

PILARES FUNDAMENTALES EN LA GESTIÓN DE TU MARCA PERSONAL

Este ebook ha sido desarrollado por **Flor Peña y Esperanza Floris** con la finalidad de plantear las bases para tu **marca personal**, pieza fundamental en el éxito de tus emprendimientos. Por lo que queremos agradecerte de corazón, por haber descargado este ebook.

Flor Peña es Comunicadora visual, asesora de imagen en internet y negocios digitales, con amplia experiencia en imagen de marca personal para emprendedores, [clik aquí para saber más.](#)

Esperanza Floris es Neurotrainer con certificación internacional, asesora de negocios online, y dirige uno de los programas de entrevistas online más importantes del mercado: Cuéntame de ti, [clik aquí para saber más.](#)

Este ebook resume la experiencia que tenemos en relación a la **marca personal**, y lo que nos ha ayudado a conseguir objetivos en nuestros proyectos.

Es una forma de transmitirte nuestra visión, y que puedas enfocar tu personalidad con tus ideas de trabajo, para mostrar lo mejor de ti y que esto te ayude no solo a obtener aceptación y reconocimiento en el mercado, sino beneficios económicos para vivir de tu negocio.

De nuevo, gracias, y puedes contactar con nosotras a través de nuestros sitios web:

Esperanza Floris | Esperanzafloris.com

Flor Peña | Florpeña.es

★*Este ebook solo será compartido a través de nuestros canales de información, por lo que no está permitido su distribución ni reproducción sin autorización.*

Atte.

Esperanza y Flor

Te voy a enumerar lo que encontrarás en este ebook de información:

1. [QUÉ ES LA MARCA PERSONAL](#)
2. [CÓMO SE GENERA TU IMAGEN DE MARCA PERSONAL](#)
3. [POR DÓNDE EMPEZAR A GESTIONAR TU MARCA](#)

- **Fase de Reflexión.**

¿Quién eres? y ¿Qué te diferencia?

Fijar tus metas ¿A dónde quieres ir?

Acotar tus mercados.

Evaluar tu actual posicionamiento.

- **Fase de Acción:**

Comunicar.

Revisar y ajustar

En este ebook encontrarás 2 materiales adicionales para ti:

- *15 preguntas fáciles para crear tu misión personal.*
- Lienzo para pensar y ejecutar tu modelo de negocio.

¿QUÉ ES LA MARCA PERSONAL?

Según wikipedia: La **marca personal**, en inglés *Personal Branding*, es un concepto de desarrollo personal consistente en considerar a determinadas personas como una marca, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales. Surgió como una técnica para la búsqueda de trabajo.

Desde que nacemos tenemos una **imagen de marca personal**. Quienes nos conocen tienen una representación mental de nosotros (imagen) e incluso pueden tener una opinión respecto a nosotros (reputación). Tanto si somos conscientes como si no. **Lo de crear una marca personal desde cero a mi me parece un poco contradictorio porque no partimos de cero.**

“La marca personal no es lo que tú piensas que eres, si no lo que los otros perciben de ti”.

Pero, ¿Cómo se ha generado mi imagen de marca personal? pues, hay muchos factores que influyen que te comentaré a continuación.

¿CÓMO SE GENERA TU IMAGEN DE MARCA PERSONAL?

El punto inicial de este proceso eres tú, con tu identidad y marca asociadas. Ya sea de forma casual o programada, a través de tu aspecto personal, las personas con las que te relacionas, tu comportamiento y de tus gestos, de lo que de ti puede encontrarse en Internet, de las palabras que pronuncias y de los mensajes que emites, y la lista de acciones a través de las que “te manifiestas” de forma activa o pasiva es realmente muy larga.

Estas manifestaciones de tu identidad y de tu marca llegan a las distintas personas que forman tu entorno. Ni todas tu acciones llegan a todos, ni siempre puedes controlar quién recibe qué. Lo que es seguro, es que cada una de ellas recibe algunas de esas proyecciones, las convierte en percepciones y las organiza en su mente, formando su propia representación mental de ti. Para ello, ha utilizado sus propios filtros. No es un proceso consciente, es más bien un proceso automático que se rige por mecanismos emocionales.

