

ebook

MARCA PERSONAL

"Descubre los beneficios
de potenciar tu nombre"

Crea tu Marca Personal

El objetivo de este Ebook es que te ayude a desarrollar tu Marca Personal y te sirva como guía para poder potenciarla de manera profesional y posicionarla ante tu público objetivo.

¿Qué es una Marca Personal?

Cuando se habla de Marca Personal, se hace referencia al "concepto de desarrollo personal desde la mirada de una marca, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, desarrollada y transmitida, con ánimo de diferenciarse y conseguir el mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales".

Desarrollar tu Marca Personal consiste en identificar y comunicar las características que te hacen sobresalir y que son relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante.

Para muchos autores:

- Una Marca Personal es la forma en que gestionas y comunicas tus auténticos valores, creencias, sentimientos, habilidades, pasiones y talento, los sentimientos que provocas y la forma en la que eres percibido.
- Una Marca Personal es aquello en lo que destacas y que los demás asocian contigo.
- Una Marca Personal termina siendo la idea que los demás tienen de ti, en definitiva es la huella que has dejado en su mente.

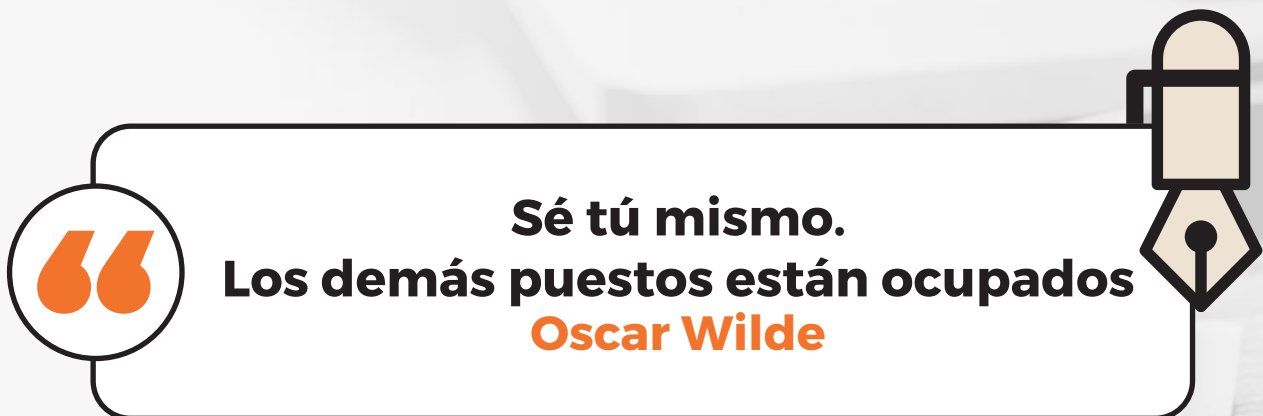


**La marca personal es lo que dicen de ti
cuando no estás presente**

Jeff Bezos

De alguna forma todos tenemos una marca. Nuestros nombres, reales o ficticios, son parte de nuestra identidad y no da también una imagen.

El branding es el proceso de construcción de una marca, mediante la gestión de todos los activos que la identifiquen y el self branding es la construcción de tu Marca Personal, la que te permitirá diferenciarte y posicionarte mediante la comunicación, networking con tu presencia y visibilidad propia.



La palabra “**self**” proviene del inglés y significa de sí mismo y “**branding**”, cuyo origen proviene del lenguaje nórdico antiguo brandr, que significaba quemar o marcar.

El Personal Branding es el proceso o construcción de una **Marca Personal** y tiene como propósito conseguir identificar aquello que te hace valioso/a, útil y fiable para que te perciban como la persona/ profesional con quién hay que estar o trabajar.



Los pioneros en la Marca Personal dicen que esta no se crea, diseña o inventa sino que se “desentierra”. Esto significa que para desarrollar una Marca Personal no hacen falta muchos recursos ni herramientas. Lo más importante es el autoanálisis, trabajo y persistencia.



