

MARCA PERSONAL

#JORNADACEEI



Carolina San Miguel Mas
carolina@cuatronoventa.com
@carolinasanmiguelmas

Cada uno de nosotros, debe comenzar a cultivar su mejor tesoro, su marca personal y convertirse en un profesional intocable.

Me distingo o Me extingo



La marca personal

**HUELLA QUE DEJAMOS
EN LOS DEMÁS**



**Ya nada externo a un@ mism@
garantiza la estabilidad**



Ser un buen trabajador/a no es sinónimo de seguridad





Hablar de trabajo seguro en empresa segura es una quimera

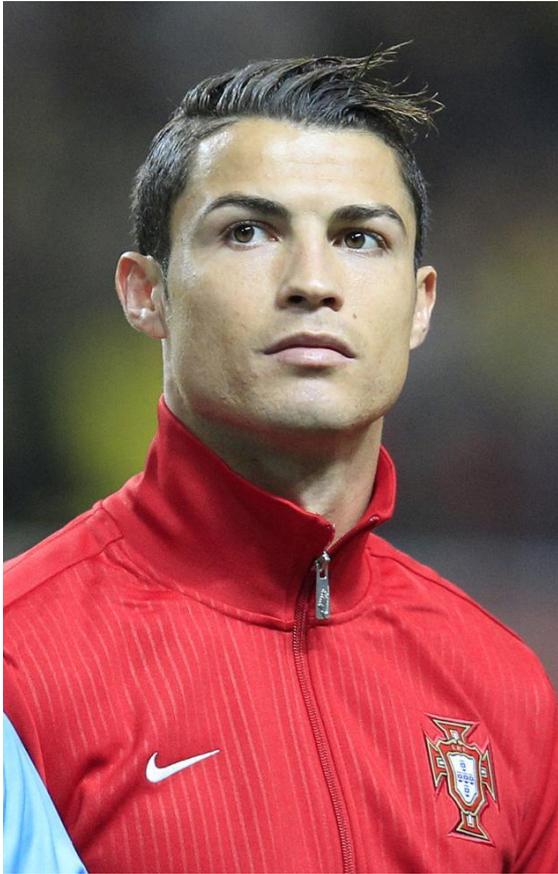
**No hay caminos rectos tras las curvas,
sino más curvas**



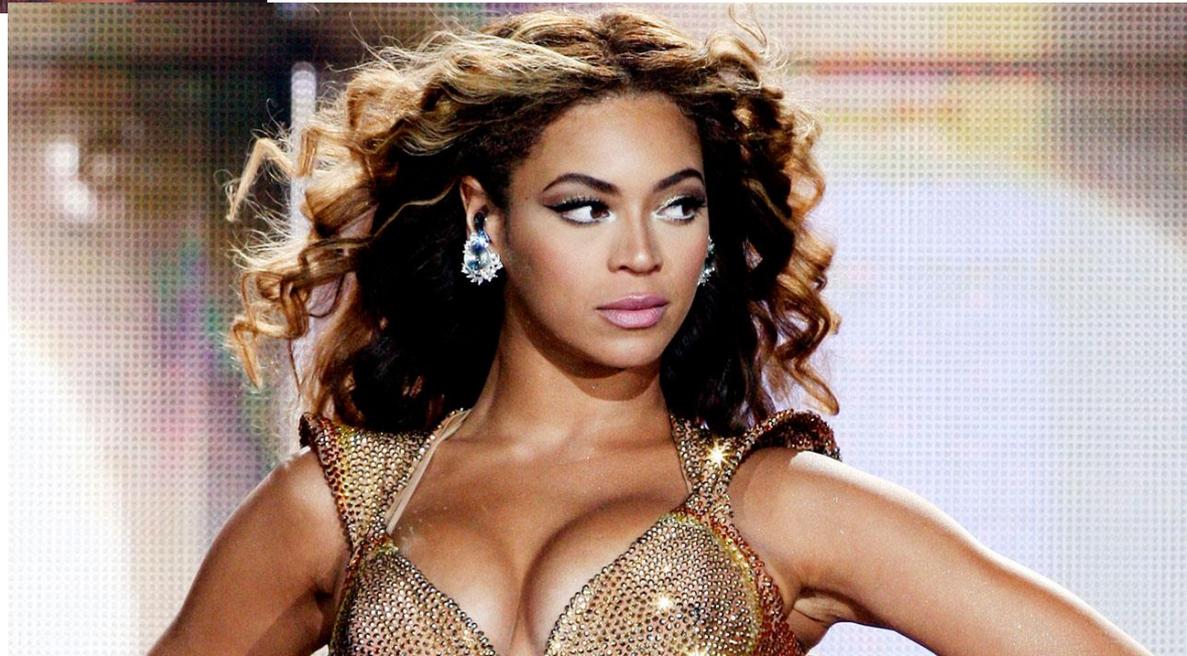
Las oportunidades se abren a cualquiera



El éxito no es para los que creen que pueden hacer, sino para los que lo hacen.









