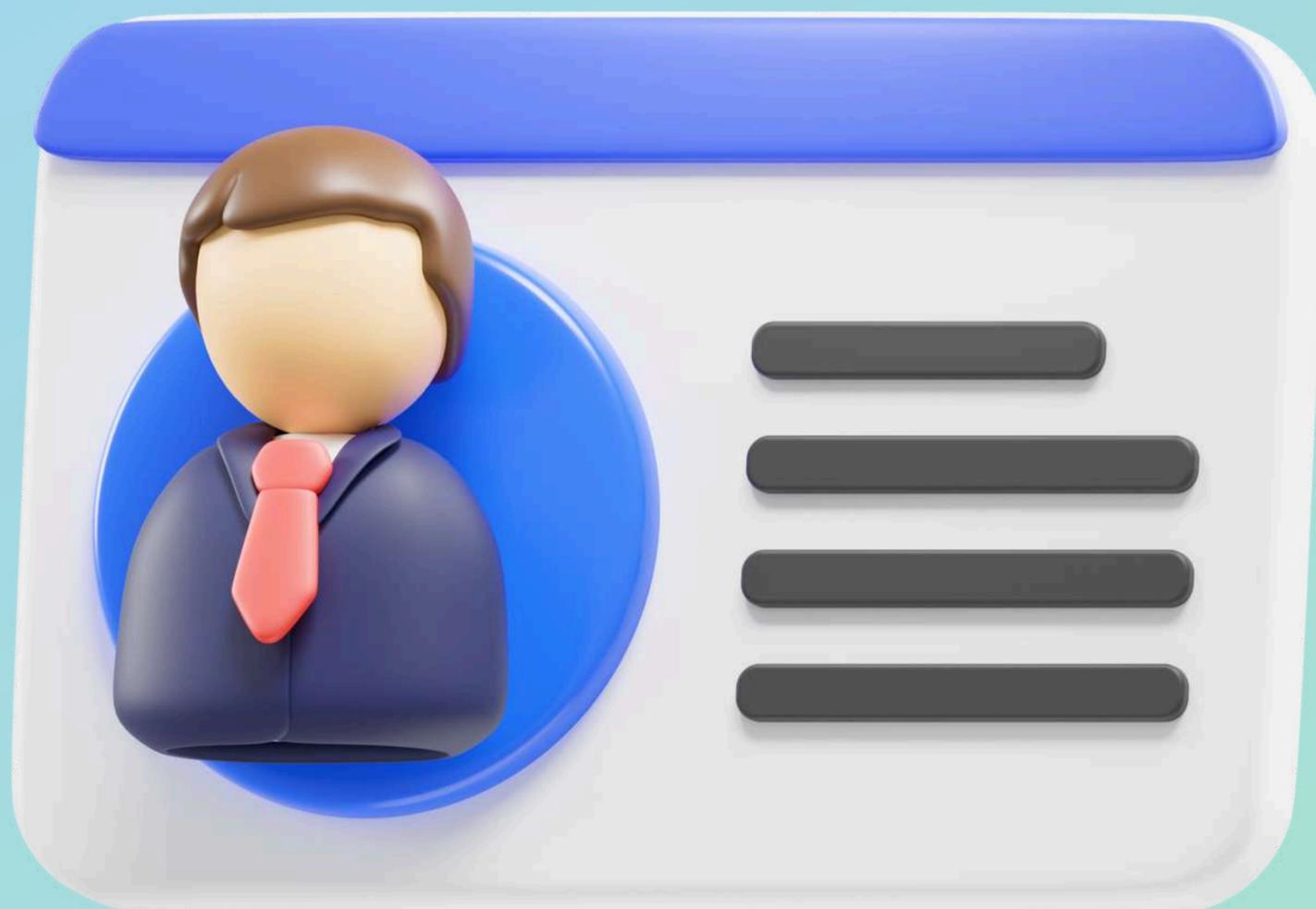




Potencia tu Marca Personal

Despega tu Pyme

sura 



Fernanda

soy

Fernanda

Fernanda





Que no es Marca Personal



Tus posts en Instagram y LinkedIn



Lo que respondes en Twitter (X)



Tu currículum



Tu experiencia



Tu sitio web

¿Qué es Marca Personal?



