
TU PLAN DE MARKETING PERSONAL

Nuestra vida está conformada por las elecciones que hacemos más que por las circunstancias que nos rodean.

Para disfrutar de oportunidades, en la que poder elegir, hay que gestionarse a sí mismo como si fuera una empresa y depende fundamentalmente de nosotros mismos, de nuestro Yo Sociedad Anónima.

Las **preguntas para empezar** a pensar en cómo desarrollar o fortalecer nuestra marca personal serían:

¿Cuál es la **misión** de Yo S.A.? ¿Y su **visión**?

¿Cuáles son las características personales que me hacen diferente, especial y valioso? ¿Lo puedo enunciar en pocas palabras?

¿Qué atributos creo tener, pero que no son reconocidos por mi entorno?

¿Cuáles de mis atributos son los más reconocidos por el mercado al que me dirijo?

¿Mi CV es estático o es una herramienta de marketing que demuestra mis logros, tareas y funciones?

¿Estoy dentro de alguna de las redes sociales? ¿Colaboro en publicaciones o participo de mesas redondas para establecer a Yo S. A. como experta en su área?

Gestiona tu vida de forma singular: define **qué quieres** conseguir, sé **proactivo**, cultiva tu propia **motivación**, da un **significado a tu trabajo** y ten una **actitud mental positiva**.

Debemos ser conscientes de que **nuestra mejor empresa es nuestra propia vida**. Este es nuestro más preciado tesoro y estamos obligados a capitalizarlo a base de invertir en el enriquecimiento de nuestra aptitud y en la educación esmerada de nuestra actitud

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PROFESIONAL Y REPUTACIÓN PERSONAL

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.

El término **branding** tiene su origen en **marcaje de las reses** de las ganaderías para identificarlas.

Una marca es una huella, una señal, es **lo que queda cuando ya no estamos presentes**.

Por lo tanto la Marca no es un concepto moderno u originado por el marketing. Es simplemente la **forma de identificar una imagen**, un símbolo o incluso **una persona con algo valioso, fiable y deseable**.

El poder de la Marca está relacionado con la **capacidad de influir** no de ejercer la fuerza. Las Marcas Personales más poderosas son aquellas que quedan en los caminos poco transitados, por eso descubrir y desarrollar una Marca Personal requiere tiempo, esfuerzo, paciencia y método.

Por lo tanto, el **Personal Branding** o **Marca Personal** es la gestión adecuada y consciente de las percepciones, los recuerdos y las expectativas que queremos generar en los demás.

Dicho esto, tu mismo podrás sacar las conclusiones correspondientes.

MIEDO A BRILLAR

En el mundo de la marca personal, hay que perder el **miedo a brillar**, el miedo a exponerse, el miedo a que incluso, nos critiquen, y rechacen...

Esto se da mucho al hablar en público. Y todos, en alguna u otra forma debemos enfrentarnos a esto.

Recupero un mail que nos envió nuestro profesor de Oratoria, Miguel Angel Romero. IMPERDIBLE.

Habla de qué es lo que pasa cuando alguien se va a enfrentar a una conferencia (en este caso era yo mismo en Ya.com)

Querido amigo, gracias por tu amable carta. La descripción que haces de síntomas, es típica del miedo. Cada emoción tiene asociado un programa automatizado de respuesta. La secuencia es más o menos así:

1.

...hay un estímulo externo: presentación en Ya.com

2.

Hago mi mapa interno: elimino, distorsiono y generalizo. El resultado es un mapa completito.

3.

El bibliotecario de mi **archivo de mapas** -Sr. Don **Hipotálamo**-, consulta en su base de datos para ver si ese mapa ya estaba, se parece a otros...

4.

Ha encontrado uno -tal vez uno un poco antiguo-, puede que de color sepia, o gris o... , posiblemente con versión original con subtítulos en versión libre, traducido por un paranoico disléxico... (intenta detectar qué mapa encontró)

5.

Le pasa un mail a un colega de otra universidad cerebral -Sra. Doña **Amígdala**-, que es la bibiotecaria de **emociones ya vividas**. Ésta le contesta que sí, que le suena el mapa en cuestión. Que era un mapa del planeta MIEDO.

6.

