

TUTORIAL CÓMO POTENCIAR LA MARCA PERSONAL

¿Qué es la marca personal?

La marca personal es lo que te diferencia a ti del resto y aquello por lo que otros te conocen en la red. El personal branding es la rama del marketing que se dedica a construir y potenciar nuestra marca personal de acuerdo a nuestros objetivos prefijados. O dicho de otro modo, es ese paquete que contiene nuestro conocimiento, nuestra imagen, nuestro nombre y demás caracteres que nos identifican y los presenta al público de una forma ordenada y coherente con vistas a conseguir un objetivo prefijado.

Una Marca Personal está compuesta de decenas de elementos que van desde el interior de la persona hasta la forma de gestionar la percepción que los demás tienen de nosotros. Esos elementos son los que van a hacer que seamos percibidos como profesionales valiosos y fiables.

La Marca Personal nos ayuda a descubrir y comunicar aquello que nos hace útiles y valiosos para otros. Aumenta nuestro valor e influencia y con ello conseguimos mayor control sobre nuestra vida y carrera profesional.

Una Marca Personal consigue lo mismo que una marca comercial: que seas la opción preferida entre varias posibilidades.

Estamos en un mercado laboral competitivo, saturado y en el que los profesionales somos homogéneos. Una Marca Personal nos hace sobresalir como profesionales independientes o como representantes de la marca de nuestra empresa.

Para los profesionales la Marca Personal es la garantía de que serán valorados como corresponde.

Conócete a ti mismo

Antes de crear y promocionar tú marca personal debes de conocerte bien a ti mismo. ¿Por qué? Porque si no conoces bien lo que eres capaz de hacer ni lo que realmente quieres conseguir en tu vida personal y profesional mucho menos sabrás como planificar tu estrategia de personal branding.

Responde con sinceridad las siguientes preguntas: ¿en qué soy bueno?; ¿qué cosas hago mejor que la mayoría de gente?; ¿qué me diferencia del resto de profesionales?; ¿Cuáles son mis habilidades y destrezas?; ¿Cuál es el medio en el que me siento más a gusto?; ¿estoy preparado para “la fama” / ser conocido por otros?; ¿qué cosas me hacen disfrutar como un niño?; ¿cuáles son las actividades que cuando me pongo con ellas parece que el tiempo pase volando?; ¿qué trabajo estaría dispuesto a hacer sin cobrar?; ¿Cuál es mi trabajo soñado?; y otras preguntas por el estilo.

Una vez respuestas y plasmadas en papel ya tendrá una imagen bastante certera de tu verdadero “yo”.

Consiste por recapitular en definir tu marca personal y para eso es fundamental que te plantees las siguientes preguntas y les des respuesta: *¿Cuáles son tus puntos fuertes? ¿Cuáles son los valores que defiendes? ¿Qué calidades y factores te hacen diferente de los demás? ¿Qué objetivos tienes en la vida y la carrera? ¿Cuál es tu personalidad?*

Cuál es tu nicho de mercado principal

El siguiente paso es tener claro tu nicho de mercado principal. ¿Por qué decimos principal? Porque los seres humanos no somos unidimensionales, tenemos diferentes cosas que nos gustan y otras tantas que se nos dan bien. Pero aunque eso es cierto, vas a tener que elegir una profesión y un nicho de mercado principal, pues la estrategia de personal branding la centraremos en tu especialidad y en tu nicho elegido.

Cualquier cosa que te puedas imaginar tiene su nicho de mercado. ¿Te gusta dibujar y se te da bien? Entonces eres dibujante y tu nicho es la producción de dibujos. Puedes estrechar o ampliar tu nicho cuanto quieras. Cuanto más estrecho más fácil te será diferenciarte del resto y destacar de los demás. Cuanto más abarque tu nicho más competencia tendrás y más difícil destacar. Por ejemplo, podrías decidir que tu nicho es la producción de dibujos de animales para películas de animación. Es posible que no puedas llegar a estar entre los mejores dibujantes del mundo pero si trabajas duro puede que si lo logres entre los mejores dibujantes de animales de películas de animación. Además ¿cuántos dibujantes especializados en animales para películas de animación hay? Seguro que muchos menos que dibujantes sin especialidad. Con una buena estrategia de personal branding las posibilidades de hacerte bien conocido por la industria son muchas.

