



## Marca personal

Esta es una huella, una señal, es lo que queda cuando ya no estamos presentes. Construir, potenciar y controlar tu propia marca personal te ayudará a generar nuevas oportunidades a la vez que te facilitará la consecución de metas y objetivos.

La marca personal es la manera en que te perciben el resto de personas gracias a cada acción que llevas a cabo, comunicas y transmites a diario tanto en el entorno digital como offline. Consiste en considerarse a uno mismo como una marca comercial con el objetivo de diferenciarse y conseguir un mayor éxito profesional. Una marca es algo que se construye día a día pues muestra quién eres y lo que te gusta hacer.

La marca personal es la manera de clarificar y comunicar aquello que nos hace diferentes y especiales y de emplear esas cualidades para guiar nuestra carrera o tomar nuestras decisiones estratégicas. Se trata de comprender cuáles son los atributos, las fortalezas, habilidades, valores y pasiones, que nos hacen únicos y de emplearlos para diferenciarnos de nuestros competidores y de nuestros iguales.

Para descubrir tu marca personal como profesional, debes ser consciente de quién eres, lo que sabes hacer y lo que tienes que mejorar para desarrollar tu trabajo con eficacia. Además, todo esto debe hacerse con una mentalidad de largo plazo, creando un plan de desarrollo profesional y personal. En definitiva, se trata de que cada persona asuma la responsabilidad de convertirse en protagonista de su futuro.

# Pasos para construir tu marca personal

**1. Define tus objetivos:** son de muy diversa naturaleza y pueden comenzar respondiendo preguntas como las siguientes:

- ¿Qué objetivos profesionales deseas?
- ¿Hasta dónde quieres llegar?
- ¿Conseguir nuevo empleo, clientes...?
- ¿Vender más?
- ¿Generar nuevas oportunidades y contactos...?
- ¿Dónde estarás en tres años?

**2. Determina tu público objetivo:** esto te ayudará a generar no solo un buen contenido sino el correcto para lograr tus metas. La definición de tu público objetivo está íntimamente vinculada a los objetivos fijados, así pues, debes tener presente a quién te quieres dirigir: colegas de profesión, clientes, proveedores, contactos, etc.

**3. Define tu mensaje y tono de comunicación:** ¿Qué quieres decir? Y ¿Cómo lo quieres decir? Sé totalmente fiel a ti mismo describiendo realmente quién eres. Sé positivo, abierto, motiva a tu público con el fin de generar confianza y con ello fidelidad a tu marca.

**4. Diseña tu imagen corporativa:** es necesario tener en cuenta aspectos tan relevantes como los siguientes:

- Identificar aquellos conceptos con los que se quiere que los usuarios reconozcan tu marca personal.
- Relacionar objetos o elementos que den valor a tu perfil de 'personal branding'.
- Color, tipografía... no olvides que estamos hablando de un proceso creativo y todo cuenta para ajustarse a tu identidad. Por ejemplo, según el tipo de color puedes expresar una u otra emoción.

**5. Planifica tus acciones:** todo el movimiento de tu marca personal ha de estar guiado bajo una planificación de determinadas acciones. Por lo general, se suele establecer un calendario de acciones, por ejemplo, para generar publicaciones en redes sociales, blogs personales, colaboración en otros sitios web, creación de videos, 'e-books', entre otros.

**6. Mide los resultados:** las métricas de la marca personal pueden generar un gran informe capaz de ofrecernos la dirección correcta para la estrategia de marketing personal.

## Informes:

Centro de Prácticas y Pasantías UAO  
cpp@uao.edu.co  
PBX: 602 318 8000, ext. 11426

