

---

MANUAL DE MARCA PERSONAL

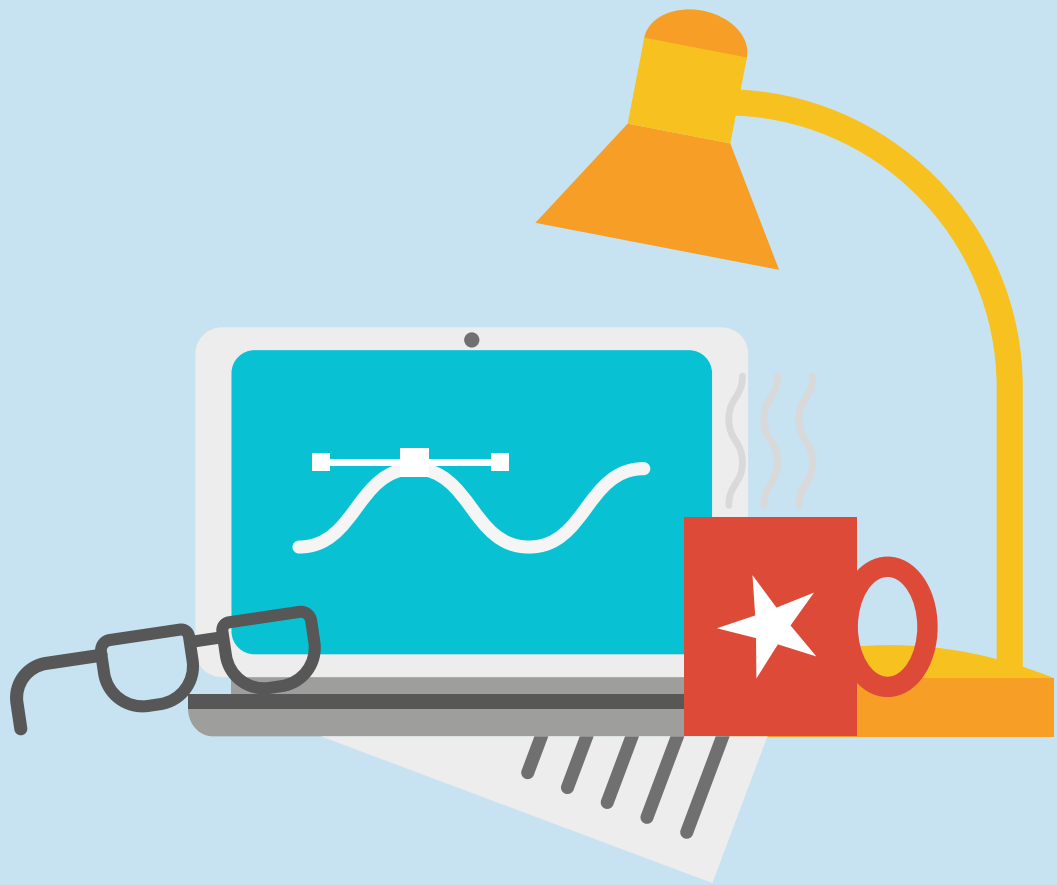
---

# CÓMO DESTACAR TU PERFIL PROFESIONAL EN INTERNET



# Contenidos

1. Introducción.....	4
2. ¿Qué es la Marca Personal?.....	5
2.1. Misión y elementos que conforman la Marca Personal .....	7
2.2. Ventajas de tener una Marca Personal fuerte .....	10
3. Estrategias, trucos y consejos para tu Marca Personal.....	11
3.1. Estrategias para tu Blog Personal o Profesional.....	13
3.1.1. Cómo escoger la Temática y el Título de tu Blog .....	15
3.1.2. Cómo planificar un Calendario Editorial.....	19
3.1.3. Cómo generar Contenido de Calidad.....	21
3.2. Trucos para ganar presencia en Redes Sociales.....	23
3.2.1. Prácticas aplicables a todas las Redes Sociales.....	25
3.2.2. Estrategias a medida para cada Red Social.....	31
3.3. Consejos para hacer Networking Online.....	35
3.3.1. Definición y ventajas .....	36
3.3.2. Las mejores prácticas online para hacer Networking.....	38
4. Conclusión.....	42



¿Te has parado a pensar por qué es tan difícil para tantos profesionales independientes que trabajan en Internet mejorar su visibilidad y captar clientes?