Lo que dicen de ti cuando no estás en la misma habitación



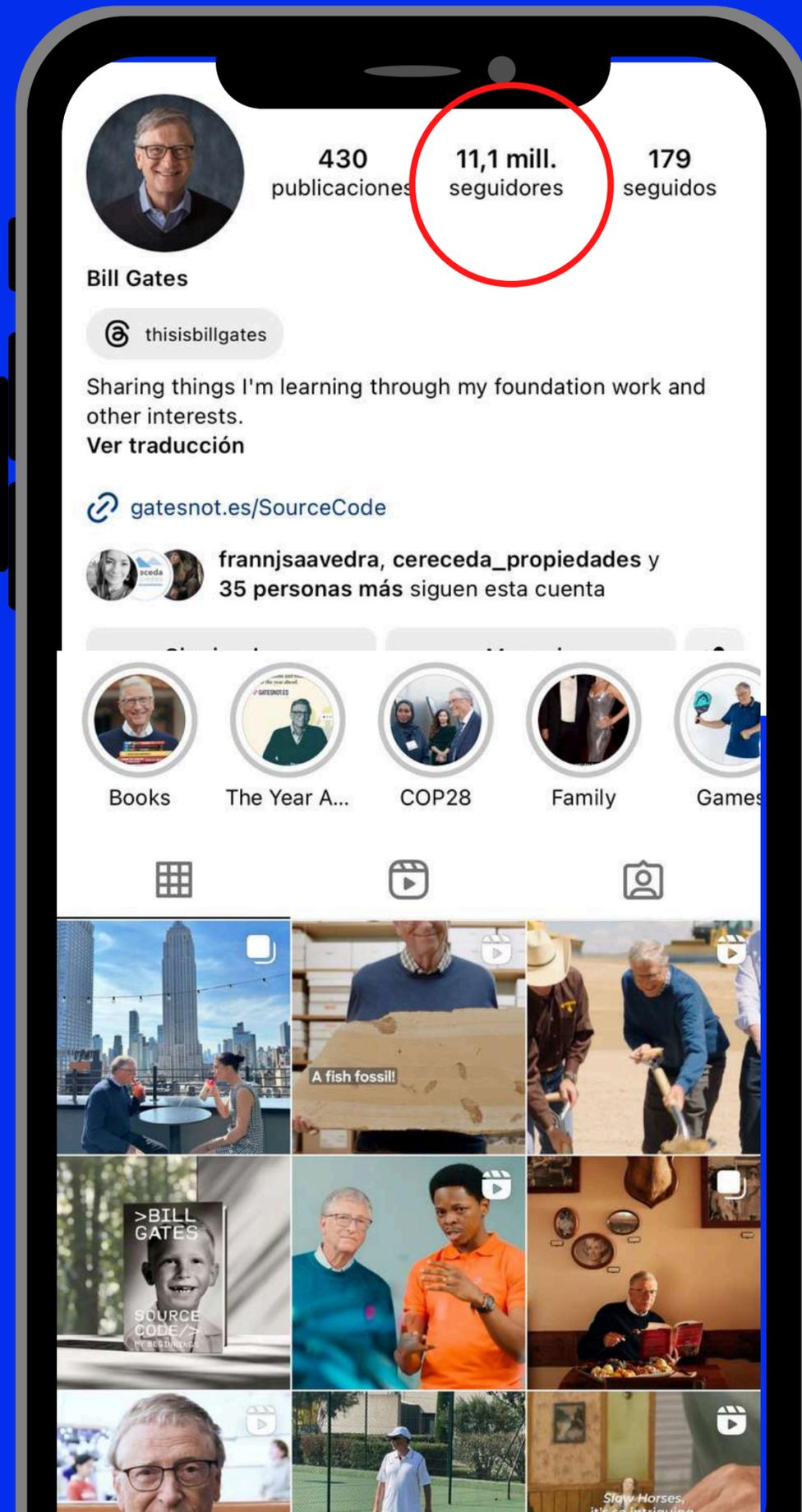
