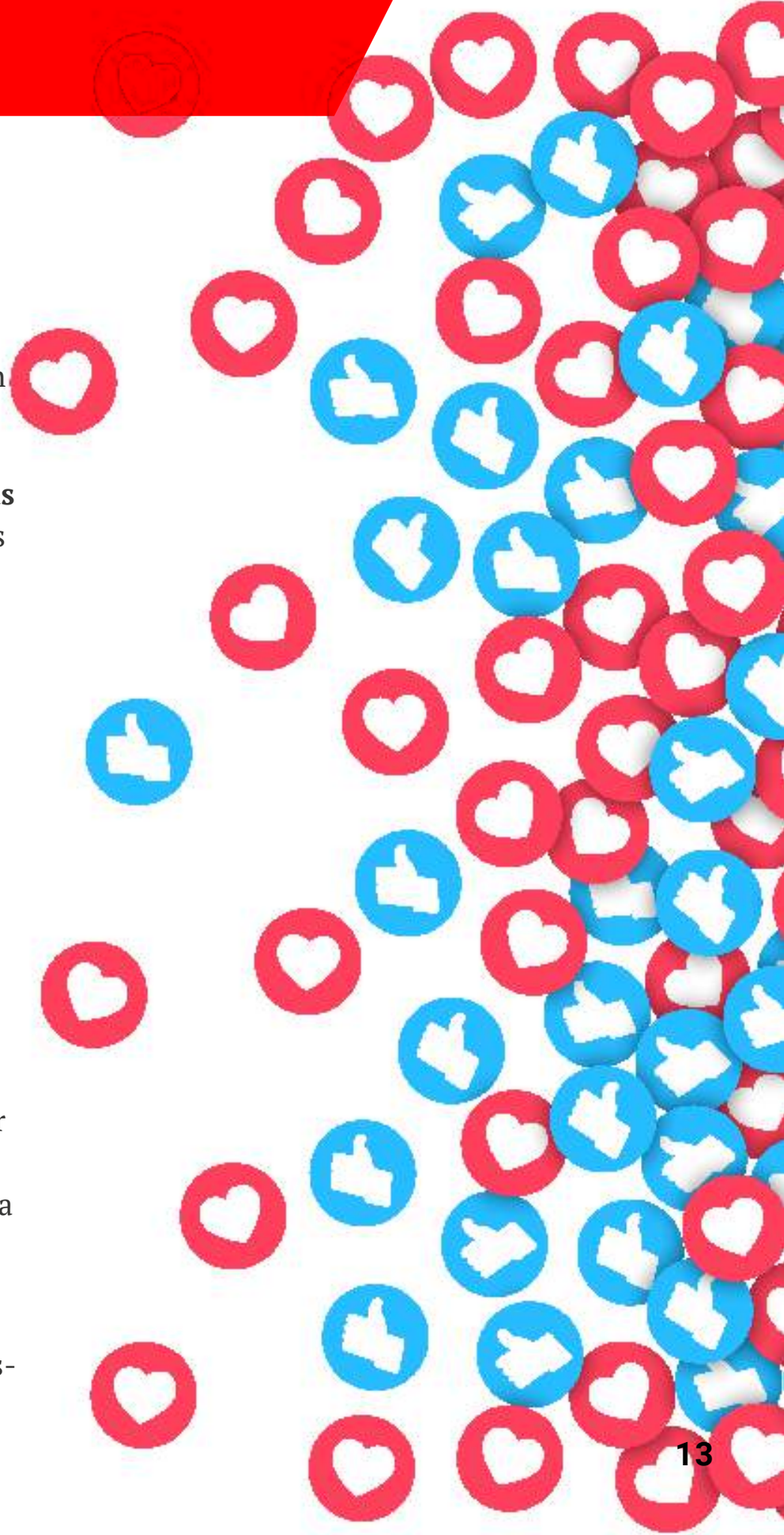
REDES SOCIALES

Llegamos a la parte más entretenida, pero a la vez más complicada, de construir una marca personal. Las redes sociales despiertan todo tipo de sentimientos y han sido (y siguen siendo) objeto de un sinfín de estudios e investigaciones.

Adoradas por muchos y demonizadas por otros, lo cierto es que **estas plataformas han cambiado para siempre la forma en la que nos comunicamos**, percibimos a los demás, y también, nos autopercibimos.

Si bien todas se basan en su fuerte poder interactivo, cada red social tiene su características y lenguaje propio, por lo que, a la hora de crear una marca personal, es importante tener en cuenta el valor de cada una de ellas.