# Introducción

*El objetivo de este manual es dar respuesta a esta pregunta y, si te encuentras bajo este mismo interrogante, darte una solución.*

Piensa en grandes marcas, como McDonald's o Microsoft. Si bien es cierto que los recursos con los que cuentan grandes corporaciones como éstas no son para nada comparables con los de un freelance, sí que existe un elemento común y clave para la consecución de objetivos; la marca.

El hecho de que estas y otras firmas hayan llegado a posicionarse en nuestra mente, no es una casualidad. Todas y cada una de ellas supieron identificar su filosofía de negocio, y mimaron a su marca para que fuera fiel reflejo de ellas.

**¿Sólo las grandes empresas pueden crear y potenciar su propia marca?** La respuesta es clara; NO.

Con la paulatina aparición de empresas virtuales y profesionales 2.0, así como con toda la competencia que ello conlleva, generar una marca personal consolidada se ha vuelto una tarea fundamental para negocios online de todos los tamaños.

Por lo tanto, y en respuesta a la primera pregunta; **la clave para que un freelance tenga éxito en Internet está en contar con una marca personal fuerte.**

Tras leer este manual, comprenderás los entresijos del panorama virtual, así como el concepto de marca personal y todos sus beneficios. Además, podrás poner en marcha estrategias que te ayudarán a conseguir lo que te propongas.



# ¿Qué es la Marca Personal?

*“Aunque tú no lo sepas, todos tenemos una marca personal que generamos cada día con nuestro trabajo casi sin darnos cuenta.*

***La clave está en cuidarla.”***

Lo primero que debes tener muy claro, es que tu marca personal es lo que te va a definir como profesional, lo que va a hacer que tus clientes se decidan a contratar tus servicios, a leer tus artículos, o a comprar tus productos.

Dicho esto, y para que no quepa lugar a dudas, aquí tienes dos buenas definiciones del concepto de marca personal:

**Una definición básica:** *“La Marca Personal es tu esencia, el alma de todo eso que desempeñas profesionalmente y tanto valoran tus clientes.”*

**Una definición extendida:** *“Considerada como un arte, el concepto de Marca Personal se refiere al cuidado y la comunicación de los valores identificativos de un profesional a través de elementos diferenciales que destacan sobre la competencia.”*

## ¿Qué se entiende por elementos diferenciales de marca?

Estos hacen referencia a todo cuanto rodea a una marca y la hacen distinta al resto. Se incluyen desde los valores intangibles (como la personalidad o las cualidades), hasta los más mínimos detalles que puedan ser representados de forma visual.

Son estos elementos los que, si son cuidados de la mejor manera posible, te consolidan como profesional confiable y, de alguna manera, **“único”**.

Digamos que te sirves de tu **credibilidad** y la pones al servicio de la marca, de forma que puedes “convencer” a tus clientes de que deben quedarse contigo. Esto se lo debes hacer ver antes incluso de que hayan probado tus productos o servicios.

Por supuesto, esta transmisión de valor se debe materializar en aportes reales de forma constante en el tiempo, de manera que se produzca lo que se conoce como **“fidelización”**.

## 2.1. Misión y elementos que conforman la Marca Personal

Trabajar la imagen online, implica realizar un exhaustivo proceso de curación, especialmente al principio, dado que la misión de una marca personal es cumplir con todos estos **requisitos**:

- Dirigirse a una audiencia específica bajo un tono predefinido.
- Poseer una esencia única y diferencial.
- Asociarse instantáneamente con unos valores y prestigio.