Antes de crear y promocionar tu **Marca Personal** debes conocerte bien a ti mismo. **¿Por qué?** Porque si no conoces bien lo que eres capaz de hacer ni lo que realmente quieres conseguir en tu vida personal y profesional mucho menos sabrás como planificar tu estrategia de personal branding.



Recuerda que su construcción no es nada sencilla y aunque tengas en claro todos los conceptos que aprenderás en este ebook, nunca está de más, contar con el apoyo de profesionales con experiencia en estos temas. Sin duda alguna que ellos sabrán cómo ayudarte a manejar la situación que te hará evitar muchos errores iniciales.

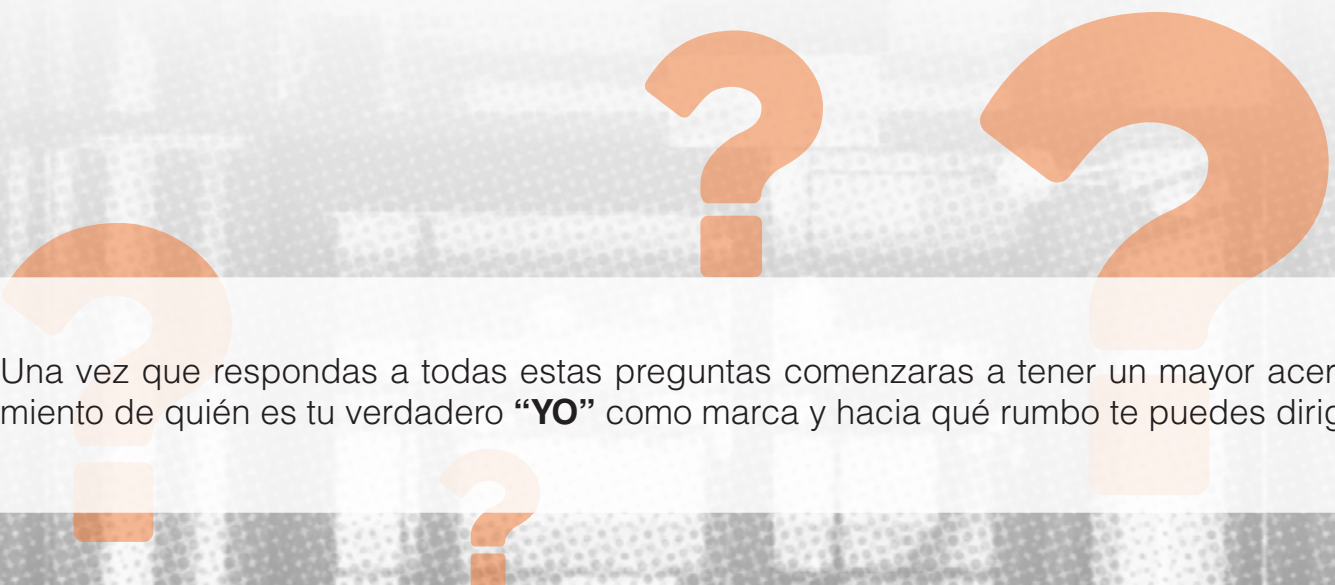


Qué preguntas debes hacerte para hacer de tu nombre una Marca Personal

Para empezar a trabajar en tu marca profesional te aconsejo que empieces a responder estas preguntas sencillas y analices sus respuestas:




- 1** ¿Estás verdaderamente comprometido al 100% a desarrollar tu Marca Personal?
- 2** ¿En qué te sientes muy bueno profesionalmente?
- 3** ¿Qué te diferencia del resto de los profesionales de tu categoría?
- 4** ¿Cuáles son tus verdaderas habilidades y destrezas en tu trabajo?
- 5** ¿Cuáles son las actividades que realizas que te hacen pasar el tiempo volando?
- 6** ¿Qué trabajo estarías dispuesto a hacer sin cobrar?
- 7** ¿Cuál sería tu trabajo soñado?
- 8** ¿Por qué vas a ser la mejor opción?
- 9** ¿Cuál es el medio en el que te sientes más a gusto?
- 10** ¿Estás preparado para ser reconocido por otros?



Una vez que respondas a todas estas preguntas comenzaras a tener un mayor acercamiento de quién es tu verdadero **“YO”** como marca y hacia qué rumbo te puedes dirigir.