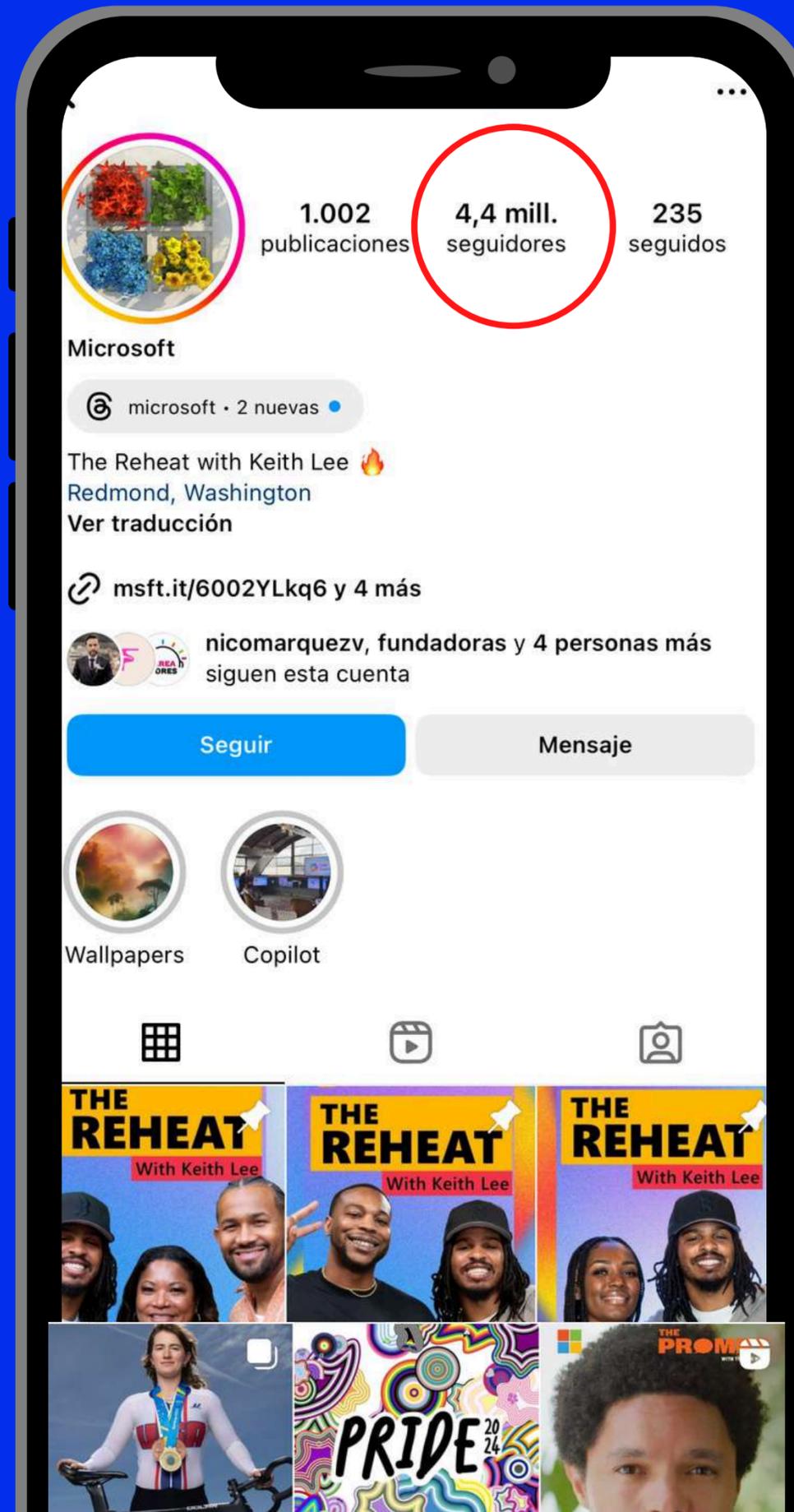
Es el nuevo curriculum vitae