Cuáles son tus targets

¿A dónde apunta tu campaña de personal branding? Eso lo decides tú. ¿Quién te interesa que sepa de ti y de tu trabajo? La mayoría de las veces serán aquellas personas que puedan contratar tus servicios, tus potenciales empleadores o clientes. Una vez sepas tu especialidad y tu nicho es mucho más fácil identificar a tus targets.

No estreches demasiado tu marca personal

No cortes tu marca personal centrándote tan sólo en tu especialidad. Como ya dijimos antes, los seres humanos somos complejos y con muchas capas diferentes. La vida da muchas vueltas y uno no sabe como soplarán los vientos. Debes de centrarte en tu nicho de mercado principal pero tu audiencia tiene que saber también que otras especialidades o aficiones tienes. ¿Por qué? Pues simplemente para que, si las circunstancias cambian, puedas saltar de una especialidad a otra, según mejor te convenga. Por ejemplo, eres cocinero pero también te encanta el fútbol. En este caso centra tu campaña de personal branding en tu imagen como cocinero pero de vez en cuando deja a tu audiencia saber que te apasiona el fútbol. Si en el futuro te apetece dejar de ser cocinero podrás centrarte en el fútbol y a nadie le sorprenderá, pues ya conocían esa faceta tuya. Además, mostrar tus distintas facetas ayuda a humanizar tu marca

(hay marcas personas que están totalmente deshumanizadas) y te acerca a otras personas que comparten tus mismos intereses.

No diluyas demasiado tu marca

Las fronteras deben de estar claras. Tu espacialidad y nicho debe de quedar muy claros. Es ahí donde centrarás tus esfuerzos. Tan sólo de vez en cuando puedes mostrar que tienes otros intereses. Si diluyes tu marca la gente se confundirá y no sabrá a qué atenerse cuando te vean. Cuando lean tu nombre tienen que poder decir: “mira ahí está otra vez Pedro el escritor de novelas de miedo”.

Normalmente un buen canal para potenciar nuestra marca personal es la red en su inmensidad. Pero para ello antes de comenzar debemos saber lo que la red dice de nosotros y muchos os preguntareis ¿Cómo puedo hacer eso? Pues es muy sencillo y para ello debemos poner en práctica el egosurfing que es **buscar en la red, en bases de datos, medios escritos u otros documentos menciones del propio nombre o de los demás** (Sean Carton y Gareth Branwyn). Esto nos permitirá tener un punto de partida. Por supuesto, si la red no dice nada de vosotros no pasa nada y aunque a priori no existáis para ella todo se puede enmendar.

El egosurfing comienza por buscaros en cualquiera o en varios de estos buscadores:

www.google.com

www.sputtr.com

www.123people.es

www.socialmention.com

www.polymeta.com

Ponemos un ejemplo con el segundo buscador (sputtr)

The screenshot displays the sputtr search engine interface. At the top, the sputtr logo is centered above a search bar containing the text "Juan Martinez de Salinas Murillo" and a "Search" button. Below the search bar, it states "Includes fresh search results from your favorite sources:" followed by icons for various search engines. A quote reads "A truly useful multi-search-engine." and the copyright year "© 2010" is shown.