En este proceso es importante saber que, como **marca personal** que desea obtener una determinada imagen en sus distintos públicos, sólo puedes influir en tu **imagen de**

marca personal a través de los mensajes que proyectas y a través de los canales que utilizas para ello. Así es como consigues generar las percepciones que cada persona acumulará para formar su propia representación mental de ti. Lo que te será mucho más difícil –por no decir imposible– es influir en los filtros individuales que cada persona aplica para formarse su propia imagen de ti, porque eso forma parte de su propia personalidad, creencias y de su escala de valores.

En este proceso hay que tener en cuenta los siguientes puntos:

- Primero somos vistos.
- Luego, somos oídos.
- Finalmente, somos comprendidos.

(Marie Louise Pierson en “La imagen personal”)

¿POR DÓNDE EMPEZAR?

Ahora que conoces el proceso por el cual se ha generado la **imagen de marca personal** que ya tienes, llega el momento de preguntarte **cómo puedes empezar a gestionar de forma eficiente todo lo que tiene que ver con tu imagen y con tu reputación:** hay que poner en marcha un plan de marketing personal, que consta de dos partes fundamentales. La primera consiste en un proceso de reflexión a través del que descubrir quién eres, qué quieres y quién puede ayudarte a conseguirlo. Seguidamente, hay que

pasar a la acción, buscando la máxima visibilidad y utilizando para ello todos los medios a tu alcance.

En la FASE DE REFLEXIÓN debes preguntarte lo siguiente:

1. ¿QUIÉN ERES? ¿Qué te diferencia?

Puede ser lo más difícil de este proceso. Se trata de descubrir **dónde** aportas valor y **qué** te hace diferente.

Identifica qué puedes aportar al mercado que sea diferente y que cubra una necesidad. **DEBES SER UN SOLUCIONADOR DE PROBLEMAS DE TU MERCADO.**

¿Cuáles son tus valores? ¿Eres más bien inconformista? ¿Una persona trabajadora? ¿resolutiva? ¿cercana?... Pregunta a los que tienes alrededor, para ver cómo te perciben los demás.

¿Qué es lo que te apasiona realmente?

¿Qué otras personas son tus referencias? No se trata de copiarlas sino de tomarlas como inspiración, dando tu toque personal y haciendo cosas nuevas.

¿Cuál es tu historia? Tienes que tener clara tu historia. La gente conecta con emociones. **¡Tu historia es tu gancho!**

Cada uno de nosotros debe resaltar su singularidad, porque es la forma de diferenciarse y ser auténticos.

Todos podemos estar trabajando en lo mismo pero cada quien tiene el **DEBER** (si no quiere morir en el intento) de identificar lo que le hace diferente de los demás en cuanto a carácter, personalidad, habilidades y destrezas para hacerlas notar y que sea esto lo que te haga único.

