



COMUNICADORA VISUAL. ESPECIALISTA EN: IMAGEN PERSONAL
MI OBJETIVO ES MEJORAR LA IMAGEN DE PROFESIONALES DEL MARKETING ONLINE



Flor Peña
Comunicadora Visual

USTED ES EL PRODUCTO
más importante para su Negocio.

Su Imagen Personal como factor determinante para su Negocio por Internet.

SOBRE MI EBOOK

Mi ebook está destinado a emprendedores de negocios por internet: Inversores de bolsa de valores, internet marketers, gestores de blogs y plataformas de comercio electrónico que están proyectando actividades online.

Prohibida su reproducción sin autorización previa.

© 2015 FLORPEÑA.COM. Todos los derechos reservados.

¿QUÉ ES LA IMAGEN PERSONAL?

La imagen personal es la imagen adecuada para cada uno de nosotros.

Refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás

Cuando hablamos de Imagen personal, no nos referimos solo a la vestimenta sino a algo mucho mas amplio que incluye también la postura, los movimientos, los rasgos físicos, la manera de caminar, la mirada, la risa, el tono de voz, la higiene, la cortesía, la educación, etc. Es decir, es un estilo de vida, una forma de ser y actuar y cada persona tiene la suya.

¿CUÁL ES SU IMPORTANCIA?

La imagen personal es lo primero que los demás ven de nosotros y, aún sin pronunciar ninguna palabra, podemos transmitir datos y proyectar nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

Es necesario mantener una coherencia entre cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje: *apariciencia exterior, tono y modulación de la voz, gestos e indumentaria*. Cuando alguno de los elementos no armonizan con el resto coloca al oyente en la disyuntiva de creer lo que escucha o lo que ve.

La imagen personal es como una foto, lo que los demás ven de nosotros en una mirada rápida. Por otro lado, la buena presencia, ser y sentirse agradable a la vista de los demás, hace a las personas más seguras de si mismas, lo cual mejora su desarrollo personal, profesional y social.

“La primera impresión es la que cuenta”

SEGURIDAD EN TI MISMO

Según los psicólogos sociales, cuando se produce el encuentro con una persona, el período crítico son los primeros 5 minutos y las impresiones que se forman durante ese tiempo persisten y se refuerzan. Como dicen la frases populares: "La primera impresión es la que cuenta" y "No existe una segunda oportunidad para causar una primera impresión".

La regla de oro para transmitir una buena imagen es: "estar a gusto y seguro con uno mismo".



La imagen personal empieza en un descubrimiento de nosotros mismos. Si sólo lo centramos en la fachada, lo que haremos será presentar a los demás alguien que no somos y que, en la mayoría de los casos, lo único que está haciendo será actuar hacia los demás.

¿POR DONDE EMPEZAR?

La imagen personal empieza en un descubrimiento de nosotros mismos. Redescubrirnos significa darnos cuenta de quienes somos. Es un proceso muy sencillo y, a la vez, una forma que tenemos de quitarnos de encima todo lo superfluo.

En un primer momento lo que tenemos que ver son: *los puntos negativos a nivel personal, qué es lo que nos gusta de nosotros y en qué nos equivocamos*. Al mismo tiempo también valorar cuáles son nuestros puntos positivos y que es lo que nos gusta de nosotros. Lo más importante es la sinceridad con uno mismo.

Una vez que tengamos esto claro lo demás es un poco más sencillo. Tenemos que tener en cuenta que lo que nosotros mostremos a los demás es la imagen que los demás recibirán de nosotros, por eso es muy importante ser sinceros con si mismos a la hora de que nos conozcan.

¿EN QUÉ SE BASA TU IMAGEN?