The main search results area shows "Results 1 - 10 for Juan Martinez de Salinas (0.30 seconds)". The results are categorized into several vertical panels on the right: Images, Videos, Twitter, News, and Wikipedia. The main content area lists several results:

- Ads by Google:** Salina Case Vacanze (www.holidayhousing.it) - Locazioni settimanali Isole Eolie Weekly rentals - Aeolian islands
- El Blog de Recursos Humanos:** by Juan Martinez de Salinas. 4 Comments. Leyendo un post de Oliver, del blog Juan Martinez de Salinas El éxito en el mundo laboral y empresarial no se ... (www.elblogderrhh.com/)
- Juan Martinez de Salinas Murillo - Spain | LinkedIn:** Ver el perfil profesional de Juan Martinez de Salinas Murillo (Spain) en LinkedIn. LinkedIn es la red de negocios más grande del mundo que ayuda a ... (es.linkedin.com/pub/juan-martinez-de-salinas-murillo/79a5/339)
- Blogger: User Profile: Juan Martinez de Salinas:** Juan Martinez de Salinas. Gender: Male; Astrological Sign: Taurus; Industry: Human Resources; Occupation: Profesional de Recursos Humanos en búsqueda de ... (www.blogger.com/profile/18260464394131472675)
- JUAN MARTINEZ DE SALINAS MURILLO - Orientador profesional ...:** Contact JUAN MARTINEZ DE SALINAS MURILLO! Join the business network XING - Membership is free and without obligation. Contact now. Already a member? ... (www.xing.com/profile/JUAN_MARTINEZDESALINASMURILLO)

Vemos que este buscador nos clasifica la información por bloques (videos, imágenes, twitter, noticias, etc.) sobre la persona o materia que estamos indagando.

El estar en la red tiene relación directa con la reputación online que es *una casación entre lo que somos y hacemos y lo que se dice que somos y hacemos.*

¿Qué es la reputación online?

La reputación es lo que se dice sobre nosotros, sobre lo que hacemos, la opinión que los demás tienen de nosotros, es decir, es un compendio de cosas que conforman la reputación que tenemos. *A ella, ayudan a generarla las personas que nos conocen, que trabajan con nosotros, que han tenido alguna experiencia laboral más o menos intensa.* **Aunque no debemos olvidar que también pueden existir personas que opinen sobre nuestro trabajo sin conocernos ni tener ninguna relación con nosotros y, en función de su influencia, nos puede causar mayor o menor daño.** Yo siempre digo que en el mundo real, si uno es fiel a lo que dice con lo que hace y, además, es consciente de que todos nos equivocamos, asumiendo que no tiene nada que ocultar, no debe tener ningún miedo sin olvidar ser precavido.

¿Cómo construir la reputación online?

Para construir una reputación online de forma adecuada debéis tener claro que no todo vale; vuestras actuaciones conllevan consecuencias tarde o temprano.

Antes de nada, habría que contestar a las siguientes preguntas: *¿Por qué queréis estar en la red? ¿Cómo queréis que os vean los demás? Y por último ¿Cómo os ven ya las personas que están en la red?* Porque no olvidemos que todo lo que hagáis genera una opinión en los demás.

Para empezar, **os recomendamos ser fieles a vuestro estilo, es decir, debéis ser vosotros mismos y no interpretar papeles o roles que no sois. De la misma forma, se debe asumir que caer bien o gustar a todo el mundo es imposible.**

La red requiere conversación, interacción y establecimiento de sinergias de diversa índole con otras personas. *No podemos pretender hacer monólogos e ignorar las opiniones, dudas y críticas constructivas de otras personas con presencia en los diversos medios sociales disponibles en la red.*

Igualmente, **debemos identificar qué plataformas sociales existentes en la red son las más adecuadas para nuestros objetivos, intereses, para encontrar al tipo de personas al que queremos dirigirnos y con los que queremos conversar, etc.**