¿Qué es Marca Personal?





Por qué potenciar tu marca personal





Por qué potenciar tu marca personal



Diferenciación de tu competencia



Credibilidad y confianza, que se transfiere a tu negocio



Aumento de oportunidades profesionales

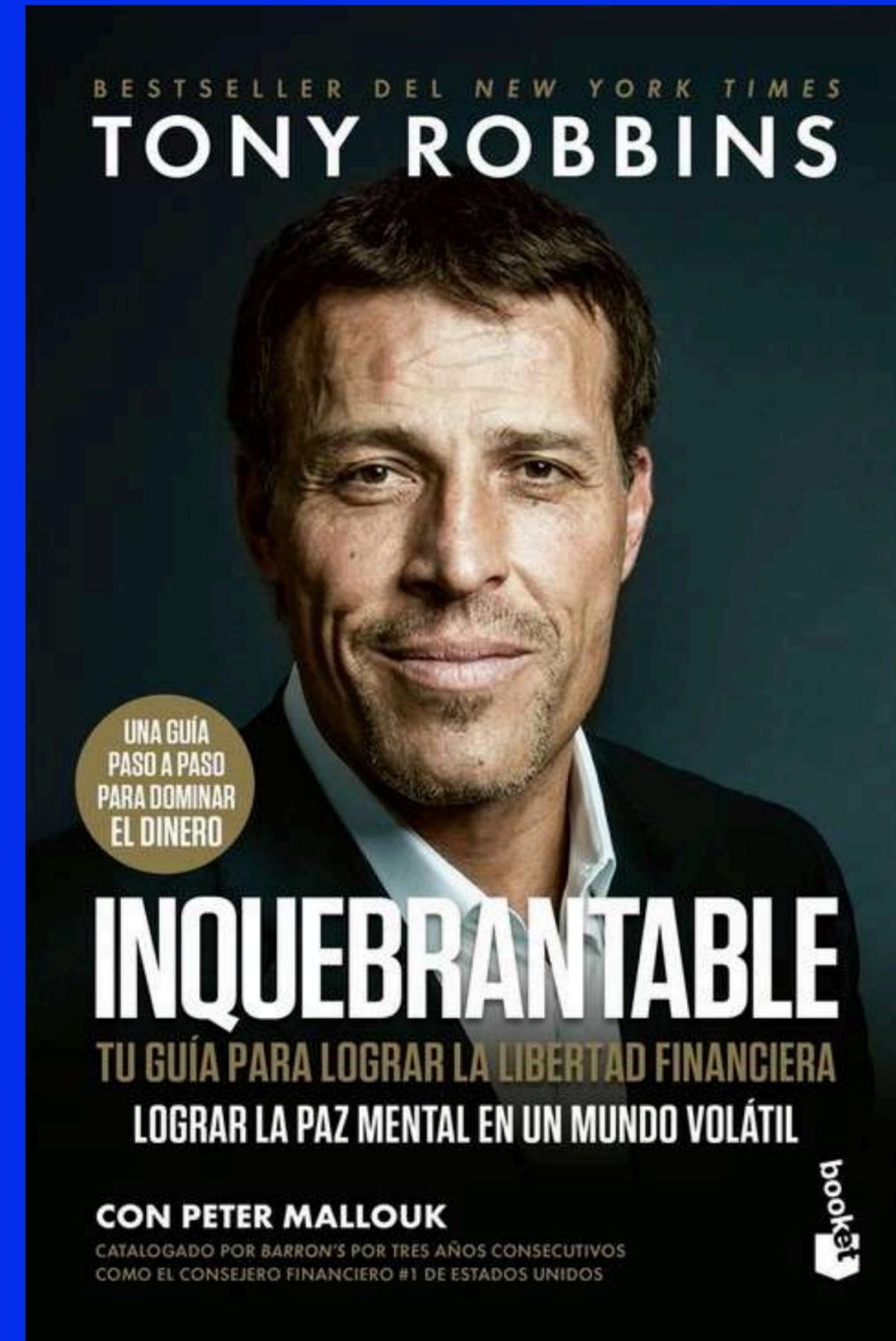
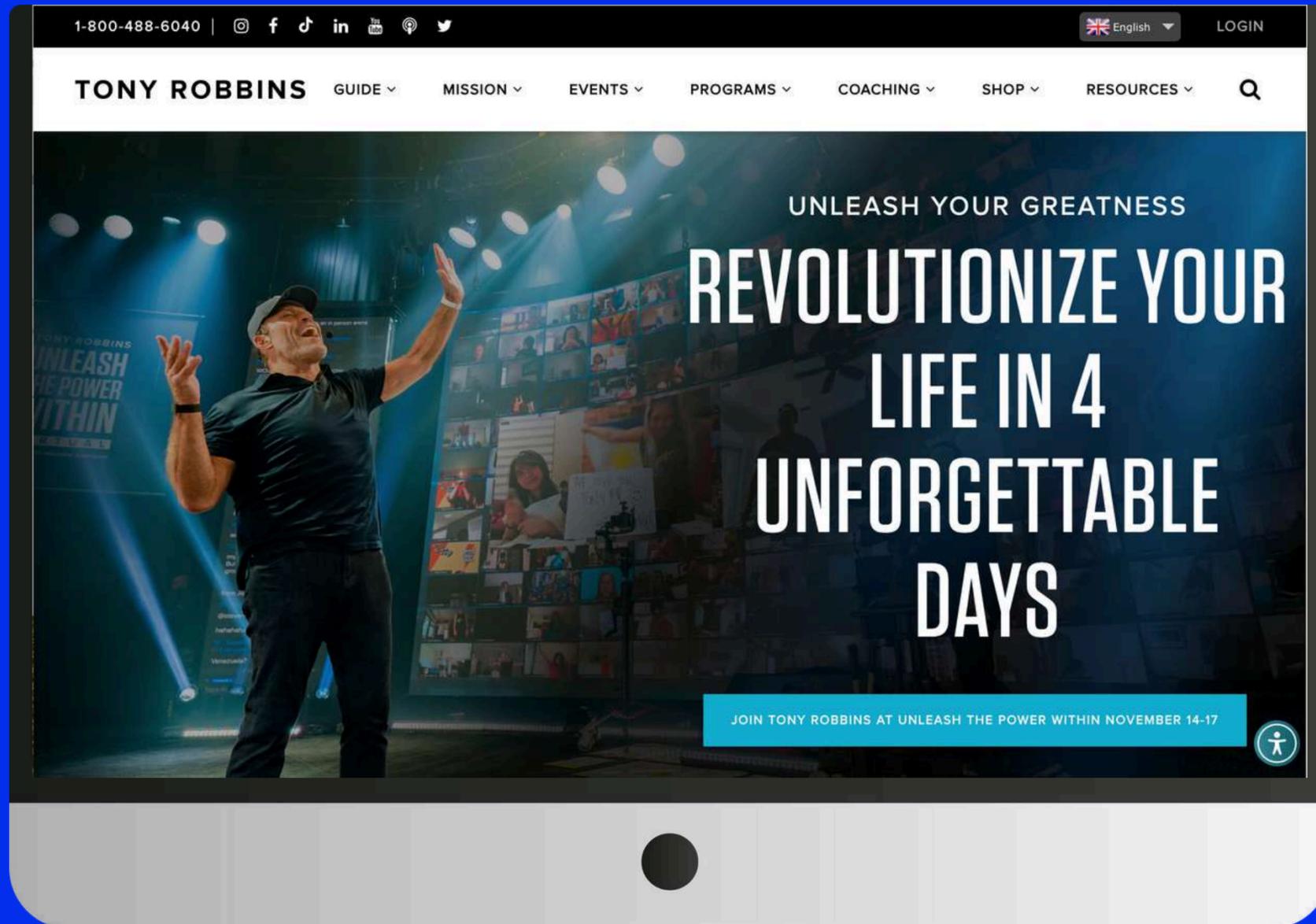


Conectas con personas influyentes



Tomas las riendas de tu desarrollo profesional

Ejemplos Marcas Personales exitosas

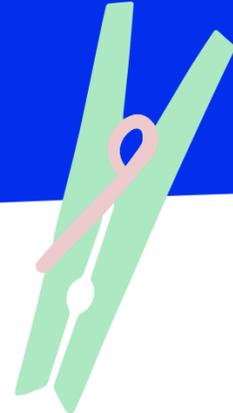


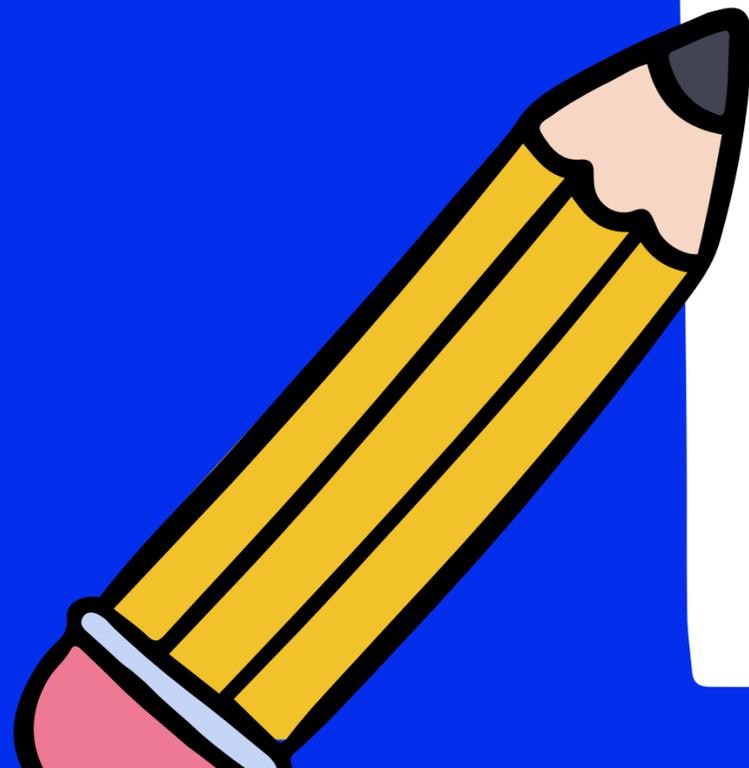
Ejemplos Marcas Personales exitosas



Elementos clave de una Marca Personal



- 
- 1 Autoevaluación
 - 2 Propósito
 - 3 Objetivos
 - 4 Enfoque claro
 - 5 Autenticidad





¿Cómo descubrir los atributos de mi Marca Personal?





Ejemplo preguntas encuesta

1. En qué contexto te relacionas con (tu nombre)? Alternativas: Familiar, Social, Laboral
2. Por favor aporta una descripción sobre (tu nombre)?
3. ¿Qué admiras de (tu nombre)?
4. Una característica de la personalidad de (tu nombre) que te genere recordación.
5. ¿Qué ves en particular de (tu nombre)?
6. Si has trabajado con (tu nombre), por favor, ¿describe qué fue lo importante y lo que significó trabajar con ella?





Cómo construir tu Marca Personal





1 Dedicarte a lo que te gusta

Descubrir y trabajar
alineado a tu propósito y a
lo que se te da bien.





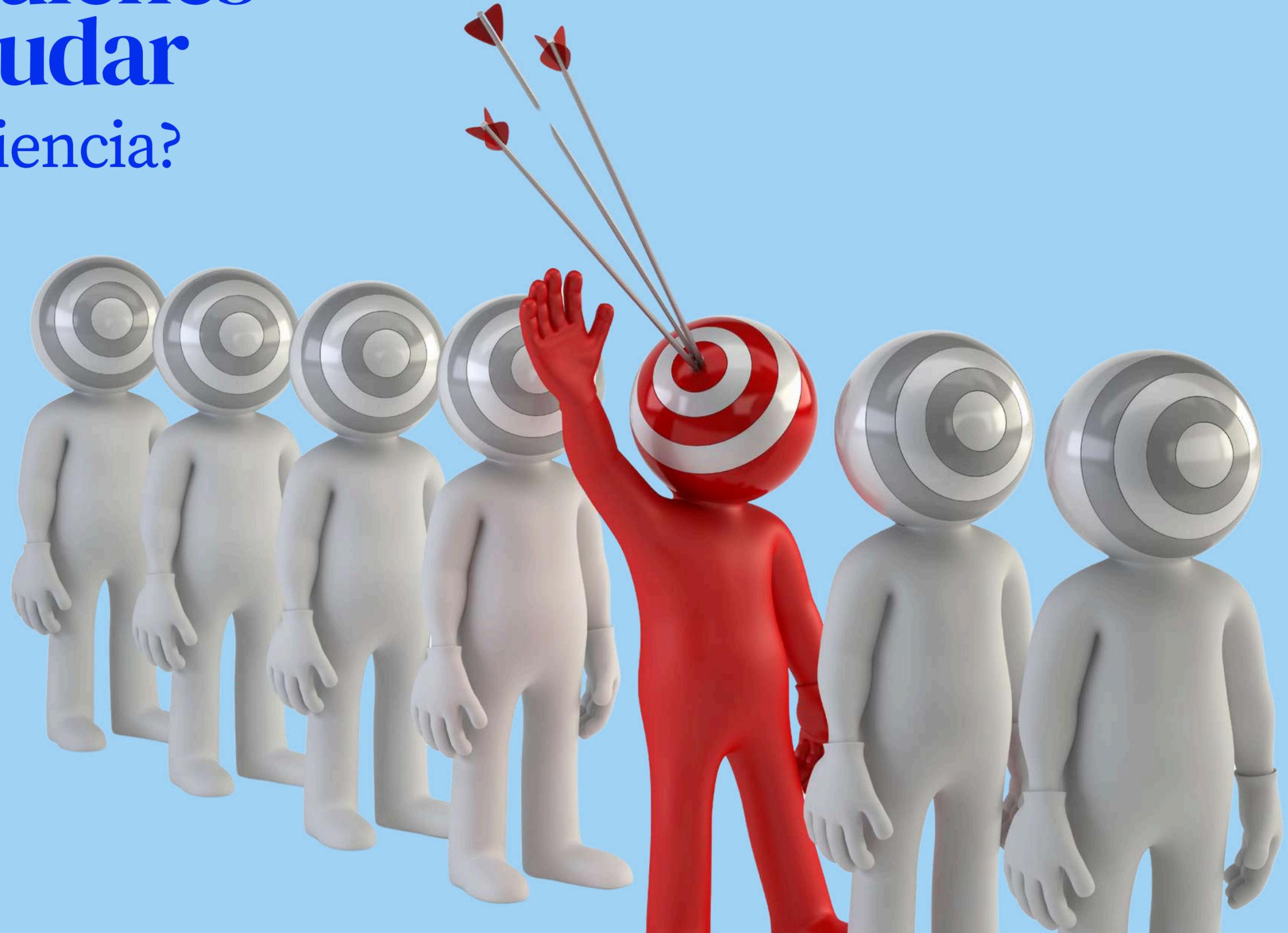
Golden Circle

Para saber para comunicar efectivamente de qué lo que vendes





2 Definir a quienes quieres ayudar ¿Cuál es tu audiencia?





3 Detectar un problema que puedas solucionar



- Mejorar solución que ya existe
- Solucionar un problema de una manera diferente
- Solucionar un problema desatendido hasta hoy
- Ayudar a un segmento objetivo que tiene un problema



4 Define la propuesta de Valor de tu Marca Personal



Conócete y descubre que cosas te gustan y te hacen vibrar con pasión.



¿Se te da algo especialmente bien?
Recuerda que todos tenemos talentos únicos.



¿De qué manera esa virtud o destreza podría ayudar a otras personas?



¿Qué valor añadido único le aportas con tu personalidad o experiencia a esa actividad?



¿A qué personas les podría ir mejor tu ayuda?



¿Sabrías condensar ese mensaje en una BIO de Instagram creativa con sólo 150 caracteres?



¿De qué forma explicarías en una página web que beneficios aportas con lo que haces?



¿Cómo llamarías a eso si tuvieras que registrar un dominio.com?



¿Qué tipos de problemas concretos crees que podrías solucionar?

5 Construye el posicionamiento de tu Marca Personal





Arquetipos de Marca

para definir la personalidad de Marca Personal



Arquetipos de Marca



SCAN HERE

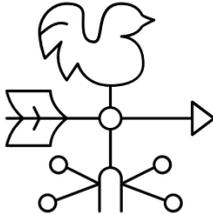
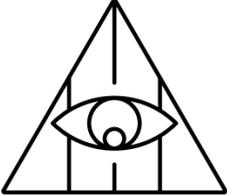
6 Invierte en tu formación





