Todos tenemos un talento profesional que nos diferencia de los demás, pero ¿de qué te sirve si nadie sabe que existe? Es la hora de potenciar tu "Yo S.L."

the COSMO effect

"AND THE WINNER IS... ME!"

PON EN MARCHA TU *Marca personal* (Y AUMENTA TU VALOR PROFESIONAL)

Ser único y, sobre todo, inolvidable. Una aspiración que tenemos en la mayoría de las áreas de nuestra vida, pero que ahora resulta imprescindible en el campo laboral. Crisis, escasez de ofertas y extrema competitividad nos obligan a agudizar el ingenio (ya sea para encontrar trabajo, para cambiar o para ascender en la empresa), y dejar así una huella imborrable. ¿El objetivo? Ser elegida. ¿La buena noticia? Todos poseemos una cualidad única que nos diferencia del resto. Solo hay que encontrarla, trabajarla (aprovecha este mes vacacional) y potenciarla. Te explicamos cómo conseguirlo.

¿Qué es la marca personal?

Nadie mejor que Andrés Pérez Ortega, referente nacional de este concepto, CEO de www.marcapropia.net y autor de libros como *Marca Personal* y *Te van a oír* (Alienta), para explicárnoslo. "El branding personal es la capacidad de influir positivamente en quienes te rodean. Una marca es una huella, algo que dejamos en los demás; una forma de transmitir nuestros valores y, por supuesto, nuestro valor", dice Andrés. "Si estás a punto de terminar la carrera, van a hacer un ERE a tu empresa, buscas trabajo, cambiar de sector… debes preguntarte: **¿en qué soy distinto al resto de los profesionales?, ¿qué puedo hacer mejor que ellos?".** Porque de lo que se trata es de que te elijan a ti, y no a otro. Encontrar y sacar partido a ese punto diferenciador lleva su tiempo y su esfuerzo, pero no es difícil; menos ahora con el mundo 2.0 y sus infinitas posibilidades a tu alcance. Debes tener en cuenta lo siguiente.

• NO INVENTES, SOLO PIENSA Crear una marca personal no significa que tengas que inventarte algo nuevo que no exista en el mercado, sino descubrir aquello que te da un plus, en lo que eres relevante, especialmente buena. Para ello, tómate tu tiempo, piensa, y realiza un DAFO (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades). **Estudiarse es el primer paso pero sé realista con la realidad circundante.** Un ejemplo gráfico: un vendedor de faxes, por muy talentoso que sea, difícilmente va encontrar trabajo con ese producto. Lo que sí puede hacer es reinventarse y, sabiéndose excepcional vendedor, orientar su talento a la venta de impresoras 3D.

LO QUE HAY QUE TENER

1 OBJETIVOS: Ten claro a dónde quieres llegar, y de qué manera. Sin un objetivo claro, solo generarás ruido y confundirás. Enfócate.

2 PROFESIONALIDAD: Demuestra que eres la persona adecuada trabajando tu marca con la misma profesionalidad que se esperaría de ti en un puesto en una empresa.

3 ESTILO: Descubre tu propia manera de contar las cosas y de comunicarte. Puedes inspirarte en la manera de hacer de otros, pero nunca copiar. Debes ser auténtica.

4 CONFIANZA: En ti misma y en tu producto. Pero también tienes que generarla entre tus seguidores o potenciales clientes. Que sepan lo que pueden esperar de ti, sin sorpresas desagradables.

5 MARKETING: Implementa en tu vida aquellas cosas que usan los especialistas en marketing para convencer. Haz *networking*, busca *influencers* que hablen de ti...

