

# #ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

**Semana 18. ¿CÓMO GENERAR OPORTUNIDADES MEDIANTE  
NUESTRA MARCA PERSONAL?**

**AUTORES:**

Andrés Pérez Ortega

Arturo de las Heras García

Santiago Hernández Hernández



## Semana 18:

# ¿CÓMO GENERAR OPORTUNIDADES MEDIANTE NUESTRA MARCA PERSONAL?

- [¿Cuánto tiempo he de dedicar a mi marca personal?](#)
- [¿Cómo crear oportunidades a través de nuestra marca personal?](#)
- [¿Qué hacer en caso de crisis en nuestra marca personal?](#)
- [Tareas](#)

## ¿CUÁNTO TIEMPO HE DE DEDICAR A MI MARCA PERSONAL?

Esta pregunta solamente la podemos responder nosotros mismos, puesto que somos quienes conocemos lo que queremos llegar a conseguir. No obstante, sí que **existe una regla válida para absolutamente todos los casos: la necesidad de continuidad.**



La fortaleza de nuestra Marca Personal se desmorona con el tiempo en caso de que no la trabajemos y, si no la mantenemos, se asume que estamos fuera de juego. Una estrategia de posicionamiento profesional no es algo que podamos hacer a ratos o comenzar con muchas ganas y abandonarla al cabo de un tiempo, sino que se trata de un proceso continuo. Sin un mantenimiento adecuado, nuestra reputación empieza a deteriorarse y a quedar desfasada.

Es por esto que necesitamos estar al tanto de las últimas tendencias de nuestra especialidad, reforzando los elementos en los que marcamos la diferencia y redefiniendo nuestro perfil profesional en función de las circunstancias del momento.

En ese sentido, se trata de un ciclo inacabable en el que debemos ampliar, redefinir o cambiar nuestro target acudiendo a otros sectores o áreas de negocio. Y, sobre todo, reciclándonos y aprendiendo siempre.

Un ejercicio que debemos realizar es revisar con frecuencia nuestra relevancia, nuestra autenticidad, los objetivos y la forma en que nuestros atributos son percibidos. Para lograr los mejores resultados, por supuesto habrá que mantener nuestros perfiles actualizados, construir nuestra red y mantener el contacto con las personas que forman parte de ella con la intención de ayudar, no solamente de ser ayudados.

En definitiva, no se trata de escoger un tiempo concreto para llevar a cabo nuestras acciones, sino que **cada profesional deberá encontrar su momento específico para realizar el trabajo** en las redes sociales y en el resto de canales que utilicemos para comunicarnos con nuestra red. De lo que sí podemos estar seguros es de que existe una curva de aprendizaje que nos llevará a poder hacer el trabajo en una cantidad de tiempo menor.

## ¿CÓMO CREAR OPORTUNIDADES A TRAVÉS DE NUESTRA MARCA PERSONAL?

La oportunidad no es algo que nos ocurra, que nos venga dado, sino que es algo que creamos mediante nuestras acciones y nuestro trabajo diario. Todo lo que hemos compartido hasta el momento es inútil a menos que sigamos actuando. Si no mejoramos, es que estamos estancándonos o empeorando. Si no hacemos nada para salir del estado A, en algún tiempo seguiremos en A o estaremos todavía peor en comparación con el resto, que habrá seguido trabajando nuestra marca.

**El mayor error que podemos cometer en relación con nuestra marca personal es no trabajarla.**

Hemos de estar preparados para asumir errores en la gestión mediante el establecimiento de un plan de contingencia, puesto que las únicas personas que no cometen errores son aquellas que jamás hacen nada, que ya hemos visto que es contraproducente. En el mundo de hoy, en el que impera el boca a boca digital, no podemos permitirnos seguir la estrategia del avestruz, pensando que si nosotros no decimos nada no va a haber contenido nuestro en la red.

.../...

.../...

No esperemos a que ese ansiado ascenso se nos haya escapado, a ser despedido o a querer cambiar de trabajo para empezar a trabajar las cosas. Es necesario ponerse en marcha cuanto antes para aprender y mejorar. De otro modo solo estaremos elucubrando con ideas e imaginación.

Si estamos en ese camino de mejora continua, lo más probable es que nos encontremos de repente frente a lo que estamos buscando. No es casualidad que los que tienen éxito estén donde hay acción, sino que normalmente es sinónimo de que la acción la han creado ellos y están en el centro del huracán.