La imagen personal se basa en unos factores muy concretos: **la personalidad, el carisma, vestuario, actitud y la credibilidad.**

SOBRE LA PERSONALIDAD:

Cuando nos referimos a la personalidad, nos referimos a que la persona se tiene que mostrar tal como es. Nadie le cae bien a todo el mundo, nadie es feliz las 24 horas del día, nadie está perfecto siempre. Todos tenemos muchas virtudes y defectos y lo que tenemos que hacer es *aprovechar lo mejor de cada uno y los defectos, corrigiéndolos poco a poco.* Mostrarnos tal cual somos es un punto positivo para nosotros y para la gente que nos rodea y, si la aplicamos a la parte laboral, mucho mejor porque eso crea, en muchos aspectos y situaciones, lazos positivos de confianza tanto para ti como para los demás que pueden ser muy positivos en el trabajo.

¿EN QUÉ SE BASA TU IMAGEN?

SOBRE EL CARISMA: El carisma es algo que se va trabajando cada día, con una actitud positiva y con las ganas de mejorar a nivel individual. La actitud es muy importante, ya que si es positiva, si es buena y la trabajamos ganaremos muchísimo a la hora de lograr lo que queramos.

SOBRE EL VESTUARIO: En cuanto al vestuario, también es importante para la imagen personal pero tampoco tenemos que parecer alguien que no somos. Lo mejor es, si tenemos cualquier duda en ese aspecto, contar con alguien que nos ayude, de su punto de vista independiente, con ello.

SOBRE LA CREDIBILIDAD: es importante que las personas que conozcamos, ya sea en el ámbito privado como en el ámbito profesional, sepan a quién tienen delante de ellos, qué confían en nuestro potencial porque confían en la persona, en quién es, cómo es y en lo que transmite a los demás.

LA IMAGEN DE TI EN RELACIÓN A TU NEGOCIO

Durante mucho tiempo se ha establecido una fuerte analogía o comparación entre lo que es un producto de consumo masivo en un supermercado, con una persona.

Se ha comprobado que una persona (un emprendedor, un político, un estudiante, un vendedor) puede mercadearse empleando las mismas técnicas que se emplean para mercadear a un producto de supermercado.

En ese sentido, es válida la afirmación de que USTED ES EL PRODUCTO...



Los ojos de sus clientes potenciales están sobre usted... y sobre sus competidores.

¿A quién comprarán finalmente? ¿Por quién se decidirán?

Usted tiene en sus manos la capacidad de influir para que la decisión del cliente recaiga sobre usted.

¡USTED PUEDE SER EL PRODUCTO ESCOGIDO!



Todas las técnicas del mercadeo pueden aplicarse a usted, como persona, TODAS, desde la formulación del producto hasta su relanzamiento.

Por ejemplo, si usted ha llegado a una etapa de obsolescencia en su trabajo, o al menos de “estabilidad pasiva”, por medio de las técnicas del relanzamiento puede lograr de nuevo vigencia y alta visibilidad.

Ese lanzamiento podría incluir desde un nuevo empaque, o el mejoramiento del contenido, o el hacerse más visible, o el agregar un “plus” de producto a su persona.

Un producto se vende en un supermercado por dos razones principales:

Ellas son: **Empaque y Contenido.**

Los mercadólogos saben que un buen producto con un mal empaque no se venderá; pero también saben que un producto “no tan bueno”, con un mejor empaque y un buen plan de mercadeo, tiene mayores posibilidades de venderse que un buen producto que tenga un mal empaque.

Usted también es contenido y es empaque. Su contenido (el 85% de su potencial de éxito) es todo lo que usted lleva por dentro, lo que su “comprador” encontrará en usted cuando “lo abra”.

Tiene que ver con sus conocimientos, sus estudios, sus habilidades, sus destrezas, sus fortalezas para hacer cosas. Tiene que ver con su entusiasmo, sus habilidades para relacionarse con la gente, con cuán bien conoce usted el trabajo que desempeña. Es, en suma, la esencia de usted mismo.



El empaque cuenta mucho.

Su empaque es todo lo que su comprador percibirá de usted desde el plano externo: Blog, Redes Sociales, Foros, Páginas de captura, etc. Es usted mismo como empaque más el entorno en que usted está inmerso.

El buen Emprendedor.

El buen emprendedor online, desde la perspectiva de la aceptación en su proyecto o empresa y de los clientes, tiene un buen empaque y un magnífico contenido, y está consciente de que el mundo lo tratará primero como la gente lo perciba.

