Marca/branding personal

La marca personal es un concepto que se refiere al conjunto de características de una persona que nos identifican, como si fuéramos una marca con unos rasgos distintivos que nos diferencian del resto.

La manera en la que nos relacionamos, la percepción que los demás tienen de nosotros/as, nuestro estilo de comunicar, nuestra actitud, valores, conocimientos, etc. conforman nuestra marca personal. Identificar nuestras potencialidades, aquello que nos diferencia del resto puede ser la clave para conseguir mejorar nuestras relaciones sociales y profesionales.

El entorno 2.0 es un canal muy adecuado para el desarrollo de la marca personal, ya que sus posibilidades de interacción posibilitan la difusión de tu nombre, de tus méritos profesionales o cualidades personales. De esta manera se expanden las posibilidades de hacerte un hueco en un determinado sector, conocer gente, ampliar tu círculo de contactos, posicionarte como profesional de un campo determinado, etc. Por eso es importante la construcción de tu marca personal, para darte a conocer pero hacerlo de la manera que mejor identifica tus cualidades.

Construcción de la marca personal

Antes de nada conviene advertir que las recomendaciones acerca de la construcción de la marca personal y sobre la utilización de las redes sociales para mejorar la empleabilidad, tienen un carácter general. Y las generalizaciones sirven para orientar pero dejan fuera a los matices. Es decir, que lo apropiado es que cada cual se las lleve a su esfera personal. Nadie mejor que nosotros/as mismos/as para saber lo que más nos conviene. La utilización del sentido común es la mejor de las recomendaciones.

En la construcción de tu marca personal, podemos distinguir dos etapas, por un lado una primera de análisis de uno mismo, de sus valores, fortalezas y habilidades, y la segunda es de comunicación de esa marca, de establecimiento, mantenimiento y ampliación de relaciones.

1.Identificarte como marca. Autoconocimiento. Definirte. Saber cuales son tus características propias y tu valor diferencial.

Posibles tareas:

- Elabora tu currículum vitae o actualízalo.
- Realiza una presentación de ti en pocas líneas. Como una carta de presentación en no más de 10 líneas. Sirve para que tengas claros cuales son tus principales cualidades diferenciales y la puedes emplear como carta de presentación en ofertas de trabajo o como CV resumido.

2.Estrategia. ¿cuál es mi misión? Principios, objetivos y metas. Planificación, saber cómo me quiero posicionar. Que no sea una empresa no quiere decir que no tenga claros unos objetivos. ¿Quiero buscar trabajo? ¿quiero ganar credibilidad? ¿quiero posicionarme de una determinada manera?

Posibles tareas:

- Identifica cuatro objetivos de tu presencia online.

- ¿Cuáles son tus habilidades comunicativas? En la fase anterior has identificado tus cualidades diferenciales, ahora puedes pensar en cómo comunicarlas. En redes sociales no cuenta tanto lo que dices que eres como lo que demuestras que eres. Plantéate cómo dar respuesta a los objetivos que persigues, ¿se te da bien escribir? ¿eres capaz de generar discurso y construir opinión de tu área profesional? ¿te gusta interactuar? ¿haces fotografías? ¿dibujas?
- Construcción de tu Identidad digital. Cuidar tu presencia online. Comunicación, y relaciones. ¿Con qué nombre quieres aparecer en las búsquedas? ¿qué quieres contar y qué no? ¿con qué quieres que se te identifique? La identidad digital es la suma de todos los elementos que te identifican en el universo 2.0, los nombres de tus perfiles en redes sociales, la fotografía de tu avatar, tus contenidos, tu biografía, lo que se intuye de lo que dices, lo que aparece de ti en los buscadores, lo que dicen de ti, etc.

Nuestra identidad digital está formada por:

- nuestra dirección de correo electrónico.
- nuestros perfiles en las redes sociales
- nuestros contactos en redes sociales.
- nuestros comentarios en foros, blogs y redes sociales.
- nuestra creación de contenidos en espacios propios y ajenos.

Primeros pasos en la creación de nuestra identidad digital

- Creación o renovación de tu correo electrónico. Si tu uso es profesional o profesional-personal, intenta tener una dirección de correo electrónico que se ajuste a tu nombre o a la marca con la que quieras visibilizarte en la red.
- En la medida de lo posible, es favorable que tu nombre en todos los espacios de tu universo social tiendan a ofrecer una coherencia de tu identidad digital. Sería conveniente que los distintos perfiles en las redes en las que te vas a dar de alta tuvieran el mismo nombre de avatar, que podría coincidir también incluso con el de tu dirección de correo electrónico y blog. Puedes pensar en esto desde la creación de tu dirección de correo electrónico.
- Elige una fotografía para ponerte posteriormente como foto de perfil en las redes sociales a las que te incorpores. Una foto de ti otorga un mejor acercamiento personal con tu futura comunidad y facilita el establecimiento de contactos y tu visibilidad.

3. Posicionamiento. El universo social puede ser un lugar solitario cuando no te conoce nadie. Pero darte a conocer en la red, para los que sólo somos famosos/as en nuestra casa, es cuestión de trabajo y tiempo.

Posibles tareas:

- Puedes crearte un perfil de Google. Esto sirve para tener un espacio en el que describirte (con independencia de que luego vayas a crear otros donde también lo hagas) y para mejorar tu posicionamiento en buscadores cuando alguien haga una búsqueda de ti en la web.
- Puedes abrirte un blog o una página personal para mejorar presencia en buscadores.
- Piensa en qué tipo de contenido vas a generar.