Para desarrollar tu Marca Personal, es propicio que tomes consciencia y tengas una fuerte mirada desde tu interior. Recuerda que tu Marca Personal no está fuera, sino dentro de ti. Cuando nacemos lo hacemos como seres únicos y maravillosos, pero a medida que pasa el tiempo nos vamos alejando de nuestra esencia.



Por ese motivo, es necesario que asumas el control de los procesos que influyen en la forma en que los demás te perciben y gestiónalos estratégicamente a favor para que te ayude a conseguir tus objetivos. A continuación te detallo una guía para que tengas en cuenta a la hora de trabajar en tu marca.





Los 11 pasos

para que trabajes en la construcción
de tu Marca Personal

1. Define tu proyecto profesional

Es el primer paso y lo primero que te debes preguntar. Crea un listado con tus competencias para saber lo que puedes ofrecer y en qué estás más capacitado para destacar. ¿Qué puedes ofrecer? ¿Qué te hace útil y relevante? ¿Qué consigue tu paciente al seleccionarte? ¿Cómo se beneficia tu clínica o entorno con tus cualidades? No se trata de hacer una lista de características como si fuese un Curriculum Vitae sino de mencionar los beneficios (lo que otro puede conseguir si me elige). En resumen es como si estuvieras diseñándote como “producto” a la hora de venderte. Identifica aquello que te gusta y que puedas y sabes hacer y conviértelo en una contribución valiosa para los demás. Pero recuerda, actúa en todo momento como un humano, eres una marca sí pero ante todo una persona.



**La Marca eres TÚ. El producto
es lo que haces por los demás**

Andrés Pérez Ortega

2. Elabora un diagnóstico y la competencia

A partir de un análisis de situación puedes observar las diferentes opciones que tienes a tu alcance y diseñar tu estrategia personal o profesional. Analiza cuál es tu punto de partida, cuáles son tus fortalezas, tus debilidades, aquello de necesitas para alcanzar tus objetivos, piensa en los recursos que tienes, tus oportunidades y ponle un tiempo a todo. Si sigues de cerca y observas como actúan tus competidores podrás aprender que pasos debes dar y cuáles no.



**Una marca no es
lo que el consumidor piensa que es,
sino lo que cuenta a otros que es**
Scott Cook

3. Define el ámbito de tu posicionamiento.

¿En qué entorno quieres posicionarte? ¿En el empleo actual o buscas un ascenso? ¿Preferes una vida más tranquila o con más actividad y prestigio? ¿Te gustaría ser reconocido como un referente o experto en alguna especialidad? o ¿tal vez tener una carrera académica que te distinga? La construcción de cualquier marca, incluso la personal, tiene una curva de crecimiento y posicionamiento natural. Es necesario invertir tiempo en ella, pero una vez que está formada vas a agradecer haberte tomado el rato (y el trabajo) en un principio porque son muchas más sus ventajas por lo general que las complicaciones que pudieran ocurrir.

4. Crea la imagen visual de tu marca

Uno de nuestros errores más comunes es confundir el concepto de marca con el logotipo y un logotipo debería ser la marca hecha imagen. Detrás del logotipo de toda firma debe existir un arduo trabajo creativo ya que se trata de un mensaje abreviado que contiene los valores de una marca y necesita tener una composición que las personas identifiquen y asocien con la marca personal o clínica. Más adelante te mostraré algunos puntos importantes para que tengas en cuenta en su creación.

5. Generar un eslogan atractivo

El eslogan es una parte muy importante de la comunicación de la marca y debes trabajarlo detenidamente teniendo en cuenta que quieres transmitir a tu público objetivo. Es aconsejable que te reúnas con varios miembros de tu equipo para que lo trabajes dejando la frase que mejor te represente. Los slogans son una buena forma de presentarse en pocas palabras y hace que te vuelvas más memorable. Eso sí: tiene que ser creativo, breve y sobre todo, efectivo.

