

# MARCA PERSONAL

ELIZABETH TRALLERO

2022

# El mercado ha cambiado

- ▶ Cambios en el mercado de trabajo
- Fin de la seguridad laboral.
- No hay lealtad.
- Tan fácil ascender como ser despedido.
- Entramos en un mundo de PROYECTOS.
- Fuerte competencia.



# El mercado ha cambiado

¿Como sobrevivir en un entorno así...?



...pensando  
como una  
empresa:  
**YO, S.A.**

# Creación de la marca YO, S.A.

Profesionales y productos Marca Blanca

<b>Profesional</b>	<b>Producto</b>
<b>Le contratan</b>	<b>Es vendido</b>
<b>Sin contrato psicológico</b>	<b>No es emocional</b>
<b>Hace “lo que le dicen”</b>	<b>Poca visibilidad</b>
<b>Uno de tantos</b>	<b>Commodity / Granel</b>
<b>No hay reciclaje</b>	<b>Caduca</b>
<b>Sueldos limitados</b>	<b>Sensible al precio</b>
<b>Hace un solo trabajo</b>	<b>Unidimensional</b>
<b>No hace ruido</b>	<b>Estática</b>
<b>Aburrido</b>	<b>Bajo interés</b>
<b>No imprime su sello</b>	<b>Se olvida</b>

## Creación de la marca YO, S.A.

### ► Un poco de Marketing:

- Producto.
- Necesidades.
- Comunicación.
- Relaciones.
- Marca.



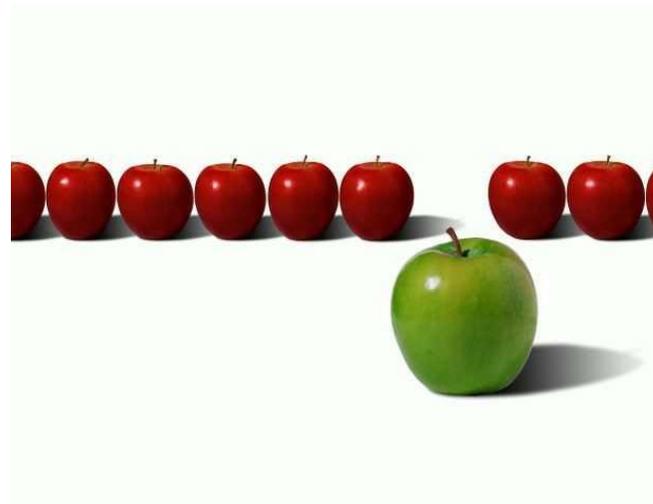
## Creación de la marca YO, S.A.

- ▶ Descubrimiento de la marca propia: YO, S.A.



Creación de la marca YO, S.A.

# ▶ Qué es una Marca Propia



## Creación de la marca YO, S.A.

- ▶ Es la idea **positiva, clara y poderosa** que viene a la mente de los demás cuando piensan en ti.
- ▶ Es aquello en lo que **destacas**: Valores, habilidades, acciones que los demás asocian contigo.
- ▶ Es un alter ego profesional diseñado con el propósito de **influir** en como los demás te **perciben** y convertirlo en una oportunidad.
- ▶ Se hace diciendo:
  - Quién eres,
  - Lo que haces,
  - Que te hace diferente o como creas valor para tu mercado objetivo

## Creación de la marca YO, S.A.

- ▶ Una marca propia efectiva evoca 3 **percepciones** en las mentes del mercado objetivo:
  1. **Eres diferente:** Si no eres visto diferente, serás visto como un seguidor, no un líder
  2. **Eres superior:** Eres el mejor en algo, ser un líder en tu campo es crítico para ganar la confianza de la gente
  3. **Eres auténtico:** La marca se construye sobre la verdad de quien eres

## Componentes de una marca propia

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Características	Distintiva	Relevante	Consistente
Dimensiones	Competencias	Estándares	Estilo
Autenticidad	Propósito	Misión	Valores

# Creación de la marca YO, S.A.

## ▶ Algunos beneficios

1. Incrementa la habilidad de **comunicar**
2. Aumenta la **confianza** y la conciencia.
3. Aporta **claridad** respecto a quien puedes interesar.
4. Toma de decisiones conscientes para alcanzar objetivos.
5. Creación de una **red** de contactos.
6. Mejora la forma de gestionar el **tiempo**.
7. Hace más **satisfactorio** el trabajo.
8. Ayuda a **crecer** personal y profesionalmente.
9. Obliga a ser **auténtico**.