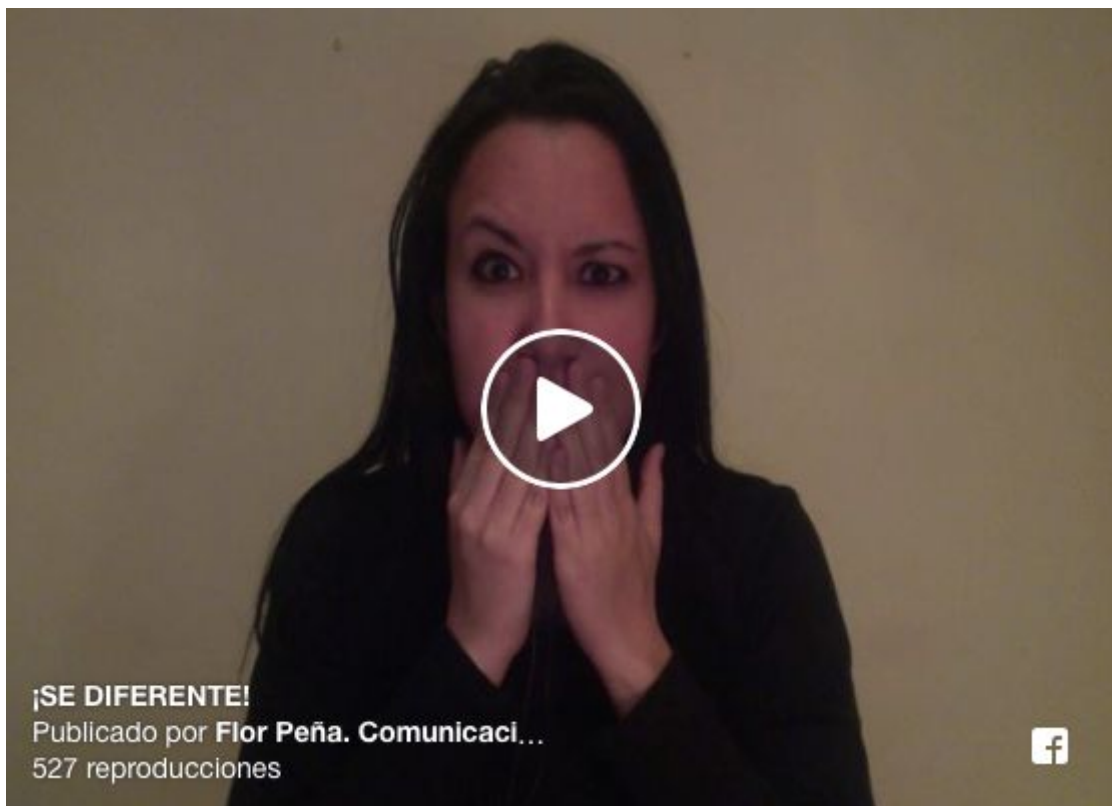
***Descubre en 15 preguntas fáciles
para crear tu misión personal
[clic aquí y descarga gratis](#)***

Es fundamental que tu marca personal esté muy ligada a tus fortalezas y a las oportunidades que encuentras en el entorno para desarrollarlas.

Lo que funciona es ser uno mismo, ser auténtico. Eso sí, siempre mostrando y dando visibilidad a lo mejor de ti.

Estamos a favor de las ovejas de colores. Incluso sin ser de colores, pero teniendo una conducta diferente a las demás hace que se note frente al grupo, y eso es lo que buscamos: **exposición, y quedar en la memoria de las personas que nos conozcan, para elegirnos una y otra vez.**

Te invito a ver el siguiente vídeo: SÉ DIFERENTE. Donde hablo un poco sobre resaltar tu singularidad SIEMPRE.



2. Fijar tus metas: ¿A DÓNDE QUIERES IR?

Tener claro la dirección en la que quieres avanzar. Saber a dónde te diriges es imprescindible para acertar el camino.

Es importante trazarse metas a corto, mediano y largo plazo, con fecha incluida, pues esto funciona como una ruta de viaje. **Debes tener un mapa hacia dónde quieres ir, a donde quieres llegar y sobre todo un por qué.**

Por qué haces lo que haces, un por qué que el solo pensarlo te haga llorar: llorar de emoción, de alegría, de orgullo, de felicidad.

3. ACOTAR TUS MERCADOS

Es importante establecer cuáles son tus pequeños mercados, esos grupos que pueden ayudarte -ya sea directa o indirectamente- a conseguir tus objetivos. Es a ellos a quienes debes enfocar tus esfuerzos de comunicación para crear alianzas estratégicas.

Debes identificar quién es tu Buyer persona, tu cliente ideal, tu segmento de mercado, porque ***“si quieres ser todo para todos, no serás nada para nadie”***.

¿Dónde vive? ¿Cómo consume contenidos? ¿En qué canales? ¿Qué temáticas le interesan más? ¿Quién y qué les influye? ¿Qué puedes aportar? ¿Cuánto tiempo tiene para consumir contenido? ¿A qué retos se enfrenta en su día a día?

