

Guía 17.

Cómo hago el plan de mi marca personal





- **¿Para qué sirve un plan de marca personal?**
- **¿Qué cuestiones debo considerar al realizar mi plan de marca personal?**
- **¿Qué puntos clave tengo que tener en cuenta?**

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.

La 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. En síntesis, es la idea positiva, clara y poderosa que viene a la mente de los demás cuando piensan en ti. Es en lo que destacas (valores, capacidades, habilidades, acciones) y que los demás asocian contigo.

Si vas a poner en marcha tu marca personal, es aconsejable aplicar un plan de marketing que te permita conseguir el éxito del proyecto. Para ello, debes partir de una serie de premisas básicas:

- **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.

Además, existen cinco puntos clave que te permitirán enfocar con éxito tu plan de marca personal. Son los siguientes:

- **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.

El desarrollo de un plan de marketing personal agrupa la definición de siete áreas de desarrollo. Se trata de éstas:



- **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.
- **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.
- **Diagnóstico aceptado:** Se trata de la realización de un análisis DAFO que presente las debilidades a corregir, las amenazas de las que te debes proteger, las fortalezas que se deben potenciar y las oportunidades a aprovechar.
- **Fijación de objetivos:** Aquí se debe determinar la Misión, la Visión y los Objetivos del plan.
- **Estrategia de marketing:** Se establecen aquí los Objetivos (hasta dónde se quiere llegar), las Estrategias (cómo vamos a hacerlo) y las Acciones (concretar la estrategia).
- **Acciones y gestión:** Se concretan las diferentes acciones (descripción, porqué, cuándo y cuánto).
- **Revisión y control:** 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.

Tu marca personal es la huella (única e intransferible) que dejamos en los demás.

Más información

Manual "Marca personal":

<http://www.emprenemjunts.es/index.php?op=13&n=5628>