En función de lo "bueno" que sea el mapa del planeta en cuestión -hay una galaxia-, Doña Amígdala le responde el mail, diciéndole que ese mapa, es muy potente, que ella sabe de esto un montón, que no se fíe de los JASP (jóvenes aunque sobradamente preparados) colegas del Instituto **NEOCORTEX**, que son unos listos, pero que de las emociones pasadas ella es la que sabe.

7.

Los servicios secretos, interceptan este mail, y detectando amenaza potencial para el sistema, deciden intervenir y encargan al Agente Secreto Campo, **HipoCampo**, que es el que controla los Servicios Generales **Automatizados**, para que ponga en marcha el protocolo interno secreto MDC 2.0 3D (Miedo de Cojones versión 2, con 3 dimensiones). Estos protocolos nos preparan para una acción determinada. El MDC1.0 nos prepara para el **ataque** (respiración acelerada, sangre a los músculos cortos, aumento del ritmo cardíaco, retirada de sangre del cerebro), el 2.0 para **huir** (respiración acelerada, sangre a los músculos largos, sudoración en la palma de las manos, sequeda en la boca, estómago tenso, aumento del ritmo cardíaco, retirada de sangre del cerebro), y el 3.0 para quedarnos **paralizados** (respiración lenta y entrecortada, ritmo cardíaco extremadamente lento, palidez en la cara, agudeza auditiva)

8.

Por sorpresa, te ves envuelto en la operativa del MDC 2.0, no sabes qué pasa, no lo entiendes y no te sirve de nada las amables recomendaciones del Instituto NEOCORTEX (recuerda que son los listos gafotas del cerebro, "somos el cerebro más desarrollado, haznos caso a nosotros"). Ha habido un golpe de estado de los servicios secretos, un raptó emocional. Piden que huyas de la presentación o te lo harán pasar mal. No contactes con la policía y todo eso...

9.

Afortunadamente, a los 30", un agente infiltrado, manda un nuevo mapa (está saliendo bien, no pasa nada, voy a poder...), y aborta la ejecución del MDC 2.0, seguro que cortando el cable azul, y ejecuta el antivirus TVBT (Todo Va Bien Tranqui). Este es el mapa del planeta CONFIANZA, que Don Hipotálamo conoce a la percepción, corta la comunicación con Doña Amígdala, que ficha y se va a casa, y llama a Mr. Campo, Hipocampo, para que regularice las constantes vitales.

10.

Acabas de recuperar el control. El Instituto NEOCORTEX sigue con su trabajo....

Bueno, espero que os haya gustado el cuentito. La opción más inmediata desde la PNL es cambiar el mapa original del planeta MIEDO. “Llamó el miedo a mi puerta, le abrió la confianza y no había nadie” Ya sabes que tras 30” has recuperado el poder. Has podido. No ha habido bajas. Veo las caras de satisfacción de los que me escuchan, si escucho mis palabras suenan bien, con seguridad, siento la tierra firme bajo mis pies, mientras observo en mi interior imágenes que me dan seguridad, confianza, escuchando esa voz, tan especial, diciendo “todo va bien, tú puedes monstruo”, para sentir la sangre fluyendo tranquila, con poder, mis pulmones aportando aire vivificador al cuerpo....

Os adjunto un texto que sin tanto teatro habla del fenómeno.

Cuando percibimos algo, por los sentidos, la información llega al hipotálamo, desde donde parte en una doble ruta hacia el neocórtex y hacia la amígdala. Hacia la segunda hay una autopista directa.

La amígdala es un órgano del cerebro primitivo. En ella reside el aprendizaje emocional, y es capaz de relacionar mapas con situaciones esencialmente de peligro. Si esto es así, corta la comunicación con el neocórtex, da un golpe de estado, y se produce un secuestro emocional. A partir de ahí, lanza toda la potencia endocrina del hipocampo en desarrollar programas de respuesta rápida a la potencial amenaza.

El problema es que la amígdala es iletrada, es analfabeta. No entiende de racionalizaciones ni argumentos. Sólo sabe leer mapas. (Muy sensible al olfato).

Si tenemos archivados mapas en el hipotálamo (es nuestra librería de mapas), que en su momento fueron de emocionalidad alta, cuando la amígdala detecta un mapa con ese significado, toma el poder.