### **Un proyecto no se “hace” o se “diseña” sino que es una suma de acciones planificadas.**

Lo único que se puede hacer es ejecutar una acción relacionada con ese proyecto y que nos ayude a cumplir nuestros objetivos. Una acción debe ser una actividad física, visible, concreta y esas acciones requieren tiempo.

A menudo las cosas más simples nos bloquean porque aún no hemos tomado una decisión acerca de la acción siguiente, porque no hay un plan de seguimiento. Si no se llega a una conclusión clara sobre cuál debe ser la acción siguiente, en la mayoría de los casos habrá muchos temas que quedarán en el aire y morirán en el mundo de las ideas.

Preguntar por la acción fuerza la solución del problema. Preguntar “¿cuál es la acción siguiente?” presupone que existe una posibilidad de que las cosas cambien y de que se puede hacer algo para que eso ocurra, lo que inmediatamente otorga una visión positiva. Cuando comencemos a hacer que sucedan cosas, realmente empezaremos a creer que podemos hacer que esas cosas ocurran. Es tan simple es lo que hace que las cosas sucedan.

**No podemos definir realmente la acción correcta si no tenemos claro qué resultado** queremos obtener y su resultado estará desconectado de la realidad si no pensamos primero cuál es la acción física que se requiere realizar para lograrlo. Es por eso que **no debemos improvisar y pensar que la oportunidad nos va a acabar llegando, sino que debemos tratar de encontrarla:** contacta, comunica, consulta; en definitiva, busca las oportunidades.

.../...

.../...

La única solución es empezar hoy, empezar ahora mismo y cumplir con el compromiso que adquiramos con nosotros mismos. Tomemos la resolución de llevar a cabo, cada día, por lo menos una parte específica de una meta mayor y no dejar de hacerlo ningún día, pues esos puntos de control, esas metas más pequeñas, nos acercarán a lograr los objetivos más ambiciosos que nos hayamos marcado.

## ¿QUÉ HACER EN CASO DE CRISIS DE NUESTRA MARCA PERSONAL?

Tradicionalmente, en caso de que cometiéramos errores que afectaran a nuestra reputación, estos errores no trascendían de nuestro ámbito más reducido. En ese caso, para solucionar ese problema, teníamos tres posibilidades:

- Esperar a que pasara el tiempo y que se olvidara el error.
- Cambiar de sector o de entorno empresarial o geográfico.
- Hacer bien nuestro trabajo hasta conseguir “rehabilitarnos” profesionalmente.

Hoy en día, el panorama ha cambiado radicalmente, puesto que ninguna de las acciones es totalmente válida:

**Los errores ya no se olvidan sin más**, sino que pueden permanecer en la red hasta que otro contenido se posicione por encima.

**El mundo se ha hecho pequeño.** Ya no podemos cambiar de ámbito geográfico, puesto que la reputación digital no tiene fronteras.

**No basta con hacer bien nuestro trabajo**, sino que debemos saber comunicarlo.

Esta situación no es tan negativa como en principio pudiera parecernos, ya que gracias a estas características de internet también podemos disponer de unas oportunidades de contacto y de generación de reputación positiva que hace unos años eran impensables. Es decir, **internet no deja de ser un altavoz, tanto para lo positivo como para lo negativo.**



Lo que debemos realizar en caso de crisis es, aparte de por supuesto solucionar los problemas que la hayan ocasionado, seguir el siguiente patrón: para, respira, piensa y actúa. Es decir, no nos precipitemos pero actuemos, comuniquemos las soluciones que se hayan implantado y volvamos a generar un clima de confianza positivo, redoblando los esfuerzos en las tareas comunicativas.

Además, deberemos utilizar herramientas de escucha activa digital, como Google Alerts o Klout, para comprobar que la crisis verdaderamente se ha terminado y observar en todo momento qué se está diciendo de nosotros en la red, puesto que el primer paso para solucionar una crisis pasa por su detección. La pronta detección de una crisis va a afectar sin duda a su correcta solución y, sobre todo, va a evitar que se expanda entre nuestros distintos públicos de interés.

## TAREAS (fichas de trabajo)

Concepto	Preguntas
<b>Análisis</b>	<p>¿Con qué palabras te describen quienes te conocen? (Pide a tus colegas que te definan con 1-3 palabras)</p> <p>.....</p>
<b>Motivación</b>	<p>¿Qué te hace ponerte en marcha? (Identifica las razones que te empujan para sacar adelante tu proyecto profesional)</p> <p>.....</p>
.../...	

