

Tu marca personal va más allá de aspectos superficiales como la manera en que te presentas en encuentros en la vida real, en tu tarjeta de presentación o en un curriculum digital o impreso o bien, en tu perfil capturado en algún sitio de Internet o red social.



Tu marca es tu reputación- la percepción que el mundo externo tiene de ti. Es la combinación de cualidades, valores, motivaciones, fortalezas y pasiones que despliegas, la que distingue tu promesa única de valor de la de tus compañeros y que les permite a aquellos que te evalúan, determinar si deben contratarte o hacer negocios contigo.



Necesitas identificar esas cualidades y características adentro de ti y comunicarlas en forma de un mensaje claro y consistente a través de múltiples canales de comunicación para que tu audiencia potencial lo reciba.

Para esto necesitas profundizar en la definición de lo que eres como marca.

Existen 10 puntos definitorios que pueden guiarte para una autoevaluación (autodiagnóstico). Dedícale tiempo a resolver este ejercicio. El resultado de tu esfuerzo será vigorizante y revelador.

I. ¿Cuál es tu visión y tu propósito?

Ve desde afuera el panorama amplio de tu visión del mundo y luego ve desde adentro cómo podrías actuar para que tu visión se convirtiese en realidad.

Toma un problema del mundo que te gustaría ver resuelto o un área de la vida que quieras ver transformada o mejorada.

Esa es tu visión.



¿Qué papel puedes desempeñar en hacer que esa visión ocurra?

Ese es tu propósito.

2. ¿Cuáles son tus valores?

Tus valores son tus principios guía, por ejemplo:

- ❖ equilibrio
- ❖ ser el mejor
- ❖ agilidad
- ❖ ecuanimidad
- ❖ desafío
- ❖ valor para tomar decisiones
- ❖ perseverancia
- ❖ motivación
- ❖ honestidad
- ❖ integridad
- ❖ pragmatismo
- ❖ sensibilidad
- ❖ estructura
- ❖ trabajo de equipo
- ❖ ser compartido
- ❖ vitalidad
- ❖ encanto personal



3. ¿Cuáles son tus pasiones?

¿Qué es lo que más disfrutas hacer en tu vida personal y de trabajo? Piensa en las actividades, intereses o tópicos de conversación que te fascinan y te llenan de energía. Tus pasiones es lo que te hace levantarte de la cama a las 6 de la mañana un sábado o te introduce en una animada conversación con otras personas. ¿Cómo convergen tus pasiones con lo que eres mejor haciendo?



4. ¿Cuáles son tus metas prioritarias para el año próximo, para dentro de 2 años y dentro de 5 años?

Trabaja en proyectar aquello que intentas lograr de manera que estructures un plan estratégico de acción para llegar allí.



5. ¿Cuáles son tus máximas cualidades (como marca personal)?

¿Cuáles serían los 3 ó 4 adjetivos que mejor describen el valor distintivo que tú ofreces?

¿Qué palabras usas para definir tu personalidad? Una vez que selecciones qué palabras serían las correctas, es una buena idea consultar un diccionario para precisar cuáles serían las palabras correctas. Algunos ejemplos podrían ser: colaborativo, persistente, enfocado al futuro, conectado, capaz de asumir riesgos, visionario, diplomático, intuitivo, preciso, emprendedor, ético, genuino, accesible.



6. ¿Cuáles son tus fortalezas centrales y tus habilidades más desarrolladas?

En qué funciones y responsabilidades eres capaz de llegar a la excelencia? ¿Para qué tipo de asuntos eres la **“persona indicada”** con quien acudir? ¿Cuál sería el hueco que tu empresa tendría que enfrentar si tú dejaras de repente el trabajo? Las posibilidades son ilimitadas, pero aquí van algunas sugerencias:

- ✓ Análisis
- ✓ colaboración
- ✓ liderazgo
- ✓ delegación de autoridad
- ✓ facultar y capacitar a otros
- ✓ pronosticar
- ✓ cálculo numérico
- ✓ anticipación de riesgos
- ✓ ser instructor de otros
- ✓ ser visionario
- ✓ ser vendedor
- ✓ ser internacional
- ✓ intuitivo
- ✓ diplomático
- ✓ manejador de conflictos
- ✓ buen diagnosticador de necesidades
- ✓ buena redacción
- ✓ buen escuchador
- ✓ buen comunicador



7. Obtén información de aquellos a quienes conoces mejor en el trabajo y en tu casa, donde sea.

La verdadera medida de tu marca es la reputación que tienes en la mente de los demás y en sus corazones. Fíjate como te presentan a otras personas. Pregúntales cuáles son tus principales cualidades y fortalezas centrales. ¿Qué tan bien se mantiene tu autodiagnóstico con su retroalimentación?



8. Haz un análisis FODA (Fortalezas-Debilidades-Oportunidades-Amenazas).

Las fortalezas y debilidades son internas y le hablan de tu valor potencial a un empleador. Las oportunidades y amenazas son externas y te ayudan a preveer lo que vas a enfrentar en los siguientes pasos de tu carrera. El FODA es un excelente ejercicio para estructurar tu marca personal que te prepara para enfrentar entrevistas y refuerza aspectos de estabilidad y crecimiento en tu carrera.

ANÁLISIS FODA



9. ¿Quién es tu audiencia-objetivo?

Determina dónde quieres encajar (tipo de puesto e industria). Conoce lo que (los decisores) personas de influencia o importancia en ese campo están buscando cuando califican o evalúan candidatos. Determina cómo puedes estructurar tu imagen de marca personal alrededor de palabras clave y contenidos con los cuales puedas atraerlos. Investiga donde pueden ubicarse estos actores clave y posíciónate donde puedan conocerte y tú puedas capturar su atención.



10. ¿Quiénes son tu competencia en el mercado y qué te diferencia de ellos?

¿Qué es lo que la gente que compite por los mismos empleos que tú típicamente puede ofrecer? ¿Qué es lo que te convierte en el mejor candidato a un puesto? ¿Qué valor(es) agregado(s) traes a la mesa que los otros no son capaces de ofrecer?



Conclusión.

El trabajo involucrado en definir y promover tu imagen de marca personal puede parecer desafiante pero tus esfuerzos serán ampliamente recompensados. En la búsqueda de empleo, tu imagen de marca personal puede ayudarte a quedar pre-seleccionado como un buen prospecto y posicionarte estratégicamente para dar el siguiente gran paso que esperas en tu carrera.