El estar en la red no significa pretender recibir solamente, es decir, no podemos pretender ir en modo “*Yo he venido a hablar de mi libro*” y eso significa que todo lo demás no os interesa u os resulta indiferente. **En la red debemos ofrecer, aportar y participar, sin pretender esperar nada a cambio a priori; después pueden llegar cosas insospechadas.** Por supuesto, con esto no quiero decir que debáis ofrecer vuestros servicios o trabajos gratuitos porque en la red, como en el mundo real, existen personas sin escrúpulos que no valoran el trabajo de los demás. *Una cosa es colaborar y participar con otras personas sin esperar recompensa alguna y otra muy distinta, “hacer el primo”.*

De la misma forma, en nuestra presencia en la red debemos dejar claro **quiénes somos, qué hacemos, qué aportamos, etc. para que las**

personas que nos visiten o que dialoguen con nosotros se hagan una idea clara de nuestro perfil. No podemos pretender saber cosas de los demás sin intercambiar información de nosotros mismos. *Porque, como dice un amigo mío, si no quieres que te pregunten, el primero que no debe preguntar eres tú.*

Debemos saber dialogar en la red con personas de todo tipo y eso requiere asumir que, en muchas ocasiones, escucharemos cosas que no nos gustan porque contradigan nuestra postura. **No se puede pretender tener siempre la razón o que todos los demás piensen lo mismo que nosotros porque la libertad significa diversidad de criterio y de acciones.** Así que la soberbia se debe dejar en casa porque si no, debéis asumir lo que os puede acarrear. *Por supuesto, la diversidad no significa que debamos tolerar faltas de respeto e insultos hacia nuestra persona porque ante este tipo de actitudes, la mejor compañera de viajes es la ignorancia más absoluta.* El entrar en su juego es ponernos a su altura que es lo que quieren esas personas y esto nos hace perder la razón y el respeto.

Debemos responder a las personas que nos pregunten cosas y dudas aunque sea tarde. La red supone dialogo con otras personas. Si pretendemos hacer monólogos la red no es nuestro lugar porque llegará un momento que con toda razón se nos ignore. Por supuesto, cada uno debe comportarse en la red como quiera siempre que aporte cosas y respete a los demás. *No podemos pretender que todas las personas se comporten de la misma forma porque cada uno somos de una forma aunque siempre existen unos mínimos que todos debemos cumplir.*

La reputación conlleva esfuerzo y trabajo, es decir, debemos ser consistentes y seguir con nuestro trabajo porque todo lleva un proceso continuo en el tiempo, es decir, las cosas no ocurren de un día para otro.

Igualmente, debemos preocuparnos, dialogar y dedicar nuestro tiempo en la red a las personas que nos siguen, que participan en las conversaciones que generamos y que están ahí para lo bueno y lo malo. Si no les dedicamos tiempo nos quedaremos solos. *El tiempo de los demás es igual de importante que el nuestro, independientemente de quien sea la otra persona.*

Constantemente debemos ponernos en el lugar de los demás porque así conseguiremos llegar a gente que, a priori, puede parecernos extraña. **A veces, las personas más interesantes pueden ser las que nos lleven la contraria, generando interesantes debates e intercambios de opiniones que pueden aportarnos mucho a las dos partes.**

Os recomendamos **que os marquéis plazos de tiempo para ir haciendo autocrítica de vuestra presencia en la red, de la opinión que creéis que los demás tienen de vosotros y de todo en general porque esto os dará alternativas de qué cosas debéis cambiar para dar un giro al rumbo que lleváis en el mundo en la red.** Al fin y al cabo, todos sabemos lo que está bien y lo que está mal, la cuestión es hacerlo o no.

A continuación vamos a dar las pautas adecuadas para comenzar a potenciar vuestra marca personal:

1. Identifica tus capacidades y destrezas

¿Qué cosas se te dan bien? ¿Qué actividades hacer mejor que la mayoría? Identifícalas y perfecciónalas con trabajo continuo día tras día. No malgastes el tiempo tratando de imitar a los demás. No quieras adquirir nuevas destrezas que por naturaleza no se te dan bien pues te llevará mucho tiempo y esfuerzo con pobre resultado. Utiliza bien las armas que tienes y destroza a tu competencia con ellas.