# Creación de la marca YO, S.A.

Profesionales Marca Propia vs Marca Blanca.

<b>Marca Propia</b>	<b>Marca Blanca</b>
<b>Es comprada</b>	<b>Es vendido</b>
<b>Es emocional</b>	<b>No es emocional</b>
<b>Alta visibilidad</b>	<b>Poca visibilidad</b>
<b>Única</b>	<b>Commodity / Granel</b>
<b>Vive para siempre</b>	<b>Caduca</b>
<b>Da algo más</b>	<b>Sensible al precio</b>
<b>Evoluciona</b>	<b>Unidimensional</b>
<b>Hace ruido</b>	<b>Estática</b>
<b>Es relevante</b>	<b>Bajo interés</b>
<b>Es memorable</b>	<b>Se olvida</b>

# Creación de la marca YO, S.A.

## ▶ Como crearla

### 1. Descubre tu marca

1. Objetivos, Misión, Visión ¿En que eres diferente?
2. Autenticidad. Conócete a ti mismo
3. Conoce a tu competencia
4. Conoce tu mercado. Orientado a resultados

### 2. Exprésate

1. Describe tu esencia. Manifiesto
2. Marketing Mix. Comunicación. Relaciones
3. Pon tu marca en todo lo que haces. Consistencia
4. Vive y respira tu marca. Credibilidad

### 3. Evalúa y evoluciona

1. Evalúa. Revisa. Pide Feedback
2. Evoluciona

### 3 Elementos del marketing personal.

<b>Autoconocimiento.</b>	<b>La información objetiva.</b>	<b>El Marketing Mix Personal.</b>
<b>Revisión. Reflexión. Diagnóstico. Misión y visión.</b>	<b>Imagen. Actitudes. Comportamiento. Diagnóstico y la misión y visión final.</b>	<b>Producto. Precio. Escaparate. Promoción. Comunicación. Relaciones.</b>

# Conclusiones

<b>Mentalidad de Marca</b>	<b>Mentalidad de Empleado</b>
Libertad Profesional	Seguridad en el trabajo
Trabajo para mi mismo	Trabaja para un jefe
Seguridad interna (Autoconfianza)	Seguridad externa (empresa)
Crea demanda	Busca un trabajo
Plan de Marketing	CV
Largo plazo (años)	Corto plazo (meses)
Marketing personal	Busca un empleo
Resuelve problemas de clientes	Trabaja
Activos y recursos	Competencias y habilidades
Mercados	Compañeros y clientes
Diferenciación	Adaptación
Estrategia	Trabajo duro
Relaciones	Transacciones
Satisface necesidades	Hace un trabajo

# Conclusiones

- ▶ **Las ocho leyes de la marca propia**
  1. **Especialización**
  2. **Liderazgo**
  3. **Personalidad**
  4. **Particularidad**
  5. **Visibilidad**
  6. **Unidad**
  7. **Persistencia**
  8. **Buena Voluntad**

# Conclusiones

- ▶ **Consejos**
- ▶ **1. Desarrolla y pule tu manifiesto de Marca Propia.**
- ▶ **2. Estate «orgullosos de tu marca».**
- ▶ **3. Audita tus promesas de marca.**
- ▶ **4. Se auténtico.**
- ▶ **5. Asegúrate de que las señales que emites transmiten relevancia a los demás.**
- ▶ **6. Consistencia, consistencia, consistencia.**
- ▶ **7. Asegúrate de que el envoltorio refleje su contenido.**
- ▶ **8. Las mejores marcas son conocidas por la empresa que las mantiene.**
- ▶ **9. Sincroniza tu marca con la de tu empleador.**
- ▶ **10. Empieza a contar las relaciones como parte de tus bienes disponibles.**