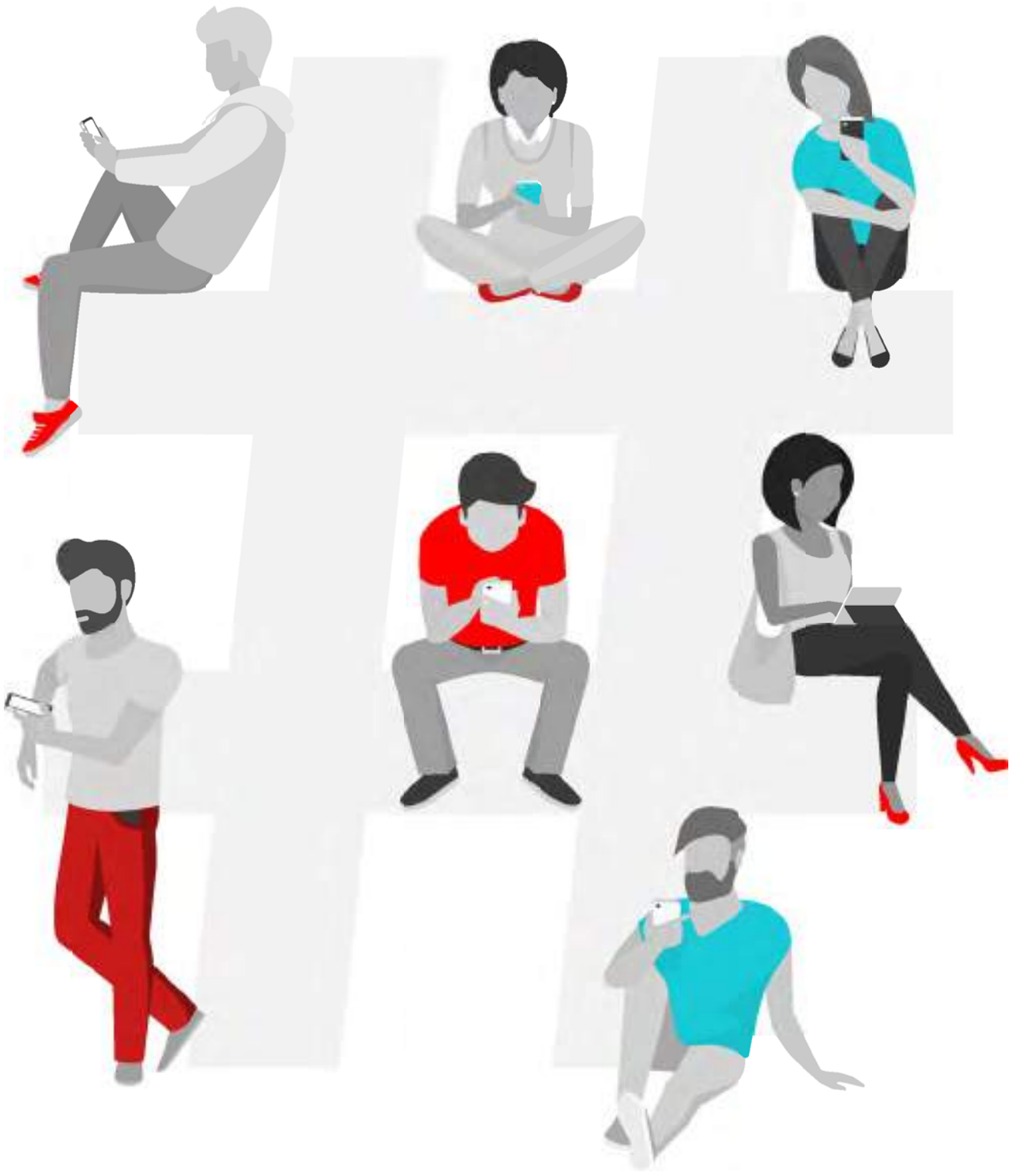
A continuación, te dejamos algunos tips que pueden ser de gran utilidad a la hora de **sacar el mayor provecho de estas herramientas,** comenzando por la red social de más alcance global, Facebook, con más de 1.800 millones de usuarios activos en el planeta.



FACEBOOK

Naturalmente, la red social “madre” del ecosistema digital será una parte medular de tu marca personal. Por más que tenga un tinte más de “vida privada”, existen algunas consideraciones que debes tomar al formar parte de la plataforma fundada por Zuckerberg.