En mercadeo hay una verdad lapidaria: la percepción es más importante que la realidad. Lo que la gente crea, lo que su comprador piense, eso es... sea verdad o no.

LA PRIMERA IMPRESIÓN:

Los estudios indican que las personas comienzan a hacerse una primera impresión de usted a los 7 segundos de conocerlo y que ya a los 4 minutos de haberlo conocido tienen una fuerte primera impresión. Nadie, repito, nadie, tiene derecho a una segunda primera impresión.

Usted aprovecha ese impacto inicial, cuando la mente de su cliente está abierta a percibirlo y está analizándolo (subconscientemente la mayoría de las veces), o usted encontrará dificultad posterior en modificar esa primera impresión que causó.

Los primeros 15 minutos de una película determinan la calidad de la misma, los primeros 30 segundos de un vídeo en youtube determina si el visitante se queda o se va, por lo que sí, la primera impresión cuenta, debe enganchar.

Los sentidos físicos en la percepción de las personas:

Todo nos entra por los sentidos físicos. Al pensar en su proyección como ejecutivo, piense en 4 sentidos físicos de sus consumidores:

LA VISTA: Cómo nos vestimos, nuestra apariencia física (el cuerpo), cómo caminamos, cómo nos movemos, nuestros gestos, la mirada, cómo nos sentamos, etcétera.

EL TACTO: Cómo damos la mano, cómo tocamos a la otra persona, si invadimos su espacio privado o no, si proyectamos un "aura" positiva a nuestro alrededor.

EL OÍDO: Cómo hablamos, el vocabulario, el tono de la voz, la velocidad, lo que decimos, el timbre de la voz y otras características de nuestra voz.

EL OLFATO: Aquí entra, obviamente, todo lo que el "cliente" o interlocutor pueda percibir de nosotros por su nariz: nuestro aliento bucal, el perfume o colonia que utilicemos, el olor natural del cuerpo.

LA CARA ATRAE EL 80% DE LA ATENCIÓN

De todo su cuerpo, su cara será la receptora del 80% de la atención que su interlocutor le brinde. Así que debe considerarla como la "cara principal" del producto del supermercado.

Piense en todos los elementos que incluyen su cara: sonrisa, afabilidad en sus facciones, sus dientes, su limpieza facial. En todo se fija su cliente.

Pero hay más: otros elementos que están relacionados con la cara, o cerca de ella, también son de suma importancia:

Su bigote, si usted es hombre. Si usa bigote, trate de mantenerlo bien recortado. Que sea "un bigote ejecutivo". Su maquillaje. Si usted es mujer, procure usar un maquillaje discreto, sin mucho "rojo" en la cara. Sus anteojos. Interesantemente, las personas que usan anteojos son percibidas como "más intelectuales" que quienes no los usan. Su peinado. El cabello sobre la cara es relacionado por el público general con la "juventud" y con la "falta de intelectualidad. Un cabello peinado para atrás, o al menos que deje ver mayor porción de la frente, podría ser más provechoso en el "look" ejecutivo.



Decimos más con el cuerpo que con las palabras y somos más sinceros.

El cuerpo es un elemento magnífico de comunicación y es la tarjeta de presentación de una persona, que debe ir acompañado del control del lenguaje verbal y no verbal.

SIGNIFICADO DE ALGUNOS COLORES AL USARLOS

NARANJA:

Comunica: Diversión, Positivismo, Abundancia.

Lo negativo: Inmadurez, frivolidad.

¿Cuándo usar el color naranja? Para eventos o reuniones donde necesites llamar la atención.

VERDE:

Comunica: Calma, renovación, riqueza, balance.

Lo negativo: Poco formal, poco serio.

¿Cuándo usar el color verde? Cuando eres líder de proyectos y necesites mostrar tu creatividad.

AZUL MARINO (Navy):

Comunica: Lealtad, confianza, liderazgo, tranquilidad.

Lo negativo: Muy conservador, poco creativo.