6. Date a conocer y comunica a todos los niveles

Este es el momento de llegar a tu público objetivo y puedes diseñar las distintas opciones: comparte contenido de utilidad y noticias de tus servicios, participa en grupos de discusión, y mantén relaciones personales directas. También realiza conferencias, charlas, presentaciones o cualquier forma de dirigirse a un grupo de personas tanto dentro de una clínica como fuera de ella. Por último la gran herramienta de visibilidad y lo que ha cambiado todo, pero no debes obsesionarte con ellas es Internet: blogs, redes sociales virtuales, vídeos, pero también son artículos en prensa, libros, aparición en medios. Su finalidad es posicionarte en tu sector, ser un referente y aparecer como tal en los buscadores y en los medios online.



**Tu marca personal es lo que aparece
en Google sobre ti cuando te buscas**

Alfredo Vela

7. Cuenta con un perfil profesional

Es fundamental estar presente en las redes sociales con un perfil profesional bien completo, así como contar con buenas fotografías personales y de la clínica. Son pocos los perfiles completos y agradables que se pueden ver en los distintos medios sociales digitales, pero ten presente que tus pacientes, sobre todo aquellos más ansiosos, estarán buscándote por ahí.

Ten presente que Internet y las redes sociales deben ser tu primera fuente de información y para un futuro paciente puede ser el primer contacto que tenga contigo o con tu consultorio, y en base a su impresión probablemente tome su decisión.

8. Marca la diferencia

Debes saber cómo la gente te está percibiendo especialmente tu público objetivo para que puedas hacer los ajustes necesarios basándote en tu autenticidad. Aunque cuando se habla de marca siempre suele aparecer el concepto de diferenciación, suele entenderse mal. No se trata de ser “raro” o extravagante sino de ser percibido como alguien que se distingue por hacer las cosas mejor. Ese es el elemento que marca la diferencia.

**“ Para ser irremplazable,
uno debe buscar siempre ser diferente
Coco Chanel**

9. Generación de confianza

La honestidad se da por sentada pero la confianza debe ser conquistada. Uno de los puntos más importantes si quieres crear una buena imagen de marca es generando transparencia y fiabilidad. Pregúntate: ¿Por qué tendrían que confiar en ti? ¿Cómo pruebas que lo que dices que haces es cierto? ¿Qué herramientas tienes para demostrar que puedes? ¿Cómo haces tangible lo intangible en tus servicios? ¿Cuentas con referencias? ¿Qué opinan tus pacientes de ti y tus servicios? ¿Dónde pueden ver los futuros pacientes esos testimonios?

**“ Un profesional se va transformando
en una marca cuando le transmite
un valor a su paciente en imágenes,
experiencias, percepciones,
sentimientos, episodios memorables
Cristian Kulzer**

10. Perfeccionate constantemente

Los referentes en cada área comparten un secreto: nunca dejan de aprender. Perfeccionarse es una gran manera no sólo de seguir creciendo profesionalmente, sino también de poder llevar una ventaja para posicionarse entre colegas.

11. Da siempre una buena impresión

La carta de presentación de una persona suele ser la primera impresión que damos en persona, pero tras la transformación digital es fundamental tener visibilidad online y que ayude a construir nuestra marca. A diferencia del uso más relajado que le damos a las redes para el día a día, una estrategia de marketing personal lleva un poco más de pensamiento sobre cómo queremos que nos perciban.

¿Qué características debería tener una buena Marca Personal?

Esta pregunta la podrás responder mejor si antes respondes estas 5 preguntas:

- 1 VISIBILIDAD:** ¿Tu red de contactos (o tus clientes) saben que estás ahí fuera?
- 2 SINGULARIDAD:** ¿Qué es lo que haces mejor que los demás? ¿Qué es lo que te convierte en la mejor opción disponible?
- 3 CREDIBILIDAD:** ¿La gente tiene una buena percepción acerca de ti? ¿Generas confianza? ¿Creen lo que dices?
- 4 VALOR Y RELEVANCIA:** ¿Cuáles son los beneficios de hacer negocios contigo? ¿Estos beneficios son relevantes?
- 5 CONEXIÓN EMOCIONAL:** ¿La gente siente una conexión emocional contigo o con los servicios que ofreces?