Desarrollar una marca personal consiste no solo en identificar sino **saber transmitir** las características que nos hacen ser diferentes para sobresalir en un mercado competitivo y cambiante como el laboral.

Tú comunicas

Nuestra marca personal

La imagen de nuestra empresa

La imagen de nuestros servicios

Los beneficios de lo que realizamos

Imagen profesional del colectivo





10 cuestiones a tener en cuenta en la marca personal



- Céntrate en autoreconocerte.

Céntrate en reconocer y flexibilizar tus patrones y esquemas mentales y en base a éstos, elabora una estrategia lo más minuciosa posible que te lleve a ser aquél profesional que deseas ser. **DAFO**

- Revisa tus logros.

A veces olvidamos que hemos conseguido cosas, recuerda aquello que has conseguido y revisa como lo has conseguido.



- Revisa tus errores.

Estamos en una sociedad en la que se nos es prohibido fallar. Pero fallar es bueno. Recuerda tus errores y apunta los aprendizajes que has extraído de ellos.



- Detecta tus valores.

Los valores son aquello en lo que se fundamentan nuestras creencias más profundas. Detecta los valores que rigen tu comportamiento para conocerte con más profundidad.



- Sueña.

Deja volar tu imaginación y define quién quieres ser.
¿Cuál es tu visión? ¿Cuál es tu Misión? ¿Por qué quieres ser recordado?



- Escribe lo que te apasiona.

Encuentra aquello que te apasiona, pero no lo pienses solamente, escríbelo. Déjalo en un lugar bien visible, que lo veas todos los días y que recuerdes porque estás trabajando.



- Otorga a tu pasión una forma real.



Si tu sueño es ser futbolista, pero tu edad ronda los 30, puede que resulte un fracaso intentar ser un jugador de primera división. Pero si te apasiona el mundo del futbol, mira de qué manera, dentro de tus opciones reales, puedes participar en él...

¿Abrir un blog de futbol? ¿Empezar tu carrera como entrenador? ¿Participar en alguna revista especializada? ¿Crear una marca personal de referencia en este sector?

Seguro que encuentras alguna modalidad de tu sueño alcanzable.

- Marca Personal es un proyecto a largo plazo.

No es una receta mágica, es un trabajo a largo plazo para gestionar tu carrera con esta perspectiva. Empezar por conocerte más en profundidad te dará la llave para una correcta gestión de tu proyecto de vida.





- Ordena tus ideas.

Para darles un sentido. Crea a partir de ellas un proceso continuo que haga que éstas se vuelvan proyectos con objetivos reales, alcanzables y medibles.

En definitiva de lo que se trata es de ordenar esas ideas y proyectos que tienes en mente para trazar un camino que los lleve a la realidad.

Cultivar la propia Marca es esencial para transmitir a los demás **tranquilidad, confianza, respeto, seguridad**.... a aquellos que se acuerden de ti para:

- Emprender
- Colaborar
- Trabajar



Una marca personal no puede ni debe gustar a todos.

La marca personal te convierte en un referente en tu entorno

- **Positivo:** Vas a ser valorado, querido, deseado... por quienes necesitan lo que ofreces, sintonizan contigo y confían en ti.
- **Negativo:** Es una carrera de fondo y no debes permitirte errores. Hay que ser coherente, honesto y sólido para dejar una huella duradera.

Principios básicos para crear una marca personal conocida y reconocida

NUESTRA PROMESA

- **Relevancia.** Debes tener algo realmente útil que ofrecer. Ser útiles para satisfacer una necesidad y hacerlo bien.
- **Confianza.** Ser fiable. Lo importante es ganarse la confianza, una buena reputación de profesional consistente y eficaz.
- **Notoriedad.** Debes aparecer en todos los foros en los que estén tus posibles clientes. Y es necesario darse a conocer y contar a todo el mundo lo que podemos ofrecer.

Cada día que vives es una oportunidad para ser optimista. El simple hecho de hacer algo nuevo tiene que darte energía para encarar cada mañana con fuerza.