2. Identifica tu medio

Si se te da bien escribir tu medio de expresión principal ha de ser la escritura. Si hablas bien delante de la cámara tu medio es el video. Si eres tímido delante de la cámara tal vez lo tuyo sean los audio-podcasts.

3. Identifica tu campo de especialidad y nicho de mercado

Seguro que has escuchado muchas veces eso de “dedícate a tu pasión y serás feliz, exitoso y afortunado”. Bueno tal vez no con estas mismas palabras pero sí su mensaje. La pasión es la llama que te permitirá trabajar cuando otros descansan y disfrutar mientras lo haces. Si te sientes desgraciado con tu trabajo es que te falta pasión por lo que haces en él. Ves pasar los días y te sientes encerrado en un camino sin salida. Estás corriendo sin parar en una rueda de hámster y, aunque sabes que tanto esfuerzo no te llevará a donde tú quieres, la inercia de la rutina y el miedo al cambio te impiden abrir los ojos.

La pasión no siempre se presenta de forma evidente en nuestras vidas. De hecho, la mayoría de personas necesitan pensar en ello durante meses e incluso años. Difícilmente llegarás a buen puerto si no sabes hacia donde te diriges. Coge papel y bolígrafo, anota estas preguntas y pásate en silencio el tiempo que haga falta hasta que las respondas con sinceridad. Puede que tardes meses en responderlas pero lo que habrás ganado a cambio del tiempo invertido será de un valor incalculable para ti.

Sin más demora aquí te dejamos las **10 preguntas que tienen que ayudarte a descubrir tu pasión en la vida:**

- ¿Mi vida está yendo cómo yo quiero o simplemente me estoy dejando arrastrar?
- ¿Qué actividad estarías dispuesto a hacer día tras día sin cobrar nada a cambio?
- ¿Qué actividad cuando la llevas a cabo hace que pase el tiempo sin que ni siquiera te des cuenta?
- ¿Si pudieras elegir qué cosa harías para el resto de tu vida?

- ¿Sobre qué tema lees mucho sin resultarte tedioso o aburrido?
- ¿Cuáles son tus libros favoritos?
- ¿A quién envidias?
- ¿Si viajaras en el tiempo elegirías de nuevo lo que ahora haces o lo cambiarías? ¿Qué cosa elegirías?
- ¿Qué cosa hace que se dispare tu creatividad?
- ¿Qué cosa haces con mucha facilidad y mejor que la media?

4. Identifica a tus targets

¿A quién quieres que llegue tu mensaje? ¿A quién te interesa que sepa más de ti y de tus contenidos? Generalmente se trata de tus potenciales empleadores y clientes.

5. Esloganízate

Busca un eslogan que describa a la perfección quien eres y cómo quieres que los demás te vean. Por ejemplo, si eres un cocinero especializado en pescado y marisco tu eslogan podría ser: “Ramón Serrano el Barba Negra de los fogones”. Si eres un especialista en Social Media podría ser: “Juan Sancho el oráculo de las redes sociales y las tendencias 2.0”. Ojo, estos eslóganes no tienes porque usarlos si no quieres, pues más bien están pensados para ayudarte a no perder de vista cuál es tu objetivo. Evitarán que te vayas por otros derroteros y te ayudarán a centrarte en tu nicho.

6. No diluyas tu marca personal

Si tu nicho es el marketing online para pequeñas empresas concentra tus esfuerzos en transmitir al mundo que tú eres un experto en eso. Si, por el contrario, tratas con la misma intensidad temas de especialidades diferentes corres el riesgo que tu marca pierda nitidez y, con ello, pierda también fuerza. No confundas a los receptores de tus mensajes. Tu marca tiene que llegar fuerte y clara a tu audiencia. Cualquier persona que vea tu nombre tiene que poder decir: “mira aquí tenemos a Juan Rodeillo el experto en motos”.