Primero, si no quieres que las personas tengan acceso a tus publicaciones, debes **configurar tu perfil como “privado”**. De esta forma, solo quienes te pidan “amis-



tad" y aceptes como tus amigos podrán ver lo que publicas.

Pero ¡cuidado! Esto no quiere decir que no figures, por lo cual, existen algunos aspectos básicos que debes cuidar como, por ejemplo, foto de perfil, foto de portada, información sobre el sitio donde vives, lugar donde estudiaste o tu ocupación profesional.

Recuerda que **todo lo que publicas, compartas o pongas "me gusta", comunica.**

LINKEDIN

Con más de 450 millones de usuarios activos, **LinkedIn es considerada la red social profesional por excelencia** a nivel global.

Para los expertos, es casi imposible pensar en desarrollar una marca personal sin crear un perfil en esta plataforma. No solo podrás exhibir tu formación, experiencia laboral y habilidades, también podrás ilustrar tu perfil con imágenes, videos, enlaces y toda la información que consideres necesaria para ilustrar tu trayectoria.

Asimismo, **podrás conectar con profesionales de todas partes del mundo**, acceder a ofertas laborales que se adapten a tus aptitudes y recibir recomendaciones de otros usuarios para mejorar tu reputación online.

TWITTER

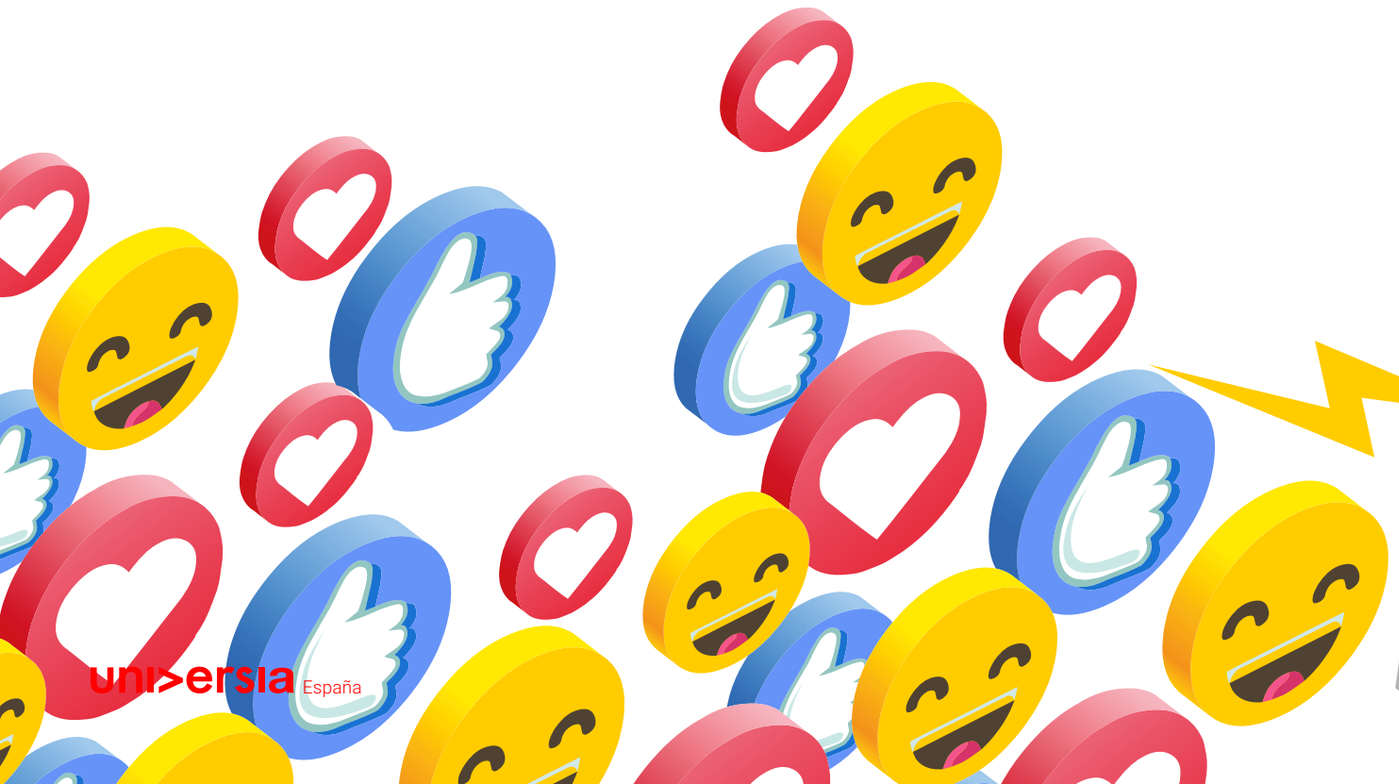
Por su dinamismo y la gran cantidad de información que circula entre sus usuarios, Twitter puede llegar a ser también un cimiento fundamental en la construcción de tu marca personal.