La resiliencia es la capacidad de adaptarse y superar situaciones de estrés. Todos los días hay retos que debes de enfrentarte y superar.

**Resiliencia
CAMALEON**



Storytelling

Contar historias... pero no cualquier historia, sino aquella que mueva emociones de tu público ideal, aquella en la que cuentes historias relacionadas con tu marca personal, tu negocio, tus servicios y que tenga por objetivo generar una conexión emocional con tus potenciales clientes.

El **Storytelling** es una **poderosa herramienta** que puede significar la diferencia entre una situación extraordinaria y **ser una marca diferente**. Si tu público ideal se identifica con tu narración seguramente generes más rápidamente una compra.

¿Qué beneficios tiene al usar Storytelling para tu marca?

- **Generan confianza:** Mostrando su lado más humano, tal vez más sensible.
- **Se recuerdan fácilmente:** ¿Por qué los cuentos infantiles han marcado nuestra infancia? ¿Por qué las personas recordamos más cuando nos cuentan un cuento que cuando meramente nos comparten información? Por que las historias son más fáciles de recordar.

- **Se cuentan fácilmente:** Como se recuerdan más fácilmente, las historias son más fáciles de transmitir a otra persona, generando un rumor, o comunicación boca a boca. Las historias son experiencias hermosas, no solo palabras.
- **Las historias nos encantan:** No nos cansamos de escucharlas, las amamos. De algo simple podemos con la moraleja dejar un buen recuerdo en la mente del receptor.
- **Mueve emociones:** Hasta los más duros, se emocionan cuando les cuentan historias. Ellas nos hacen más humanos y cercanos. Ayuda a las marcas a conectar con nivel emocional con sus lectores del Blog, con sus seguidores en las redes sociales.

Cada negocio o marca personal tiene una historia que contar pero ¿cómo lo hace?

1) Tintes emocionales:

Como en cualquier telenovela, esas que atrapan al telespectador, en marketing las historias deben incluir un poco de drama.

Rompe las reglas y arriesga. Incluir pizcas de drama en tu historia debe ser tan simple como comparar productos.

2) Ten en cuenta la estructura:

Todas las historias tienen la misma estructura: comienzo, desarrollo y final. Una historia coherente que sea real.

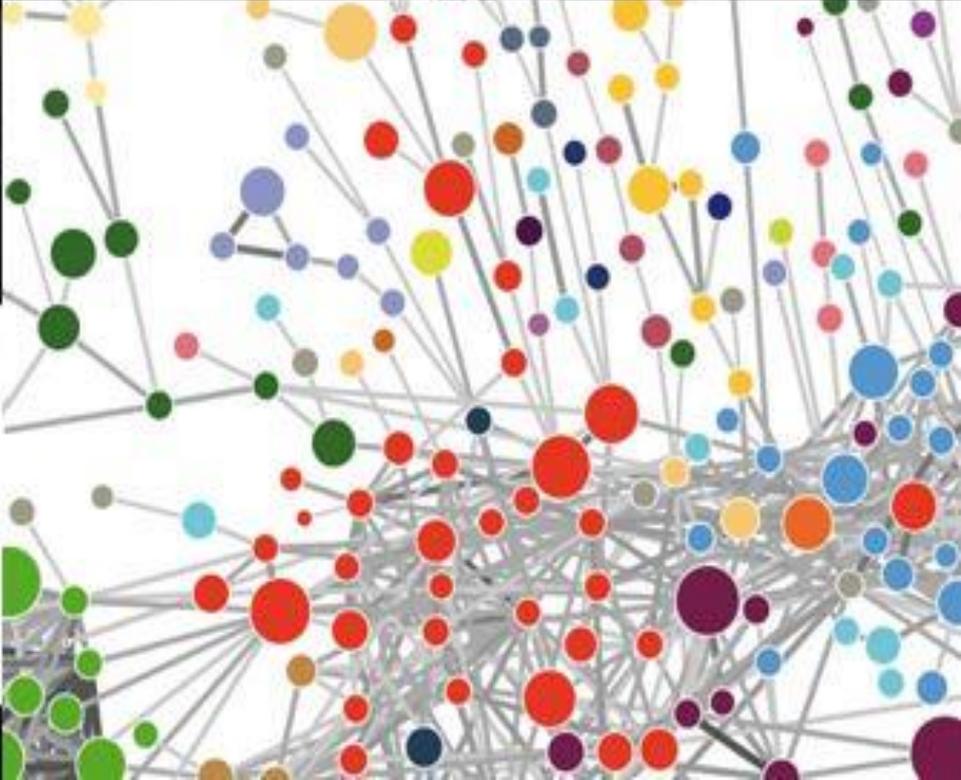
- *Una dosis de factor humano, movilizar emociones e instalarte en la mente de las personas gracias a la técnica del Storytelling puede convertir a tu marca en algo memorable.*
- **El Storytelling en marketing, incrementa el engagement o vínculo con el cliente potencial.** El marketing es el arte de contar historias que mueven a las personas a actuar, a tomar acción, a convertir, a generar una compra, etc.