¿Cuándo usar el color azul marino?
Ideal para entrevistas de trabajo.

ROJO:

Comunica: Energía, fuerza, coraje, poder.

Lo negativo: Agresión, sensualidad, confrontación

SIGNIFICADO DE ALGUNOS COLORES AL USARLOS

GRIS

Comunica: Formalidad, neutralidad.

Lo negativo: Inmadurez, frivolidad.

¿Cuando usar el color gris? Donde quieras comunicar un aire sofisticado.

NEGRO

Comunica: Autoridad, atemporal, poder, formal.

Lo negativo: Depresivo, falta de energía, falta de confianza.

¿Cuando usar el color negro? Ideal para reuniones en las que requieras que te tomen en serio.

BLANCO:

Comunica: Apertura, inocencia, organización.

Lo negativo: Distante, color muy frío.

¿Cuando usar el color blanco? Úsalo cuando necesites comunicar neutralidad o comienzo de nuevos proyectos.

LA IMAGEN QUE PROYECTAS EN TU NEGOCIO

Recuerde: USTED ES EL PRODUCTO
mas importante para su **Negocio** y un producto se vende por dos razones principales: **Empaque y Contenido.**

Empaque lo que ven de usted y **Contenido** (lo que su "comprador" encontrará en usted cuando "lo abra") lo que usted tiene dentro: Habilidades, destrezas, conocimientos etc.

Por tanto debe proyectar una imagen (empaque) que sea congruente con lo que usted es, con lo que usted sabe (contenido) y a su vez con sus productos y servicios, por el tipo de cliente ideal, y el estrato social en el que se encuentran (su nicho de mercado).

El empaque es fundamental pero a la vez es importante fortalecer y potenciar el contenido. Ambos deben ir en concordancia a sus propósitos y objetivos. Equilibrados.

La Imagen que proyectas en tu Oferta de Negocio:

Cuando tenemos una gama de productos y servicios, estos van destinados a un propósito en especial, a un grupo de personas, si estos tienen un precio bajo, el renglón de destino de la promoción toma un curso diferente a cuando ofreces o vendes productos de precios altos. No es por menospreciar pero los productos tanto de gama baja como gama alta vinculan sensaciones, colores y formas completamente opuestas.

Es como el Pop Art y el Minimal Art. El primero es para casi todos, el segundo no.



No sé si en tu pueblo hacen perfumes, o zapatos propios de tu localidad, fíjate en su marketing, en su logotipo, en sus locales físicos, en sus afiches, **¿qué ves?** Normalmente te hacen sentir en tu pueblo, no en otra parte. Normalmente estos son diseñados de forma cutre, niche, tukki, como es el caso de mi pueblo, en el que tu ves los pósters, afiches, y demás publicidades y te asustas!

A diferencia de ver un producto como es Lady Million (por cierto es mi perfume favorito de Paco Rabanne) donde figuran una serie de formas gráficas, colores, emociones que están relacionados al lujo, al glamour, ¿por qué? puesto que no todas las clases sociales van a poder adquirirlo con facilidad, este producto y muchos de los de Paco Rabanne, deben crear una armonía de atracción de personas que sí tienen poder adquisitivo para pagar por sus productos sin resistencia, y los que no, pues al demostrar glamour y elegancia, invitan a que si formas parte, al adquirir sus productos tu también tendrás eso en ti, y eso es lo que les hace vender, No a todo el mundo sino a un grupo exclusivo de personas.

La imagen y las emociones que proyectas son muy importantes en el proceso de venta de algún servicio o producto, por lo que primero que nada tendrás que hacer un análisis de qué tipo de productos ofreces, cual es su precio, y que solucionan, muy bien, para enfocarlo a un nicho específico y diseñar acorde a esto para que sirvan de promoción efectiva en tu mensaje y oferta irresistible.

*El cliente puede llegar a ser el rey, pero no es el director de arte.
El diseño es un plan para ordenar elementos de la mejor manera posible para llevar a cabo un propósito particular: Promover, entretener, enseñar, VENDER.*



El arte es como la masturbación. Es egoísta e introvertido y para tí solo. El diseño es como el sexo. Hay alguien más involucrado, sus necesidades son tan importantes como las tuyas, y si todo va bien, ambas partes están contentas al final.— Colin Wright.