• POSICIÓNATE "Una de las partes que resulta más difícil es tener claro cómo quieres posicionar tu marca personal", explica nuestro experto. "Decidir de qué modo quieres que te consideren como referente en un futuro. Puede serte de ayuda completar esta frase: 'Dentro de X años seré el profesional de referencia en…'. Piensa en ti mismo como si fueras una empresa; si esta no sabe de qué modo quiere posicionarse acabará despistada y comida por otras. Pues con las personas ocurre lo mismo". Es decir, **debes tener muy claro lo que deseas para tomar todas las medidas que sean necesarias para conseguirlo. Por supuesto, cuanto más te apasione tu objetivo, más fácil te será alcanzarlo.**

• OFRECE "Si quieres que te contraten tendrás que demostrar que puedes generar valor; para que alguien haga algo por ti, te remunere o te reconozca tu trabajo debes dar algo a cambio. Es el otro lado del espejo. Para alcanzar tu meta, hay que encontrar la simetría entre lo que quieres y lo que ofreces". Es lo que Andrés Pérez llama "producto" (siguiendo la comparativa con la empresa) u "oferta profesional". "No es un título ni un cargo en una tarjeta, es algo que se llevan quienes se relacionan contigo y de los que esperas recibir algo", explica.

> ***"Se trata de aprender a vender lo que haces, en lo que eres buena, para no tener que venderte tú"***

• SÉ AUTÉNTICA Puedes intentar vender humo, pero al final somos el reflejo de nuestros valores y conocimientos internos, y eso sale a la luz. La marca personal no es solo una cuestión de imagen, sino de autenticidad. ¿Más claro? El consejo de Andrés Pérez: **"Si quieres dejar huella te recomiendo que centres tus esfuerzos en hacer algo que merezca la pena, trabajar para mejorar día a día y demostrar que eres capaz de hacerlo bien.** La manzana de Apple o el logo de Chanel son importantes porque tras ellos hay buenos productos, auténticos. Eso es lo que les distingue, y no al revés".

• REVÍSATE Al igual que una empresa competitiva, que debe revisarse y analizarse continuamente en un mercado cambiante, tú también debes actualizar periódicamente tu marca personal. Nunca dejes de preguntarte las cuestiones iniciales (¿quién soy y qué sé hacer?, ¿qué ofrezco y para qué?, ¿cómo demuestro mi talento?..), y suma preguntas nuevas: ¿me está funcionando?, ¿ha cambiado el mercado?, ¿qué competencia nueva tengo? y también ¿qué nuevas habilidades debo aprender?..

¿Qué beneficios te aporta?

Incontables, y todos tienen que ver con algo muy importante: la propia gestión de lo que eres y de la imagen que proyectas. Aquí no hay jefe ni empresa que decida quién eres y hasta dónde puedes llegar, ¡o que se apropie de tus logros! Depende absolutamente de ti. Liberador, ¿verdad? Más beneficios...

• CONTROLAS TU REPUTACIÓN

Aunque muchas veces no seas consciente, los demás tienen una imagen o representación mental de quién eres, lo que influye directamente en tu reputación. Esta puede ser buena o mala, hacerte justicia... o no. **Trabajar tu marca personal significa que tú tomas el control de cómo quieres que los demás te vean.** Aunque no podrás cambiar algunos filtros individuales, tampoco estará a disposición de otros. Y recuerda: debes trabajarla desde la calidad y la autenticidad.

• NO DEPENDES DE LA SUERTE

O, lo que es lo mismo: controlarás tu carrera. Si asumes tu vida como un proyecto que tú lideras, ésta no dependerá tanto de factores externos o de la mal llamada buena o mala suerte, sino de tu planificación. **Estarás más segura de ti misma, lo cual te dará fuerza para afrontar situaciones difíciles,** dudando menos de tus capacidades y posibilidades.