Concepto	Preguntas
.../...	
<b>Propósito</b>	¿Cuál es tu objetivo profesional y cuándo deseas conseguirlo? (Intenta ser lo más específico y claro posible) .....
<b>Misión</b>	¿A qué te quieres dedicar? (Expresa concreta y brevemente a qué te vas a dedicar profesionalmente) .....
<b>Visión</b>	¿Cómo describes tu futuro profesional ideal? (Expresa brevemente como sería tu situación profesional si todo sale como quieres) .....
<b>Objetivo</b>	¿Cómo quieres que piensen en ti profesionalmente? (Completa la frase "Dentro de X años seré el profesional de referencia en .....") .....
<b>Personalidad</b>	¿Qué palabras te definen? (Escoge las 2-3 palabras que crees que te definen mejor profesionalmente) .....
<b>Creencias</b>	¿Qué creencias frenan tu proyecto? (Identifica las razones que te frenan para sacar adelante tu proyecto profesional) .....
<b>Valores</b>	¿Cuáles son tus prioridades? (Elige las 2-3 cosas más importantes en tu proyecto profesional) .....
<b>Producto</b>	¿Cómo se llama tu profesión? (Dime cuál es tu profesión) .....
<b>Necesidades</b>	¿Qué necesidad satisfaces? (Dime por qué es relevante lo que haces) .....
<b>Cualidades</b>	¿Cuáles son tus cualidades? (Dime cuáles son tus 4-5 cualidades profesionales que te hacen destacar) .....
<b>Valor</b>	¿Qué resultados produces? (Dime qué resultados obtienen quienes trabajan contigo) .....
	.../...

Concepto	Preguntas
.../...	
<b>Diferenciación</b>	<p>¿Cuál es la diferencia entre lo que ofreces y lo que ofrecen otros profesionales?</p> <p>(Descubre lo que hace que tu oferta profesional sobresalga sobre otras similares)</p> <p>.....</p>
<b>Especialización</b>	<p>¿En qué eres especialista?</p> <p>(Escoge el área profesional en el que vas a especializarte)</p> <p>.....</p>
<b>Confianza</b>	<p>¿Cómo generas confianza?</p> <p>(Piensa en todas las formas posibles de ganarte la credibilidad como profesional)</p> <p>.....</p>
<b>Sintonía</b>	<p>¿Cómo generas sintonía?</p> <p>(Piensa en todas las formas posibles de ganarte la credibilidad como profesional)</p> <p>.....</p>
<b>Posicionamiento</b>	<p>¿Cómo quieres que te definan?</p> <p>(Piensa en todas las formas posibles de establecer un vínculo emocional con quienes te relacionas profesionalmente)</p> <p>.....</p>
<b>Mercado</b>	<p>¿Quiénes interaccionan con tu proyecto?</p> <p>(Piensa en todas las personas u organizaciones que afectan a tu proyecto profesional)</p> <p>.....</p>
<b>Auto-presentación</b>	<p>¿Cómo te presentas?</p> <p>(Describe en treinta segundos cómo te presentas profesionalmente)</p> <p>.....</p>
<b>Marketing</b>	<p>¿Cómo muestras lo que vales?</p> <p>(Escoge los canales de comunicación más adecuados para dar a conocer tu trabajo)</p> <p>.....</p>
<b>Networking</b>	<p>¿Cómo desarrollas tu red de contactos?</p> <p>(Piensa de qué modo podrías establecer contacto cara a cara con quienes quieres conocer)</p> <p>.....</p>
<b>Conferencias</b>	<p>¿Sobre qué tema puedes dar una conferencia?</p> <p>(Elige 2-3 títulos que pondrías a tus ponencias si tuvieses que hablar en público)</p> <p>.....</p>
<b>Internet</b>	<p>¿Qué dice la red sobre ti?</p> <p>(Descubre lo que aparece en internet sobre ti y sobre tu trabajo)</p> <p>.....</p>
.../...	



Concepto	Preguntas
...	...
<b>Blog</b>	<p>¿De qué trata tu blog o tu Twitter? (Elige el tema del que vas a hablar en tu blog o en tu cuenta de Twitter)</p> <p>.....</p>
<b>Redes sociales</b>	<p>¿Qué redes sociales eliges? (Escoge las redes sociales que consideras más adecuadas para dar a conocer lo que haces)</p> <p>.....</p>
<b>Prensa</b>	<p>¿Cómo te presentas a los medios de comunicación? (Piensa de qué modo podrías llamar la atención de un periodista sobre tu trabajo)</p> <p>.....</p>
<b>Imagen</b>	<p>¿Qué imagen o metáfora puede representar lo que haces? (Deja volar tu imaginación y encuentra una metáfora que pueda describir lo que haces)</p> <p>.....</p>