De cara a destacar ante tan competitivo panorama, tu reto es hacer que tu perfil se adecúe a lo que tu audiencia quiere, y hacerle saber que precisamente tú tienes lo que necesita.

Pregúntate: ¿Quién eres?, ¿qué puedes ofrecer?, ¿quién es tu cliente ideal?, ¿cómo y en cuánto tiempo quieres conseguir resultados? Hacerte todas estas preguntas será lo que te ayude a definir la estrategia a seguir para posicionarte.

Responder a todos estos interrogantes no es una tarea nada sencilla, ¿verdad? Por ello, es importante que sepas identificar muy bien todos los elementos que existen alrededor de tu marca, para ir trabajando en ellos y que todo conforme una unidad.

*“Todo cuanto te propongas (tus objetivos, planes y estrategias) vendrá predefinido por los elementos de tu marca personal.”*

A grandes rasgos, estos elementos van desde todo lo relacionado con la comunicación y el **copywriting**, hasta los aspectos visuales que dan significado y esencia a tu imagen profesional.

Si bien es cierto que es muy importante definir el tono de comunicación según el tipo de audiencia al que te dirijas (no es lo mismo vender zapatos de tacón a mujeres de cierta edad que servicios de programación web para empresas), los **elementos visuales** como el logo son los que más te van a permitir jugar con tu imagen.

## La significación del logotipo y sus diferentes composiciones

La imagen de marca, ya sea a nivel corporativo o personal, hay que trasmitirla de forma clara, de manera que genere impresión en los usuarios de manera instantánea. Por ello, es importante contar con un logo de diseño sencillo para reclamar su atención.

Si quieres comprender mejor cómo funciona la significación de un logo, debes saber que ésta puede variar según la composición, color y estilo de tipografía.

Un logotipo puede quedar definido por diferentes conceptos, en función de cómo se compongan sus elementos icónicos y textuales:

- **Isotipo:** Es la parte icónica del logo.
- **Imagotipo:** Es la combinación entre el logo y el isotipo, donde lo icónico y lo textual están claramente diferenciados.
- **Isologo:** En este caso es cuando el texto y el icono conforman un elemento único, que dividido carecería de significación.

Plasmar ideas y conceptos en un logotipo, y saber de qué manera hacerlo para transmitir las impresiones adecuadas, es una complicada tarea que debe desempeñar un profesional en el área.



## ¿Cuáles son los 4 elementos básicos que conforman la imagen corporativa o marca personal?

Básicamente, una marca corporativa o personal, queda definida en su totalidad por los siguientes elementos:

- El color.
- La tipografía.
- La filosofía de negocio.
- El producto o servicio que se vende.

Por ponerte algunos ejemplos, y para que entiendas la significación de los factores visuales y la importancia de definir paso a paso los elementos de tu marca personal, debes saber que:

1. **La significación de los colores varía** en función a la tonalidad, los rasgos culturales de la audiencia, la combinación entre ellos y la visibilidad del soporte donde se exponen.
2. **La tipografía no deja de ser un elemento diferenciador** de una marca. Sus formas, espaciados y tamaños en función al soporte, ofrecen experiencias visuales completamente distintas.
3. **Definir tus productos y servicios, será el último paso** a dar a la hora de definir los elementos de tu marca personal, ya que estos deberán ir acordes con tu filosofía de negocio y las necesidades del sector.

## 2.2. Ventajas de tener una Marca Personal fuerte

El concepto de marca personal, y el hecho de que tú mismo puedas darle forma, se centra en la idea de que lo que se está transmitiendo con ella es, en realidad, tu esencia “humana”.

Una marca tiene un ciclo de vida (nace, se desarrolla, madura y muere) y conversa con nuestros clientes sobre todo lo que les podemos ofrecer.