Una vez que tengas toda esta información escrita, ponle sentido y narra una historia que le defina, que te permita darle no sólo nombre y apellidos, sino también personalidad.

Conociendo tu cliente ideal se te será más fácil transmitir mensajes a través de los distintos canales que utilices, y ser

tu mismo porque sabes que te van a entender los que **tú** quieres que te entiendan.

4. Evaluar tu actual posicionamiento

El analizar el punto actual en el que estás te permite poner en marcha un proyecto, una estrategia, una inversión, y reconocer el qué te falta para mantenerte o ir por más.

La FASE DE TOMAR ACCIÓN consiste en:

1. Comunicar

Esta es la parte más práctica y trata de conseguir visibilidad transmitiendo los mensajes y utilizando los canales que mejor proyectan tu **imagen de marca personal** (por ejemplo, tu propio aspecto, tus palabras, tu presencia en Internet o tu relación personal y digital con las personas y organizaciones que forman los entornos en los que te mueves) y mejor llegan a tus distintos públicos.

Aquí entra un aspecto muy clave de la neurolingüística y es que el mundo en el que vivimos es percibido de modo diferente por cada persona. Tenemos 5 sentidos pero en general, cada uno de nosotros utilizamos un sentido o dos por encima de otro para interactuar con el medio, y del cual, obtener información, por ello es muy importante utilizar distintos canales para abarcar y posicionarnos en el

mercado, no solo desde el plano offline sino online, en texto, audio, vídeo a través de: blogs, redes sociales, youtube, podcast.

2. Revisar y reajustar

Debes estar atento a las consecuencias de tus acciones y al resultado de tus estrategias. Si no son los deseados (o los que habías previsto), tienes que reajustar tu plan de actuación, buscar ayuda, un mentor, tomar inversiones o capacitaciones necesarias para obtener resultados que quieres.

MI CAPACIDAD DE INFLUENCIA EN LOS DEMÁS: COHERENCIA = CREDIBILIDAD

- 7% comunicación verbal (lo que digo)
- 38% tono de voz (cómo lo digo: tono de voz, intención, entonación, silencios...)
- 55% lenguaje corporal e indumentaria (imagen visual: morfología, gestos, manera de andar, relación espacial, posturas, expresión del rostro, estilo de ropa...)

(Dr. Lair Ribeiro en "Comunicación eficaz")

***Descarga Gratis el lienzo para pensar y ejecutar
TU MODELO DE NEGOCIO
[clic aquí y descarga gratis](#)***

Te invito también a revisar este artículo [clic aquí](#)

¿NECESITAS ASESORÍA PERSONALIZADA CON FLOR PEÑA O ESPERANZA FLORIS?

LAS MENTORÍAS PRIVADAS ESTÁN ESPECIALMENTE INDICADAS PARA TI SI...

1. Tienes un negocio local y quieres llevarlo a internet.
2. No tienes un negocio actualmente pero quieres emprender uno junto conmigo.
3. Quieres crear tu propio blog y tener presencia en internet.
4. Quieres tener una imagen profesional para tu marca personal, negocio local o en internet, y requieres de mi asesoría y servicio, para contar con la promoción adecuada según tu nicho de mercado.
5. Quieres o necesitas material promocional para tus infoproductos: ebooks y cursos online.

¿QUIERES EMPRENDER ONLINE?

Nos dedicamos a trabajar con un grupo reducido de personas para enseñarles a emprender y generar ingresos online con las metodologías que utilizamos...

**¿Quieres saber Cómo?
¡Solicita más información!**



¡Gracias por descargar este material! si tienes dificultades en su comprensión o ejecución solicita asesoría personalizada con Esperanza o Flor, a través de sus sitios webs:
Esperanzafloris.com o Florpeña.es

Si tu deseo es emprender online, también puedes comunicarte con alguna de nosotras para orientarte y ofrecerte nuestra metodología y sistemas exactos.