4. Crea comunidad. De nada te sirve estar en la red, si es para estar solo/a. Si quieres utilizar las redes sociales como una herramienta de establecimiento de relaciones personales y/o profesionales, no se trata de que te abras perfiles en distintas redes sino de quererlas utilizar, es decir, tienes que tener intención de socializar. Como el posicionamiento, la generación de comunidad no es una acción que suceda de manera automática al abrirte una cuenta en una red social, de nuevo es cuestión de trabajo y tiempo.

Algunas cosas que influyen en la creación de una comunidad:

- Generar contenido interesante.
- Tener tu propio estilo, no imitar a nadie. Autenticidad.
- Ser honesto, no vendas lo que no eres.
- Interactuar y mostrar interés en lo que dicen los demás, no sólo difusión de tu ego.
- Ofrecer credibilidad y confianza.
- Abrirte cuenta en redes específicas de tu sector.
- Localizar a profesionales relevantes de tu sector y relacionarte con ellos.

Posibles tareas:

- Investiga las distintas redes antes de decidir abrirte perfil en unas u otras.
- Piensa en los objetivos que quieres conseguir y en tus habilidades para decantarte por unas redes en concreto.
- Localizar a tu comunidad de interés. Luego veremos algunas redes sociales habituales y cómo localizar gente de tu perfil profesional.

5. Comunicación. Estamos hablando de comunicación, por tanto, de nada sirve abrirnos perfiles en distintas redes si luego no tenemos voluntad de comunicar. Tenemos que ser conscientes de que el universo social es un espacio para la comunicación, el establecimiento de relaciones y el contacto con personas con las que poder realizar una colaboración profesional va a depender de la manera en la que nos comuniquemos y comuniquemos lo que somos capaces de hacer. Tenemos que ser conscientes de nuestras habilidades a la hora de comunicar para potenciarlas y también de nuestras carencias para evitar que sean lo que más se vea de nosotros/as. Hay que tener en cuenta que realizamos una comunicación directa pero no tenemos una comunicación presencial, por tanto puede haber matices que se pierdan.

Conviene ser conscientes de que en nuestra interacción con los demás, los mensajes que traslademos pueden ser una suma de:
Lo que quieres decir,
Lo que finalmente dices,
La interpretación que hacen los/las demás de lo que tú has dicho.

Por tanto, es necesario cuidar la manera de comunicar:

- Exprésate con corrección gramatical. Sólo desde el conocimiento del lenguaje, se acepta el jugar con él o darle la vuelta. Las faltas de ortografía o las incorrecciones a la hora de expresarte son errores a evitar, no juegos que hagan llamativa tu comunicación.
- Procura dar mensajes unívocos. Si quieres jugar a la confusión tienes que saber hacerlo.
- Utiliza la ironía si estás seguro de trasladar los mensajes de la manera que quieres.
- No te hagas el/la gracioso/a. Hay quien tiene la habilidad de expresarse desde el humor y hay quien no, no fuerces el ser lo que no eres.
- Si eres capaz de expresarte emocionando, hazlo, a través de la palabra, la imagen o la voz.
- No difundas sólo lo que tú haces, valora y difunde lo que hacen los/las demás.
- No trates de engañar a nadie.
- Mensajes desde el yo, lo que tú piensas, opinas, crees o sientes. No seas un robot sin emoción ni tampoco creas que lo que tú piensas son verdades universales.
- Interactúa con humildad y educación.

Además de expresarte correctamente, también hay que hacerlo conforme a algunas costumbres o normas comúnmente aceptadas por los miembros de las distintas comunidades, estamos hablando de la netiqueta de utilización de algunas redes sociales. En un apartado posterior, nos detendremos en este ámbito.
Comunicarse correctamente y acatar la netiqueta, no hace que tu comunidad sea interesante y genere

empatía. Para eso es necesario ser capaz de construir discursos, aportar valor, ser coherente en tus comunicaciones.

6. Visibilidad y reputación. El posicionamiento y la comunidad acaban generando visibilidad y reputación. Aunque no necesariamente de la manera en la que lo habías imaginado (puedes haber entrado en las redes sociales para darte a conocer como gestor cultural pero tu aportación de valor ha sido a través de la fotografía y has logrado posicionarte como fotógrafo y alcanzar visibilidad y reputación por este área profesional).

Cuando ya tienes comunidad y cierto grado de relevancia, no cometas algunos errores:

- Pensar que tus mensajes llegan a toda tu comunidad. En la red hay mucha información, es imposible llegar a todo.
- Molestarte porque tu red no difunde tus contenidos. Piensa que no tienen por qué compartir tu opinión o que quizá no les interesa tu enfoque.
- Obsesionarte con ampliar tu red de contactos. Cantidad no es calidad. Ocúpate de cuidar tus relaciones y generar contenido interesante, así crecerá tu comunidad y aumentará tu reputación.
- No saber diferenciar entre compartir información y conocimiento y hacer spam difundiendo de manera continua tus contenidos.
- Dejar de interactuar con tu comunidad.

Recordamos...

Marca personal

1.identificarte como marca
2.Estrategia
3.Posicionamiento
4.Crea comunidad
5.Comunicación
6.Visibilidad y reputación

«Actividad subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte»