

# Cómo crear y posicionar mi

A man in a dark suit, white shirt, and dark tie is holding a small white card in his right hand. The card has the text 'Marca personal' written on it in red. The background is plain white.

Marca  
personal



La huella (única e intransferible)  
que dejamos en los demás

**1.LA**

**M**  
**MARCA**

# Ámbito empresarial



# Ámbito profesional



¿Y tu qué marca eliges?



¿Qué es una

**MARCA?**

Una **marca** sirve para **diferenciar**, para **destacar**, para asociar algo a una serie de **atributos**. Cuando adquirimos un producto o un servicio podemos reducir la incertidumbre porque una **marca** nos está diciendo **lo que podemos esperar de ella**.

# CONFIANZA



# MARCA PERSONAL

Define con precisión **qué nos hace diferentes**, especifica cómo esa diferencia se traduce en un **beneficio relevante** para nuestra clientela o audiencia y comunica ese beneficio de manera clara, concisa y efectiva

Es la idea positiva, clara y poderosa que viene a la mente de los demás cuando piensan en ti



**En lo que destacas (valores,  
capacidades, habilidades,  
acciones) y que los demás  
asocian contigo**



Identifica y comunica las  
características que nos hacen  
sobresalir



A young boy with dark hair, wearing a white shirt, a dark vest, and a red tie, is holding a piece of white chalk to his ear. He is standing in a room with several red columns. The background is slightly blurred.

**CON  
UN  
TROZO  
DE  
TIZA**

- **1.** Diferenciación en un mundo homogéneo.
- **2.** Al aumentar tu valor, aumentas tu capacidad de decisión y tu independencia.
- **3.** Aumentar la capacidad de influencia y persuasión.
- **4.** Reducir la incertidumbre o incrementar la seguridad al tener un proyecto definido.
- **5.** Obtener el reconocimiento personal o profesional que mereces.
- **6.** Mejorar la autoestima profesional y personal.
- **7.** Ayuda a construir relaciones mutuamente beneficiosas, duraderas y de confianza.





**¿Qué le caracteriza?** Es cercano, da buenos consejos, sabe escuchar, etc.

**¿Qué le diferencia?** Su experiencia profesional, su capacidad de tomar decisiones, su capacidad relacional, etc.

**¿Cómo lo describirías?** Como una persona influyente, como una persona amigable, etc.

# 1. Define tu objetivo



## 2. *Visión del comprador*



### 3. Hay que diferenciarse



### 4. Forma de diferenciarse



## 5. Las pruebas

# Claves para emprender tu marca

**Autoconciencia    Autoconocimiento    Acción**

**Iniciativa**

**Impetu**

**Impacto**

# 2. PLAN DE



# DE UNA MARCA

# Relevancia

Debes tener algo  
realmente **útil** que ofrecer.



# Confianza

Debes conseguir ser **fiable**.



# Notoriedad

Debes aparecer en todos los foros en los que estén tus posibles clientes





**PUNTOS CLAVE  
PARA EL ÉXITO**

**Ubica tu nicho.** Ubica tu mercado, aquel en el que haces falta.

**Posiciónate.** Descubre dónde estás más valorado.

**Cuida tu nombre y marca.** Tu imagen personal y profesional.

**Sé colaborativo.** Conéctate y haz difusión de ti.

**Participa.** Crea una comunidad con tu mismo interés.

# Tú eres tu marca

The logo consists of the lowercase letters 'yo' in a dark red, sans-serif font. The 'y' is lowercase and the 'o' is uppercase. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the 'o'.

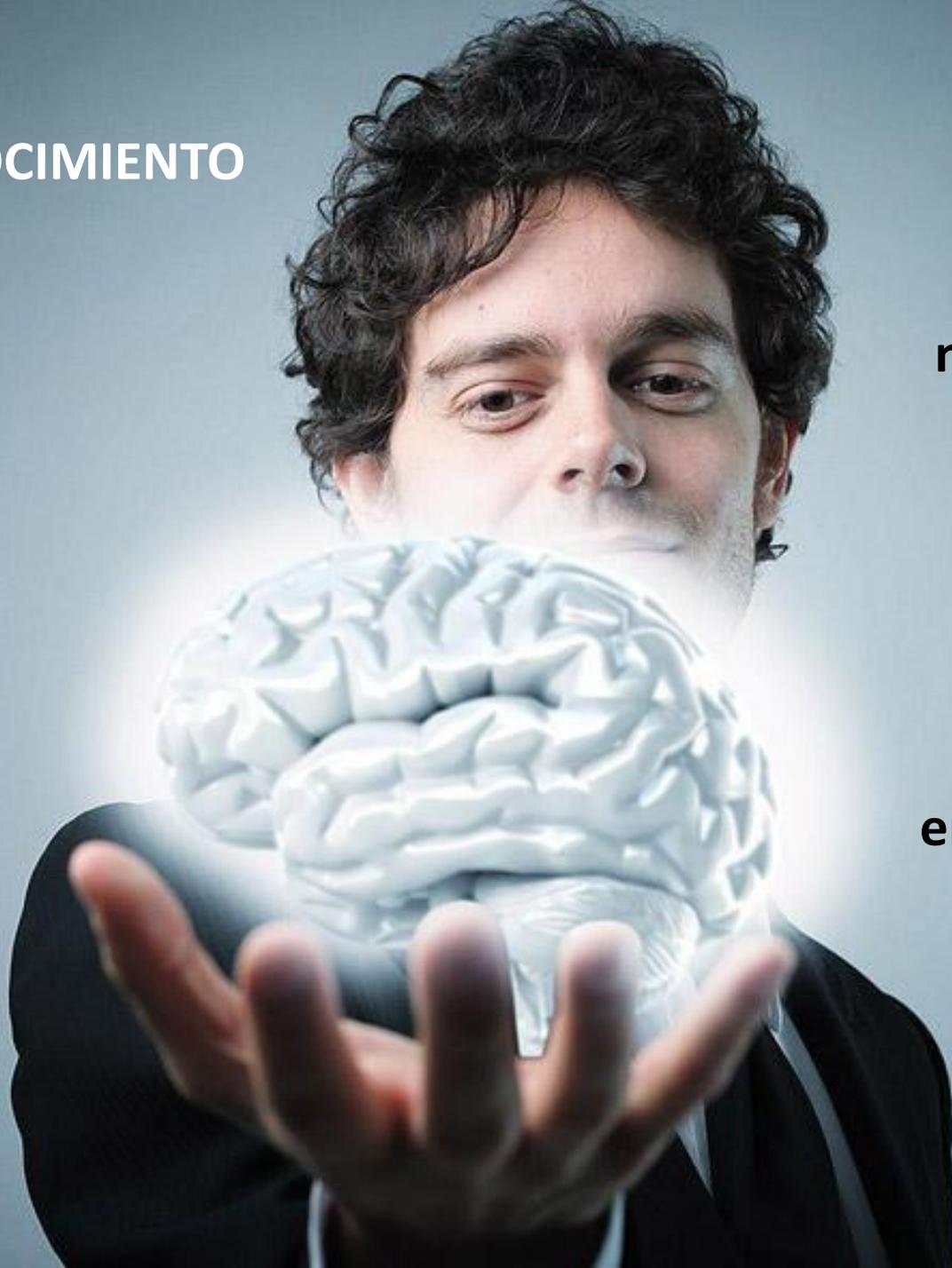
Nada más importante que tú y el trabajo que realizas. Dale **valor** al trabajo que haces, **ubícate** en el ambiente que te conviene, conviértete en un **referente** de tu tema, siempre **cuida** tu nombre y tu marca, **publicítate y conecta** con otros profesionales o personas parecidas a ti.

# Herramienta: Plan de MK Personal

- Autoconocimiento.
- Información objetiva.
- Diagnóstico aceptado.
- Fijación de los objetivos.
- Estrategias de marketing.
- Acciones y su gestión.
- Revisiones de parámetros y control.



# 1. AUTOCONOCIMIENTO



**Su función es saber la opinión que tenemos de nosotros mismos. Al final de esta etapa debemos llegar a una conclusión sobre la situación en la que nos encontramos cada uno de nosotros**

A close-up photograph of a human hand with the thumb pointing upwards, signifying approval or a positive rating. The hand is light-skinned and is set against a plain white background.

## 2. INFORMACIÓN OBJETIVA

Designada a la obtención de información sobre nuestra persona. Los datos que se obtengan servirán para corregir la información de la primera fase. Se trata de conseguir información de las personas que están próximas a nosotros.



## Análisis DAFO

- Las **debilidades** deben ser corregidas
- Las **amenazas** deben establecer un mecanismo de Protección
- Las **fortalezas** son elementos que se deben potenciar
- Las **oportunidades** se deben aprovechar para beneficiarnos

### 3. DIAGNÓSTICO ACEPTADO

4.

## FIJACIÓN DE OBJETIVOS



- Determinar la misión.
- Determinar la visión.
- Después se fijan los objetivos, que pueden ser temporales o no.

# Objetivos- Estrategias-Acciones

- **Objetivos:** hasta dónde se quiere llegar.
- **Estrategias:** cómo vamos a hacerlo.
- **Acciones:** concretar la estrategia.

5.

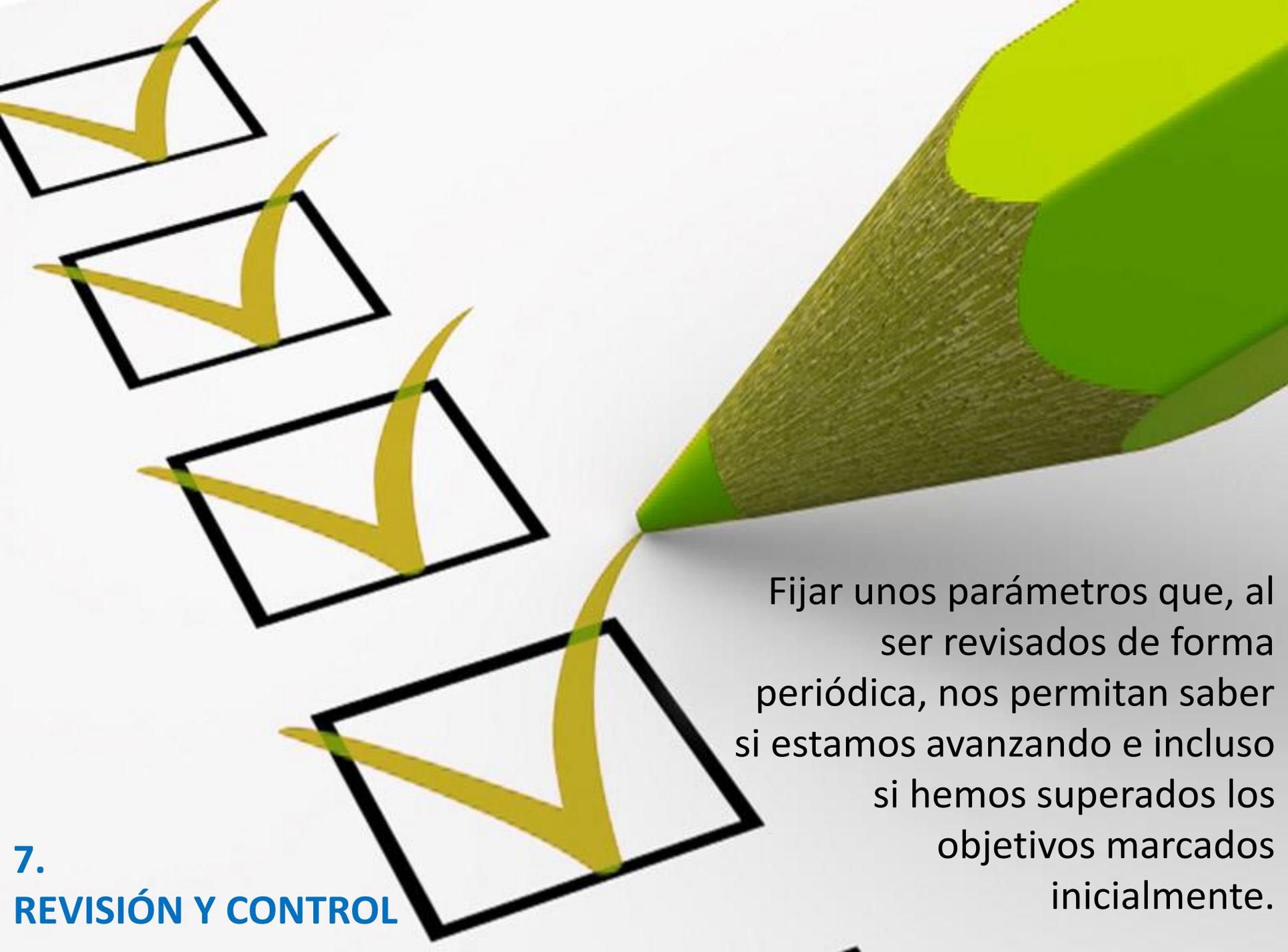
**ESTRATEGIAS MARKETING**



## 6. ACCIONES Y GESTIÓN

Se concretan las diferentes acciones (descripción, porqué, cuándo y cuánto).





Fijar unos parámetros que, al ser revisados de forma periódica, nos permitan saber si estamos avanzando e incluso si hemos superados los objetivos marcados inicialmente.

## 7. REVISIÓN Y CONTROL

# 3. RECOMENDACIONES DE



# 1. PREPARA TU MENSAJE Y PRESENTACIÓN

**No improvises.**

**Quiénes somos, qué hacemos y por qué eso es diferencial.**



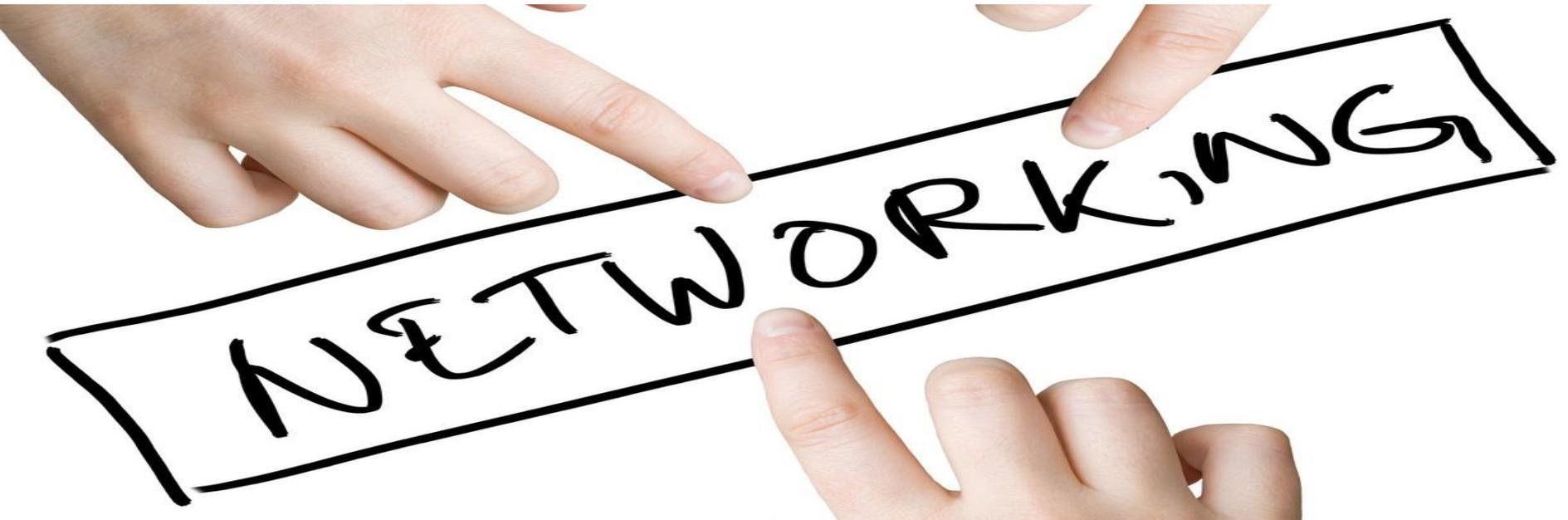
2.

## **AMPLIA TU RED DE CONTACTOS: HERRAMIENTAS OF-LINE**

**Participa en actividades de networking, congresos, cursos, etc.  
Intercambia tarjetas siempre que puedas.**

**Gestiona tu red de contactos.**

**Escribe sobre tu tema en los medios (prensa, radio) y gana  
notoriedad.**



**3.**

## **AMPLIA TU RED DE CONTACTOS: HERRAMIENTAS ON-LINE**

**Pon en marcha tu blog y genera contenidos de interés.**

**Participa en redes sociales (Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, Instagram, etc.).**

**Recuerda: si no estás en Google, no existes.**



## CONSEJOS EN REDES SOCIALES

**Fotografía profesional.**

**Posicionamiento tu marca mediante las palabras clave.**

**El extracto del perfil puede ser tu presentación profesional.**

**Genera contactos de calidad en la red.**

**Participa en grupos de tu interés en la red.**

**Comparte noticias profesionales en tu muro.**



## **CONSEJOS EN REDES SOCIALES**

**Fotografía profesional.**

**Posicionamiento tu marca mediante las palabras clave.**

**El extracto del perfil puede ser tu presentación profesional.**

**Genera contactos de calidad en la red.**

**Participa en grupos de tu interés en la red.**

**Comparte noticias profesionales en tu muro.**



## **CONSEJOS EN REDES SOCIALES**

**Pone en marcha un canal propio en el buscador.**

**Puedes cargar tu videocurrículum profesional.**

**Puedes cargar presentaciones de productos, de la empresa, charlas, etc.**

**Fundamental: la calidad de la grabación (imagen y audio).**



## **CONSEJOS EN REDES SOCIALES**

**Considéralo tu Hogar virtual.**

**Es la herramienta por excelencia de tu marca personal.**

**Elige la plataforma, temática.**

**Escribe artículos periódicos y con contenido de valor.**

**Incorpora fotos y videos profesionales.**

**Invita a colaboradores y linkea con otros blogs.**



## 4. CLAVES PARA CONSEGUIR EL ÉXITO

- 1. Hagas lo que hagas, vendas lo que vendas y por el canal que sea, siempre crea experiencias Agradables.**
- 2. Planifica más, corre menos.**
- 3. Nunca te comprometas ciegamente a presentar algo en determinado tiempo y forma cuando ello no depende ti en un 100%.**
- 4. Vuélvete un agradable preguntón y un gran observador.**
- 5. Ocúpate en caerle bien a todos, sin sacrificar tus valores y sello personal.**



## 4. CLAVES PARA CONSEGUIR EL ÉXITO

6. Enfócate en la sostenibilidad y la sustentabilidad, que en cristiano significa ver el largo plazo.
7. Visualiza a tus clientes, prospectos, colaboradores y relacionados como socios estratégicos.
8. Construye una red de contactos, ponla en blanco y negro y trabájala sistemáticamente.
9. Invierte recursos (tiempo y dinero) en tu imagen y la de tu negocio.
10. Evalúa la satisfacción de todos y cada uno de tus clientes. Prohibido suponer que todo salió bien.



**5.**

## **MIDE EL ÉXITO DE TU MARCA Y LA CALIDAD DE LAS RELACIONES**

**Googlea tu marca.**

**Mide los nuevos seguidores en redes sociales.**

**Mide las entradas, descargas y lecturas de tu blog.**

**Contabiliza los contactos surgidos del networking.**

**Valora de dónde y cómo surgen los nuevos contratos.**



**PERSONAL  
BRANDING**

Lo que piensan de ti,  
cuando piensan en ti.

# MUCHAS



**CEEI**  
ALCOY  
CENTROS EUROPEOS DE  
EMPRESAS INNOVADORAS

**Jordi Tormo Santonja**  
[jordi@ceei-alcoy.com](mailto:jordi@ceei-alcoy.com)