



MARCA PERSONAL

**"LO QUE DICEN DE TI CUANDO NO ESTÁS
PRESENTE"**

JEFF BEZOS.

**TU MARCA PERSONAL ES LO QUE APARECE
EN GOOGLE SOBRE TI, CUANDO TE BUSCAS.**

ALFREDO VELA



TEMAS A TRATAR

- ¿ QUÉ ES LA MARCA PERSONAL ?
- ¿ POR QUÉ ES IMPORTANTE ?
- TRES COSAS QUE IDENTIFICAN TU MARCA PERSONAL
- ENEMIGOS DE LA MARCA PERSONAL
- PILARES DE CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

TOM PETERS

PADRE DE LA MARCA PERSONAL 1942 (ESTADOUNIDENSE)

Fue el primero en asociar el término "marca" con las personas en lugar de con los productos de consumo.

- En 1997, publicó el artículo The Brand Called You en la revista Fast Company.
- En 2001, publicó The Brand You 50 (Reinventing Work), que amplió su filosofía "Brand You".
- La marca personal es la huella que dejamos en los demás, y la gestión de esa huella se conoce como personal branding.
- Peters define la marca personal como:

"Aquello que enlaza tus pasiones, tus atributos clave y tus fortalezas con una proposición de valor".

"Dejar claro lo que te diferencia de los demás".



A man and a woman in business attire standing in front of a modern building. The man is on the left, wearing a dark suit and tie, looking upwards. The woman is on the right, wearing a black blazer over a white top, smiling and looking upwards. They are standing in front of a tall, modern building with many windows.

LA MARCA PERSONAL del abogado

Potencia tu carrera profesional

LA MARCA PERSONAL ES:

- EL SELLO QUE DEJAS EN CADA INTERACCIÓN QUE REALIZAS.
- LAS PALABRAS CON LAS CUÁLES TE ASOCIAN A TI A NIVEL PROFESIONAL Y PERSONAL.
- NO PODEMOS DISOCIAR ENTRE LO PERSONAL Y LO PROFESIONAL.

¿ POR QUÉ ES IMPORTANTE ?

- NOS HACE ÚNICAS, SINGULARES, DIFERENTES, ESPECIALES Y SOBRE TODO NOS AYUDA A TRANSFORMARLA EN VALOR AÑADIDO

- EN UN MERCADO TAN COMPETITIVO COMO EL JURÍDICO, ADEMÁS DE SATURADO EN OFERTA DE SERVICIOS, LA MARCA PERSONAL NOS HACE SOBRESALIR

DEBES CONOCERTE A TI MISMA, QUE HACES BIEN, TUS FORTALEZAS Y LO QUE TE DISTINGUE DEL MERCADO Y SOBRE ESO QUE ES LO QUE QUIERES PROYECTAR O COMUNICAR Y AHÍ VIENE EL TRABAJO DE MARCA.

TIPOS DE MARCA PERSONAL



Consolidada



Enfocada, con estrategia, con los objetivos claros, sensible al mercado y con un buen trabajo diario.

Incipiente



Aquella que comienza su andadura, parece tener claro los objetivos y el trabajo a realizar. Todavía un poco verde.

En fase idea



Tiene la idea de afrontar el trabajo de desarrollar una Marca Personal. Si se queda en idea, no sirve para nada.

Guadiana



Sin constancia, aparece y desaparece en función de lo que se sabe qué. Lo de la constancia no va con ella.

Fake



Más falsa que un billete de 7,25 euros.

Fotocopia



Aquella basada en copiar la estrategia y el trabajo de otra, pero sin molestarse en adaptarla a sus características.

Veleta



Desenfocada, sin rumbo, sin objetivos, sin estrategia, sólo se mueve a ritmo de la moda.

Postureo



La que confunde el postre con un buen trabajo para el desarrollo de su marca.

Innecesaria



Sustentada en intentar "vender" algo que no tiene demanda en el mercado y que no la va a tener.

Invisible



Aquella que piensa que con ser bueno en el trabajo es suficiente, y no hace trabajo adecuado de difusión.

Académica



Muy de manual, meramente teórica, sin un desarrollo práctico adecuado.

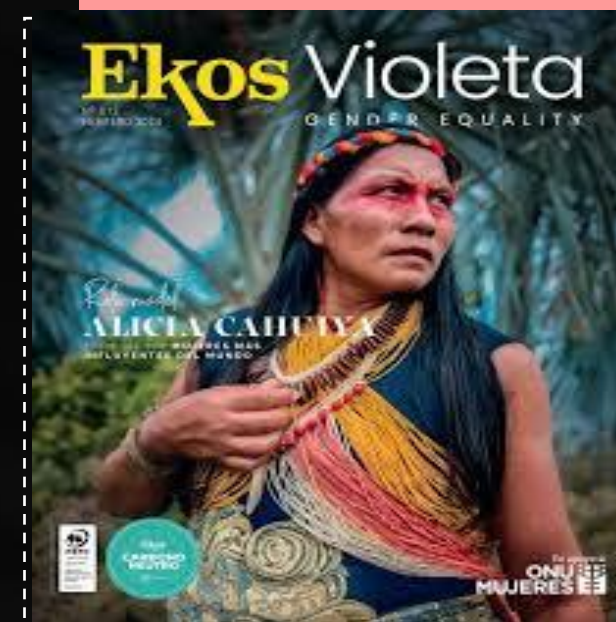
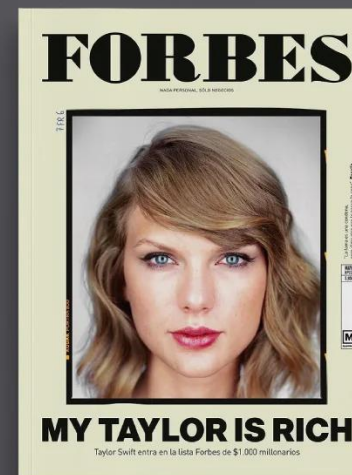
Nivel Dios



La que se cree mejor que todos los demás, y actúa en consecuencia.