Tipos de Marca Personal

Los que lo hacen bien y los que no tanto

<p>Consolidada</p>  <p>Enfocada, con estrategia, con los objetivos claros, sensible al mercado y con un buen trabajo diario.</p>	<p>Incipiente</p>  <p>Aquella que comienza su ruta, parece tener claro los objetivos y el trabajo a realizar. Todavía un poco verde.</p>	<p>En fase idea</p>  <p>Tiene la idea de afrontar el trabajo de desarrollar una Marca Personal. Si se queda en idea, no sirve para nada.</p>	<p>Guadiana</p>  <p>Sin constancia, aparece y desaparece en función de no se sabe qué. Lo de la constancia no va con ella.</p>
<p>Fake</p>  <p>Más falsa que un billete de \$15.000.</p>	<p>Fotocopia</p>  <p>Aquella basada en copiar la estrategia y el trabajo de otra, pero sin molestarse en adaptarla a sus características.</p>	<p>Veleta</p>  <p>Desenfocada, sin rumbo, sin objetivos, sin estrategia, sólo se mueve a ritmo de la moda.</p>	<p>Posera</p>  <p>La que confunde el mostrarse con un buen trabajo para el desarrollo de su marca.</p>
<p>Innecesaria</p>  <p>Sustentada en intentar "vender" algo que no tiene demanda en el mercado y que no la va a tener.</p>	<p>Invisible</p>  <p>Aquella que piensa que con ser bueno en el trabajo es suficiente, y no hace trabajo adecuado de difusión.</p>	<p>Académica</p>  <p>Muy de manual, meramente teórica, sin un desarrollo práctico adecuado.</p>	<p>Nivel Dios</p>  <p>La que se cree mejor que todos los demás, y actúa en consecuencia.</p>

Estrategia y Gestión de la Marca Personal



Objetivos de Marca Personal

1

Propuesta de Valor

Personalidad de Marca, audiencia, relato y mensaje de marca, atributos diferenciadores

2

Identidad Visual

Logo, tipografías, paleta de colores, fotografía.

3

Canales y presencia online

Elección de redes sociales, desarrollo web, materiales gráficos.

4

Pilares de comunicación

Definición de pilares de comunicación para creación de contenido de valor.

5

Contenidos online

Contenido de valor, que ayude a tu audiencia, que te posicione como experto.

6

Eventos, Alianzas y Networking

Participar en eventos, redes y actividades de la audiencia objetivo.

7

Medir y mejorar

Medir acciones y estrategias con mejores resultados y realizar ajustes.

Ecosistema de la Marca Personal





¿Qué es el Networking y por qué es importante?





¿Por dónde empezar?

si quiero empezar a hacer networking



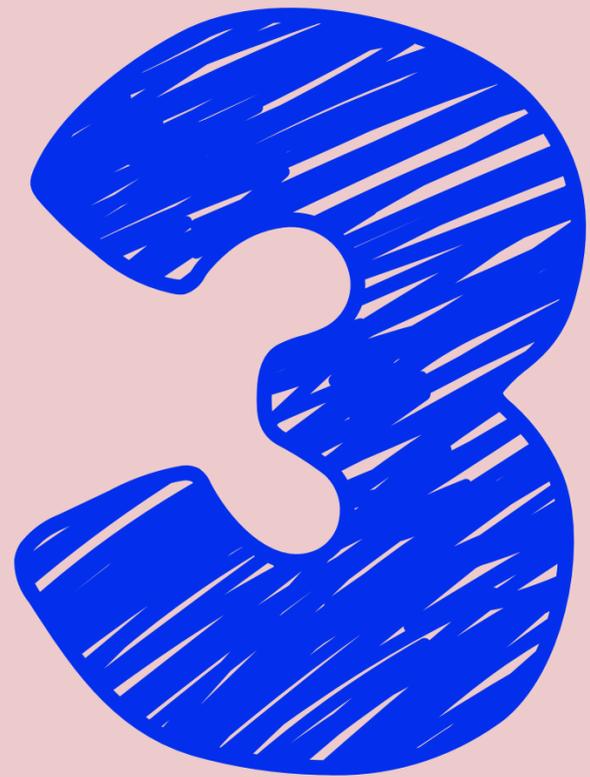


1

Definir objetivos



Tener un relato
profesional claro
y preciso



Buscar dónde
interactuar, y
empezar!

MUCHAS GRACIAS!



Sígueme para más contenido de marketing y emprendimiento

 @fernandagil.me

 Fernanda Gil Torrejón