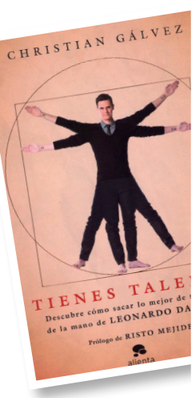
• AUMENTAS TU VALOR

Como explica nuestro experto, "trabajar tu marca personal te diferencia y aumenta tu valor; te posiciona como especialista, lo cual añade una percepción de valor a lo que "vendes". Destacas en el mercado y te vuelve más competitiva. Porque la marca personal no solo sirve para *freelances* o personas que buscan trabajo. Aunque estés muy a gusto en tu empresa y no quieras irte, generando tu propia marca también aportas un valor extra a dicha empresa que, si es inteligente, sabrá valorar. Tener a un referente entre sus filas es un orgullo. Y tus posibilidades de ascender en la misma aumentan.

• MEJORAS COMO PERSONA

"Identificar nuestro valor como ser humano nos motivará para ser la mejor versión de nosotros mismos, corrigiendo y mejorando aquello que haga falta", explica Andrés Pérez. Además, ser la mejor no sólo te beneficia a ti, sino a las personas de tus circulos más cercanos (recuerda que marca personal es dejar huella) y a los más lejanos, que pueden beneficiarse de tu *expertise.*

Aprende... de Leonardo Da Vinci



• TIENES TALENTO

Aunque el concepto de *personal branding* se popularizó en 1997 con Tom Peters, hay personas, como el gran maestro italiano, que siempre supieron sacarle partido. En *Tienes talento* (Alienta), Christian Gálvez te enseña –de un modo tan práctico como inspirador– a explotar tu talento utilizando como referente a Leonardo Da Vinci. Su CV (sí, ¡tenía!) es sencillamente genial. Su modelo de gestión del cambio también es muy interesante.

FÓRMULA: COHERENCIA = CREDIBILIDAD

1 DI siempre la verdad. No comuniques cosas que no eres.

2 PRUÉBALA con hechos. Demuestra tu autenticidad.

3 ESCUCHA a tus clientes, a tu audiencia. Ellos guiarán tu camino; toma nota de su *feedback.*

4 GESTIONA el presente pero siempre pensando en el futuro.

5 COMUNICA porque contar, transmitir, compartir información... son la base de todo.

6 SIGUE EL ESLOGAN de Arthur Page: "hacerlo bien y hacerlo saber".

¿Cómo consigo mi Marca Personal?

• TRABAJANDO EL ONE TO ONE

Una grandísima parte de tu *marketing* personal tiene que ver con el *one to one,* pues cómo hablas y vistes, tu forma de tratar a los demás, cómo interactúas, qué ofreces, etc. siempre hablará de ti y dejará huella (recuerda, para bien o para mal). Así que el primer paso, dando por supuesto que -insisto- partimos de la autenticidad y que ofrecemos un "producto" de calidad, es...

• Cuidar tu imagen. El físico es esencial a la hora de crear una identidad. Puede sonar superficial, pero no lo es. Es lo primero que ven de ti. Tiene que estar acorde con lo que "vendas".

> *"Aprovecha las redes sociales e Internet para aumentar tu visibilidad, a coste cero"*

• Aumentar tu carisma. Porque conseguir tu objetivo profesional, además de por tus conocimientos (no hay nada peor que te tachen de ser un *bluff),* depende también de tus habilidades sociales. O lo que es lo mismo, saber ganarse el afecto de los demás. Para ello debes cuidar tu comportamiento y comunicación tanto verbal como no verbal: cumple tus promesas, sonríe, sé amable, escucha, no des consejos ni charlas desde una posición de superioridad, sé tolerante... En definitiva, **trata a los demás como te gusta que te traten a ti, porque no se acordarán de ti por lo que hiciste o dijiste, sino por cómo les hiciste sentir.**

• GESTIONANDO TU VISIBILIDAD ONLINE El gran potenciador de tu *marketing* personal es Internet. No tiene sentido limitarse al círculo personal más cercano teniendo, casi a coste cero, todo un mundo al que poder gritar –o comunicar– lo buena profesional que eres. Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Blog... Pero antes de lanzarte a la piscina con estas herramientas, recuerda este consejo de Andrés Pérez: "lo importante no es tener un millón de seguidores o amigos en las Redes, sino tener algo útil que ofrecer; que elijan tu contenido porque les encante". Yo añadiría, y que te dure en el tiempo. De nada sirve estar rápidamente en la cresta de la ola para luego caer y desaparecer. ¿Pasos a seguir?