Consejos para pensar en un diseño para tu logotipo

El proceso de creación del logo de una marca personal es muy importante y debe reflejar como vimos anteriormente los valores de lo que se desea proyectar. Para lograr esa máxima eficacia en el diseño de logotipos, te recomiendo seguir los siguientes consejos:

Primero que nada, plantéate qué quieres transmitir con el logo. Un buen logotipo debe conectar la esencia de tu marca personal con lo que quieres que represente para tu público objetivo.

El logo debe reforzar la presencia de la marca, debe ser el “embajador” que te representa siempre y en todo lugar.

Dotar al logotipo de significados racionales es importante para conectar con tu gente. Para lograrlo, no basta con crear un logo “atractivo”. Es preciso que éste cuente con un tema y que pueda ser asociado con elementos racionales. Además, no se trata sólo de que el logotipo tenga un significado global en su conjunto, sino que lo tengan también cada una de las partes que lo conforman. Si no es así, la conexión con el consumidor será mucho más difícil.





Un buen logo no debe aburrir jamás al público. Su objetivo es captar la atención y no lo contrario. Porque lo que no se recuerda, se olvida. Un diseño de logotipo sencillo permite el reconocimiento fácil y permite que el logotipo sea versátil y memorable

La simplicidad suele ser clave en el diseño de logotipos para marcas. Cuanto más sencillo sea un logo, mejor conectará con el público objetivo de la marca. En cambio, un logotipo con un diseño demasiado “enrevesado” lo tendrá más difícil para conquistar al cliente, puesto que será menos memorable.

Considera los diferentes lugares y maneras en el que el logo se verá presentado. Por esta razón, un logo debe ser diseñado para asegurarse de que se puede escalar a cualquier tamaño (vectores). El logotipo debe trabajar en un solo color también como en blanco y negro.

Si eres especialista en odontopediatría, sería apropiado utilizar una fuente infantil y esquema de color. Esto no sería tan apropiado para si te dedicas a cirugía o implantes dentales.



**En tiempos de cambio,
quienes estén abiertos al aprendizaje
se adueñarán del futuro,
mientras que aquellos que creen saberlo todo
estarán bien equipados para un mundo
que ya no existe**