Lo Anterior, tiene que ver con que Arte puede ser cualquier cosa, pero diseño es la fusión de muchos aspectos, no solo entre diseñador – cliente, sino también diseñador – cliente – clientes del cliente, porque el diseño debe ser funcional... debe vender para lo que se destina, no es solo para que se vea guapo!

ELEMENTOS BÁSICOS PARA POSICIONAR TU IMAGEN PERSONAL:

- Debes tener un logotipo. Si tu negocio eres tú, debes tener una identidad corporativa que te represente y que sea la esencia de ti, y a través de la cual partiran los diferentes diseños de cara al usuario:

Blog: Cabecera, Banners laterales y de contenido. Iconos.

Redes Sociales: Banners, Portadas y Encabezados de Fanpage, Twitter, Google, Youtube, Instagram, Pinterest, linkedin.

Los medios donde te ven (Redes Sociales, Blog y cualquier otro medio que uses) debe ir ligado a tu identidad corporativa: Formas, fuentes y colores de tu logotipo. Al concepto de tu marca.

¿Si piensas en la marca apple qué te viene a la mente? Pensamos en la manzana de su logo pero también en sus productos de alta calidad, de gran tecnología.

CREAR TUS PERFILES EN REDES SOCIALES:

Puedes hacer esto de dos formas:

Gratis: Haciendo uso de una herramienta gratuita que te permite hacer por ti mismo los perfiles para tus redes sociales principales:

Autreplanete.com/ap-social-media-image-maker/

Pago: Puedes solicitar mis servicios VIP en:

Florpeña.com

Obtendrás una atención personalizada y enfocada a tu nicho de mercado.

ELISABET PONSA

Es una emprendedora de negocios online. De entre sus negocios, su principal en su momento fue Weconproject donde generaba ingresos colaborando con el medio ambiente.

Para la realización de su imagen, nos basamos en su propia marca personal (su identidad corporativa) y la marca personal de Weconproject, a manera de fusionar ambos aspectos visuales en un común.

Una fotografía dedicada, los colores y formas utilizadas refuerzan el concepto y objetivo principal para su nicho de mercado.



EJEMPLO VISUAL

Detalles visuales visita: <http://bit.ly/ElisabetP>



La imagen que proyectas es muy importante para atraer a tu cliente ideal, ese cliente que comparte ciertos intereses en común contigo y que tiene los medios para solicitar tus productos y servicios, sin dudarlo, sin rechistar, por lo que es fundamental considerar todos los aspectos que conciernen a ti y plasmarlos para mostrar la mejor versión de ti mismo en tu marca.

Teniendo en cuenta el tipo de empresa o negocio que posees, los conceptos básicos de ello, tu brief, es a partir del cual se generan las distintas formas de enfocar la imagen de tu emprendimiento, esto determina que sí y que no plasmar en el diseño.

Proyectar una imagen adecuada te abre las puertas no solo a tu cliente ideal sino a más proyectos a mediano y largo plazo, incrementa tu branding personal, el valor de tu marca y como tal la relevancia de tu persona en el mercado donde te encuentras. Es una forma determinante de diferenciación en tu nicho de mercado, de tu competencia. Hay que echarle siempre un gran vistazo a todos los que hacen lo mismo que tú haces y desde esa información diseñar tu imagen personal auténtica y que sea diferente al resto.

MÁS INFORMACIÓN:

Puedes comunicarte conmigo a través de ideasflowerdesign@gmail.com o soporteflorpc@gmail.com

Sígueme en Twitter: [como @Flormpecasique](https://twitter.com/Flormpecasique)

Sígueme en Facebook: facebook.com/MarcaPersonalFlorP

Visita mi sitio web: Florpeña.com

Gracias por leer esta pequeña guía deseándote todo el éxito, crecimiento profesional y emocional.

Atte. Flor Peña.