**¿Y por qué es tan importante cuidarla bien?** Básicamente, porque tu marca es tu carta de presentación y te aporta ventajas o beneficios como éstos:

- Te posiciona como referente en tu sector (“top of mind”).
- Te ayuda a identificar tus propios valores.
- Da valor a tus productos y servicios.
- Te hace más fuerte a la hora de competir.
- Te permite atraer nuevos clientes con más facilidad.
- Aumenta las posibilidades de conocer nuevos socios y de hacer networking.
- Mejora tu visibilidad online, ya que otros hablarán de ti.
- Mejora tus perspectivas de negocio.
- Genera grandes dosis de autosatisfacción profesional.

**¿Estos beneficios son tangibles a corto plazo?** Aunque podríamos pensar que la verdadera creación de marca y la aparición de sus primeros beneficios se producen en fases más avanzadas de un negocio, en realidad, puedes empezar a trabajarla desde una fase inicial de búsqueda de nuevas oportunidades.



# Estrategias, trucos y consejos para tu Marca Personal

*“El éxito de tu marca se basa en descubrir cuál es ese problema dentro del sector que tú puedes solucionar mejor que la competencia”.*

**Llegados a este punto, seguramente te estés preguntando: ¿Cómo se crea una marca personal fuerte en Internet?** Recuerda que el hecho de contar con una marca personal de manera “innata”, no quiere decir que ya esté todo el trabajo hecho.

Para poder beneficiarte de sus ventajas, ya sabes que debes haber trabajado todos sus elementos, haber definido su misión y, en concordancia con todo ello, pasar a definir las estrategias a llevar a cabo para darte a conocer.

En este sentido, tienes que estructurar muy bien tu **plan de acción**, de manera que todo funcione bajo tu esencia y filosofía. Por ello, debes:

1. Identificar tus fortalezas y debilidades.
2. Analizar a tu audiencia y a tu competencia.
3. Definir objetivos, valores y tono de comunicación.
4. Diseñar un plan de acción coherente y mantenerlo en el tiempo.
5. Aplicar los elementos de tu marca personal siempre de forma regular.
6. Analizar resultados y realizar cambios cuando sea necesario.

A la hora de posicionar tu marca en Internet y potenciar estrategias de marketing online efectivas, hay 3 herramientas que no deben faltar en tu plan.

**¿Qué te parece si hablamos de cada una de ellas más a fondo punto por punto?**

En los siguientes apartados, descubrirás los aspectos y estrategias más importantes para fortalecer tu marca personal.

### 3.1. Estrategias para tu Blog Personal o Profesional

En primer lugar, hay que destacar el blog como herramienta de posicionamiento online por excelencia. Tanto a nivel de SEO, como bajo una perspectiva de branding, tener un blog es algo que no debes cuestionarte.

Tener un blog te va a permitir potenciar y sacar el máximo partido a tu marca gracias a la aportación de **contenido de valor y relevancia** para tu audiencia.

#### ¿Se pueden perseguir los mismos objetivos con un blog personal que con un blog profesional?

La respuesta es **SÍ**. En todo momento, el objetivo que se está persiguiendo es el de lograr una mayor visibilidad y repercusión online gracias a poder contar con una marca más fuerte o, si lo prefieres, de referencia.

El uso que luego des a ese prestigio generado, será el que determine si podrías considerar a tu blog como una herramienta más personal que profesional, aunque realmente el matiz entre uno y otro es casi inapreciable.

Es al hablar de **blogs corporativos o de empresa**, cuando el objetivo se restringe mucho más hacia la captación de clientes y la generación de ingresos.

Indistintamente, un blog es (junto a las redes sociales) un canal de promoción a través del cual puedes comunicarte con tu público objetivo bajo tu propia imagen y según la estrategia de marketing de contenidos que estés siguiendo.

**Esto es sólo un fragmento de introducción.**

Puedes descargarte la versión completa aquí:

<https://es.semrush.com/ebooks/marca-personal-internet-linkedin/>