Ejemplo Storytelling

- [Historia IKEA](#)



**Hay que tomar conciencia,
entender donde nos
encontramos**



ENTORNO VUCA

- **V: volatilidad**, asociada a la naturaleza y la dinámica de los cambios, así como a la velocidad de con la éstos se producen.
- **U: incertidumbre**, relacionada con la falta de previsibilidad, el incremento de situaciones imprevistas y el no saber con seguridad cómo se van a desarrollar los factores que influyen en la actividad.
- **C: complejidad** de los problemas, confusión de las soluciones y desconcierto que caracteriza el entorno en el que operan las organizaciones.
- **A: ambigüedad** asociada a la falta de claridad que da pie a interpretaciones diversas. Iguales condiciones provocan consecuencias diferentes.

- **El talento que no se ve, se pierde**
- **Ahora tienes que hacerlo bien, pero lamentablemente no te vienen a buscar**



¿Qué puedes hacer para que te escojan en el mercado actual?

Exactamente lo mismo
que hacen las
empresas con sus
productos, descubrir y
utilizar tu **Marca
Personal.**



¿Se trata de venderse uno mismo?

No, todo lo contrario, **se trata de aprender a vender lo que haces para no tener que venderte a ti mismo.**

La Marca Personal reduce las influencias externas y nos hace más independientes

Desarrollar una Marca Personal consiste en **identificar y comunicar** las características que nos hacen sobresalir, ser relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante.

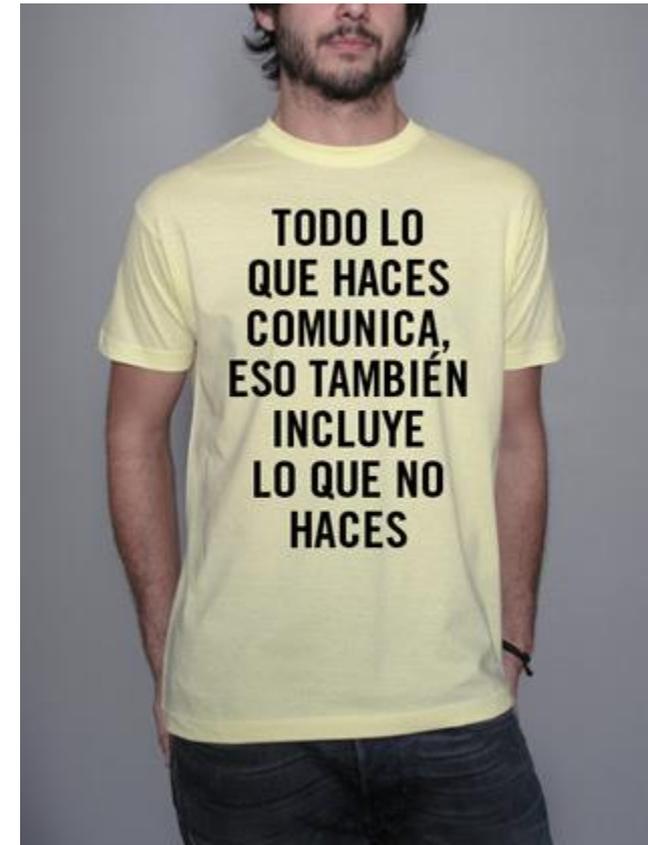
**La Marca Personal nos ayuda a descubrir y
comunicar aquello que nos hace útiles y
valiosos para otros.**

[Victor Koppers](#)

<https://youtu.be/wAmVohZsTDA>

- **Comunicar es transmitir, no hablar.**

No importa lo que hagas, ni lo que digas, sino lo que transmites.



- **Gen BLV : Búscate la vida**

Raquel Roca



MUCHAS GRACIAS

COMUNICA TU ESENCIA

Carolina San Miguel Mas

carolina@cuatronoventa.com

@carolinasanmiguelmas

carolinasmm.wordpress.com

www.cuatronoventa.com

https://doodle.com/poll/k6cwt7k5t4zkadd7?utm_source=poll&utm_medium=link