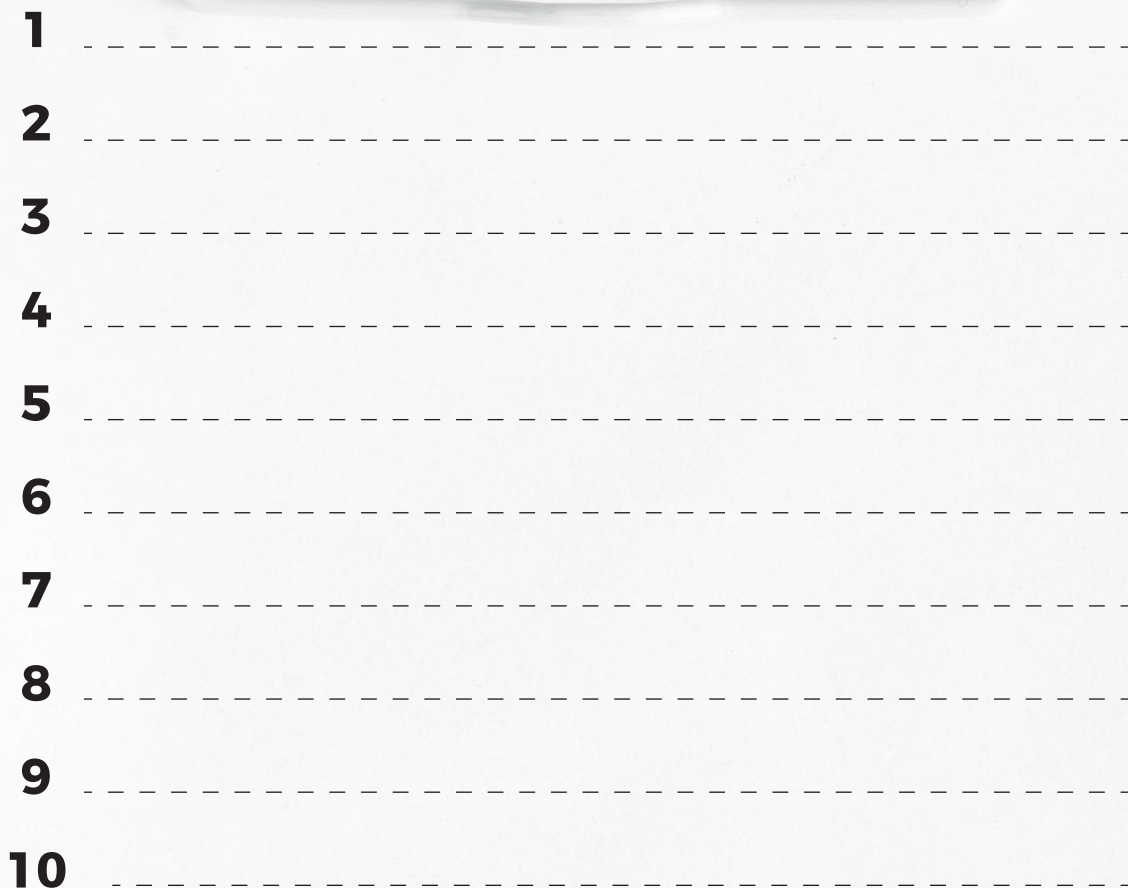
Eric Hoffer



3

Herramientas Prácticas para que tengas presente:

- 1 Arma un listado de obstáculos que hoy te impiden crecer
- 2 Desarrolla un FODA, y que otros conocidos hagan uno sobre ti
- 3 Realiza un lienzo personal / profesional de quién te gustaría ser



1 - - - - -

2 - - - - -

3 - - - - -

4 - - - - -

5 - - - - -

6 - - - - -

7 - - - - -

8 - - - - -

9 - - - - -

10 - - - - -



Análisis F.O.D.A.

Fortalezas

-
-
-
-
-

Debilidades

-
-
-
-
-

Oportunidades

-
-
-
-
-

Amenazas

-
-
-
-
-



Modelo Canvas





En Resumen

- 1** Trabaja intensamente para que puedas definir temas muy íntimos como tu pasión, tu propósito, tus objetivos y tus expectativas.
- 2** Describe en definitiva lo que ofreces a los demás.
- 3** Define a que público vas a satisfacer sus necesidades.
- 4** Especifica los valores que transmitirás a través de ella.
- 5** Define el nombre que tendrá tu Marca Personal (nombre + apellido o un nombre nuevo, o siglas).
- 6** Elabora una frase que te describa y se la pueda vincular a tu Marca Personal.
- 7** Limita a algunas palabras claves que te definan como marca.
- 8** Estudia tu imagen y qué tipo de comunicación buscas emplear.
- 9** Comprométete con el diseño de tu identidad visual como el logo, tipografía y colores.
- 10** Selecciona los canales donde estarás presente y visible

Final

Estos son los primeros pasos que considero más relevantes a la hora de empezar a trabajar en una Marca Personal pero ahora ha llegado el momento de elaborar o revisar la tuya.

¿Te han sido útiles mis consejos?

Casi me olvidaba: si ya cuentas con una Marca Personal recuerda que la misma es el resultado de un proceso creativo, y los procesos creativos no son lineales ni estáticos sino dinámicos, así que revisarla siempre trae beneficios y te da la posibilidad de crecer con nuevas propuestas.

Espero una vez más que este ebook haya podido contribuir de alguna manera al branding de tu Marca Personal, y no olvides de cuidarla siempre.

¡Nos vemos en las redes!

¡Empieza a crear hoy mismo tu Marca Personal!



Cristian Kulzer

Ayudo a odontólogo/as y a pequeños emprendedores del sector de la salud, a desarrollar mejoras en sus servicios haciendo sus negocios más sean más rentables de manera estratégica.



cristiankulzer.com.ar



cristiankulzer@gmail.com



[mktkulzer](https://www.facebook.com/mktkulzer)



[criskulzer](https://www.instagram.com/criskulzer)



[criskulzer](https://twitter.com/criskulzer)



[cristian kulzer](https://www.youtube.com/cristiankulzer)