Es ideal para **mantener un contacto permanente con tu comunidad seguidores**, además de dar a conocer tus opiniones, compartir tus intereses e incluso difundir información que consideres útil para tus contactos. Pero ¡cuidado! Twitter también puede ser un arma de doble filo. Sus usuarios más especializados saben perfectamente que, tener la posibilidad de opinar sobre todo las 24 horas y de forma sintética, puede jugarte en contra. Busca casos de personas a las que, por un "inocente tuit", se les arruinó la carrera y encontrarás decenas.

INSTAGRAM

El uso de esta red social suele ser más personal, como en el caso de Facebook, pero esto no quiere decir que debas descuidarla, especialmente **si te dedicas a una profesión que tiene que ver con lo creativo.**

Fotógrafos, diseñadores, dibujantes, periodistas, modelos, productores de video e incluso escritores están aprovechando la masiva popularidad que tiene la plataforma, especialmente entre los millennials. Es en Instagram donde han nacido los famosos influencers o instagramers, es decir, usuarios con una **base de seguidores lo suficientemente sólida como para vender** productos o servicios de las grandes marcas. Aunque muchos ya eran "celebridades" por medios tradicionales, otros han hecho de Instagram una plataforma catapultadora a la fama.



SNAPCHAT

Todavía es bastante extraño hablar de Snapchat al referirnos a personal branding, pero su creciente popularidad y su originalidad a la hora de innovar, hacen imposible que la dejemos pasar de lado.

Snapchat salió a la luz y ganó una gran cantidad de usuarios, especialmente dentro del público adolescente, gracias a un **innovador formato**: las publicaciones efímeras o "fantasma" haciendo alusión a su original logo.

La premisa detrás de esta idea es, justamente, liberarse de lo que al principio de este ebook nos referíamos como "tatuajes digitales", es decir, esas marcas permanentes que dejamos en el mundo virtual con cada posteo.

Snapchat introdujo el **concepto de historias efímeras**, publicaciones de carácter público o dirigidas de forma privada a otros usuarios, pero que sólo tienen 24 horas de vida dentro de la plataforma. La idea era solamente divertirse y comunicar sin preocuparse por las consecuencias o el "stalkeo" de otros usuarios.

El formato cobró tanta popularidad que rápidamente Instagram lo copió, casi en forma literal, con su **Instagram Stories**. Hoy también se pueden hacer fotos y videos efímeros intervenidos con dibujos, colores, filtros y stickers en Facebook, Whatsapp, y más recientemente, Messenger.

Por supuesto que esta intensa competencia ha tenido como consecuencia la pérdida de usuarios, pero esto no quiere decir que debamos dejar de prestar atención a la imagen que proyectamos en la innovadora plataforma.

RECOMENDACIONES FINALES

PERSISTENCIA

El éxito no sucede de la noche a la mañana, como tampoco la construcción de una marca personal sólida. Mejorar tus perfiles en las redes, generar contenidos de calidad y ampliar tu red de contactos, son procesos que llevan su tiempo.

La clave está en **ser perseverante** y no rendirse ante los primeros obstáculos.

INNOVACIÓN PERMANENTE

Siguiendo en línea con el punto anterior, no solo deberás tener paciencia, también **tendrás que preocuparte por innovar**. Si algo caracteriza al mundo del social media es su innovación permanente.

Las nuevas tecnologías evolucionan a pasos agigantados y tu marca personal no puede quedarse atrás.

NETWORKING EN LA "VIDA REAL"

Finalmente, pero no menos importante, no te olvides del contacto personal. Las redes sociales son maravillosas, pero para que tu marca personal en línea tenga credibilidad y sustento, debes trabajar tus vínculos "en la vida real".

La conjunción de ambos será, en última instancia, lo que te convertirá en un profesional realizado y exitoso. **¡Buena suerte y buena marca!**

universia

https://contacto.universia.net

Síguenos en:

©2018, Universia España y sus licenciantes. Todos los derechos reservados