TÚ ERES TU PROYECTO





TRES COSAS QUE IDENTIFICAN TU MARCA PERSONAL

- 3 PALABRAS CON LAS QUE TE IDENTIFIQUEN TUS CLIENTES
- ESTRATEGIA RELACIONAL
- ESTRATEGIA DIGITAL

OBJETIVOS DE LA MARCA PERSONAL



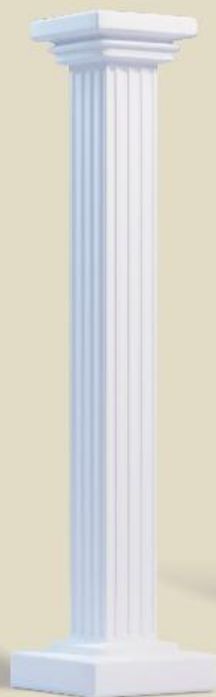
ENEMIGOS DE LA MARCA PERSONAL

- LA PROCRASTINACIÓN
- LA PRECIPITACIÓN
- LA IMPROVISACIÓN
- EL EGO
- MIRAR LO QUE HACEN
LOS DEMÁS

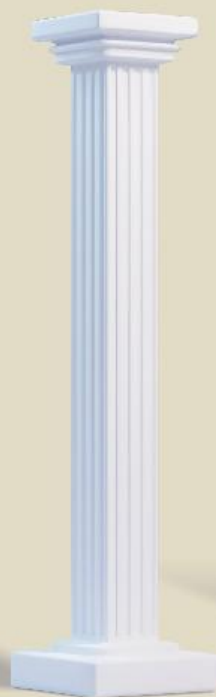




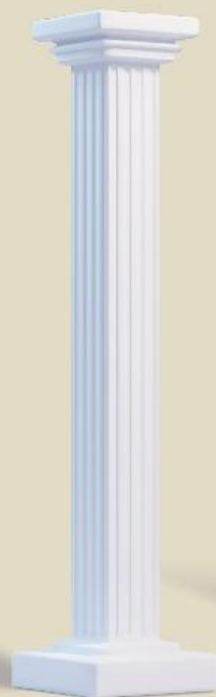
PILARES DE CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL



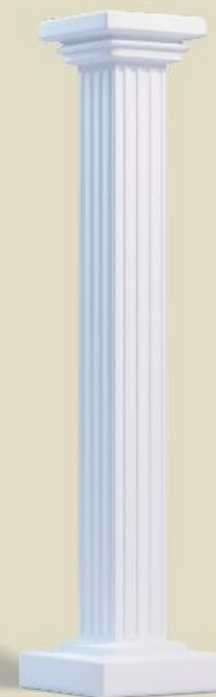
Tu talento



Tu fortaleza



Tu valor



Tu diferencia

PILARES DE CONSTRUCCIÓN DE MARCA PERSONAL



- EL ENTORNO
- ¿A QUÉ NOS DEDICAMOS?
- ¿QUIÉN SOY YO?
- ¿QUIÉN ES MI COMPETENCIA?
- ¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MERCADO?
- ¿CÓMO EVOLUCIONARÁ EL MERCADO?



LAS PALANCAS DE LA CONFIANZA

CARACTERÍSTICAS QUE SE PUEDEN UTILIZAR PARA GENERAR CONFIANZA

- **RESPONSABILIDAD**
- **COMPETENCIA**
- **CONSISTENCIA**
- **REFERENCIAS**
- **INTEGRIDAD**
- **TRANSPARENCIA**

COMO CREAR TU MARCA *Personal*



CÓMO CREARLA DEFINE

- ¿QUIÉN SOY?.....
AUTOCONOCIMIENTO
- ¿QUÉ QUIERO ?..... MI
OBJETIVO
- DAR VISIBILIDAD A TODO
ELLO.....DARME A
CONOCER



QUIÉN SOY?

LA VENTANA DE JOHARI

¿QUÉ QUIERO?

¿Qué quiero?

S Específico

M Medible

Técnica A Alcanzable

R Realista

T Tiempo determinado

Dando visibilidad...
¿Y cómo?

1- Corto alcance Relaciones personales directas (jefes, colegas trabajo...)

2- Medio alcance Conferencias, presentaciones, participar en la empresa...

1- Largo Alcance Posicionamiento global (internet, RRSS, artículos, networking, web, blog...)

(Andrés Pérez)

Y LO MÁS IMPORTANTE...
SACAR TIEMPO PARA MANTENER VIVA Y ACTIVA
NUESTRA MARCA PERSONAL



**PORQUE...
SI ERES UN MÁS...
TERMINARÁS SIENDO UNO MENOS**





GRACIAS

MARÍA ELENA MACHADO CISNEROS

M.MACHADO.CISNEROS@GMAIL.COM



0987006840