De ahí la importancia de cambiar los mapas, si queremos ser de nuevo dueños de dar respuestas proactivas y adaptadas a las nuevas circunstancias.

Que un perro me atacase cuando tenía tres años, no significa que los perros sigan siendo dos veces más altos que yo. La amígdala me preserva de un peligro, que ya en realidad, o no existe, o ha cambiado sustancialmente.

Brutal, ¿verdad?

ALGUNAS PISTAS PARA EMPEZAR A CONSTRUIR TU MARCA

Cuando empecé a investigar sobre el Personal Branding encontré innumerables listas de consejos para desarrollar una Marca Personal. Ya no recuerdo de donde traduje esta (pido disculpas por ello), pero hoy lo he releído y me ha parecido interesante, además de traerme buenos recuerdos.

En el siglo XXI, todos seremos Autónomos. Tu valor en el mercado va a estar definido en función del **valor que puedas aportar** y del **potencial que perciba el cliente** o quien te contrate. La forma más creativa y práctica de hacerlo es creando tu propia marca.

1. Ten una página web realmente atractiva.

Esto es casi obligatorio. Como mínimo, necesitas una página personal o un blog en el que publiques tu **historial** y hables de tus **proyectos**. **Demuéstrale al mundo quién eres**. Otra forma de hacer que tu página sea extraordinaria es incluir una publicación periódica o un foro de debate que consiga **que la gente vuelva** para discutir temas interesantes.

2. Crea una red de contactos sólida

De nada sirven las características y ventajas que puedas tener a nivel personal o profesional si nadie te conoce. **Contacta con gente** en cuanto tengas una oportunidad. **Haz que todo el mundo te conozca**. Lee “Marketing Personal” de Jose M^a Ferré Trezano

3. Ten una mentalidad de YO, S.A.

Empieza hoy mismo, piensa en ti mismo como el **Director General de tu propia empresa de servicios**. Si eres un empleado, **piensa en tu empleador como tu mejor cliente** (por ahora)

Lee “Sea su Propia Marca” de David McNally y Karl D. Speak. Y **piensa en tu vida profesional como si fuese tu propio negocio, porque lo es**.

4. Descubre aquello que te hace sobresalir

Haz una **lista de tus habilidades personales y profesionales en que destacas**. Dedicar bastante tiempo a ello. Llena **un par de páginas**. Luego redúcelo a un número de entre **dos y cuatro elementos** en que tú sepas que estás al 125%. Invéntate un **símbolo** o pega un **cartel que te lo recuerde** a ti mismo.

5. Se el mejor en lo tuyo

No seas solo competente; el mundo está lleno de parados y potenciales parados competentes. A medida que se produce la revolución de los “ejecutivos de cuello blanco” a nuestro alrededor, pronto habrá muchos más de ellos.

En lugar de ser competente **se el mejor**. Inventa algo nuevo en tu campo. **Haz algo que nadie más haga**. Abre nuevos caminos.

Los mejores siempre hacen más dinero y nunca les falta trabajo.

6. Consigue un trabajo que merezca la pena.

Si el trabajo que haces ni te va ni te viene, olvídalo. **O cambia tu forma de pensar sobre lo que tú haces** de modo que te importe. O haz cambios

drásticos, un giro de 180° en lo que haces y como lo haces hasta que te importe.

7. Se muy crítico con quien trabajes.

Tu marca es solo tan interesante/innovadora/estimulante como lo son tus clientes. Consigue que tus clientes o quien te contrate sean interesantes/innovadores/estimulantes.

8. Promete poco, sobrepasa las expectativas.

Nunca sobresaldrás si **prometes mucho y ofreces poco**, todo el mundo lo hace ya. ¿por qué no haces que sea más fácil impresionar a los demás? Si siempre **das el doble de lo que prometiste**, entonces tu reputación crecerá.

9. Lee “50 Claves para hacer de usted una marca” de Tom Peters

Estúdialo, haz los deberes.

10. Sal de la rutina.

Nadie esta interesado en una marca casposa, aburrida. Lee 40 revistas este mes que nunca te hayas planteado leer antes. Ve de vacaciones a algún sitio en el que nunca hayas estado antes. Aprende a bailar, o cantar o hacer juegos malabares. Haz cualquier cosa para salir de la rutina