• Estudia el mercado. Analiza los competidores que hay en la Red, y aprende tanto de los errores como de los aciertos de otros. No se trata de copiar (es lo más fácil de detectar y los internautas no perdonan), sino de estudiar tus posibilidades.

• Elige tu altavoz. Como explica Andrés en *Te van a oír* (Alienta), cada red social tiene su propia utilidad y mecanismo dentro de la marca propia. Tienes que encontrar tu propia vía y las herramientas se adaptan mejor a ti y tu objetivo.

• Antes de escribir... Escucha y aprende. Y luego, piensa lo que vas a contar. Hay tres preguntas que pueden ayudarte a saber si vas a dar el paso correcto: ¿qué aporto de valor?, ¿esto que escriba potenciará mi imagen de marca?, ¿es oportuno hacerlo? Intenta escribir siempre desde una óptica positiva, y recuerda seguir el código ético de Internet (puede merecer la pena que des algún curso sobre Redes Sociales y Social Media).

• Practica el *networking.* Tienes que construirte una buena red de contactos, sólida, que te ayude cuando lo necesites pero a los que previamente tú has ayudado. Para tener éxito en *networking* hay que ser generoso. Ofrece tus conocimientos... y sí, gratis. Tienes que dar sin esperar recibir nada a cambio. Ya sabes que el que siembra recoge... Ofrece desde la autenticidad, desde tus ganas de colaborar con tu conocimiento. Comparte.

• Sé proactiva. Si abres un perfil en una Red, o creas un blog, tienes que cuidarlo y alimentarlo. Constantemente.

• Trabaja tu visibilidad. Consigue que sea fácil encontrarte cuando alguien googlee tu nombre, y lo que es más interesante, cuando alguien googlee tu profesión.

• Busca tu audiencia. Intenta que tus mensajes lleguen a muchas personas que se adecuan a tu público objetivo.

• Posiciónate. Absolutamente ligado con la calidad de lo que ofreces, busca tu lugar en el mercado y mejora lo presente.

• Cuida tu reputación. Que quienes lleguen hasta ti se lleven una opinión positiva; al igual que en el *one to one,* en la Red también provocamos sentimientos, y te recordarán por ello.

• Ten paciencia. Generar una buena marca personal lleva su tiempo, por lo que debes ser constante y ser paciente con los resultados. Tómatelo como un trabajo, porque lo es, pero también con pasión. Estás currando por y para ti, para construirte un presente y un futuro mejor. ¡Merece la pena! ■

activa TU futuro COSMOPOLITAN womenalia

Si quieres emprender, aquí puedes

Como sabes, *Cosmopolitan* y Womenalia ofrecen la posibilidad de convertir el sueño empresarial, o las ganas de dar un nuevo impulso a la carrera de las mujeres españolas, en una realidad. Muchas lo han hecho ya, como Lola Hernández y su proyecto quieretebien.com, Victoria Scarpato y su idea de negocio Freelances Market Research Association o Laura Capdevilla y The Key Cook, Sandra Migueles y su Recetas a Mi... Sigue el proceso en ***womenalia.com/activa-tu-futuro*** ¡y mucha suerte a todas!

+ info...

• TE VAN A OÍR
Con este libro de Andrés Pérez Ortega (Alienta) aprenderás a construir tu plataforma digital.

TEXTO: RAQUEL ROCA, CON INFORMACIÓN DE REINVENTATUNEGOCIO.COM (MYRIAM RIUS)
FOTOS: CHRISTOPHER MORRIS