7. Deja a la gente conocer tus otros intereses y aficiones

Ahora bien, aunque lo dicho arriba es cierto, debes de tratar de mostrar a tu audiencia que tienes otros intereses que ocupan tu tiempo. De vez en cuando muestra al mundo que otras cosas te gusta hacer y conoces en profundidad. Nunca se sabe qué ocurrirá en el futuro y tal vez más adelante te interese saltar de un nicho a otro.

8. Necesitas tener un blog personal que sea tu centro de operaciones

Necesitas un blog donde ofrezcas información al detalle sobre quién eres, qué sabes hacer y cuáles son los productos que vendes o los servicios que ofreces. Además, en tu blog debes de compartir de forma regular tus conocimientos sobre el tema de tu especialidad. Así demostrarás que eres un experto y que vales lo que pides. Todos los demás perfiles que tengas en redes sociales o en cualquier otra plataforma de social media deben de apuntar a tu blog.

9. Evita hacer promoción directa de tus productos o servicios

En internet se ha de evitar hacer promoción directa. En vez de eso, mantendrás tu sitio limpio de publicidad y mensajes que puedan verse como spam y te limitarás a compartir tus conocimientos sobre los temas de tu especialidad. Pon a la vista, en tu blog, los productos y servicios que ofreces pero de forma sutil y sin agobiar. Lo importante es que tu visitante sepa qué vendes u ofreces y este, si le gusta lo que compartes y necesita tus productos o servicios, ya se encargará de buscar más sobre ello. Tu no vas al visitante rogándole que compre tus productos o contrate tus servicios, es el visitante el que, después de comprobar que eres todo un experto, decide dar el paso hacia ti.

10. Utiliza tu propio nombre y apellido como dominio de tu blog

Cómpralo antes de que sea tarde y te lo quiten. El nombre es uno de los activos más importantes que tienes. Tu nombre es crucial para tu marca. Es tu principal signo distintivo frente al mundo. No lo desaproveches. No lo acortes ni hagas experimentos raros. Nombre y Apellido. Si tu apellido es muy largo no te preocupes. Seguro que no es peor que Schwarzenegger, y míralo ahora, conocido mundialmente. Compra siempre que puedas un dominio .com, a falta de ese .net.

11. Utiliza tu propio nombre y apellido para todas las plataformas que utilices para conectar con tu audiencia

Utiliza tu nombre en tu canal de youtube, tus cuentas de facebook, twitter y demás redes sociales o profesionales y, en definitiva, cualquier plataforma que utilices para dar a conocer tus contenidos.

12. Tu foto debe de poder verse a simple vista en todos tus perfiles y, obviamente, también en tu blog

Elige tu mejor foto. Querrás mostrar tu mejor imagen al mundo. Intégrala en el diseño de los fondos de tus perfiles y de tu blog para que no se vea puesta con calzador.

13. Tu foto debe aparecer en todos los comentarios que dejes en otros blogs

Queda muy triste que cuando dejas un comentario en otro blog, cosa que recomiendo que hagas a menudo, en vez de aparecer una buena foto de tu rostro salga un dibujito de anónimo. Si quieres vender tu marca tu foto es imprescindible que aparezca en cuantos más sitios mejor, más aún si la puedes añadir a un comentario tuyo. Quieres ser percibido como un experto en la

materia ¿verdad? Pues entonces compórtate como tal y deja ver al mundo la persona que está detrás de esos maravillosos comentarios.

14. Todos tus perfiles y tu blog tienen que tener un diseño consistente y unitario

Esto no quiere decir que deban de ser totalmente calcados pero sí que tengan un estilo similar. Si tu blog tiene un look zen con colores neutrales tu fondo de Twitter no debería ser naranja chillón.

15. Un buen diseño es imprescindible

Quien diga lo contrario no sabe de lo que habla. En personal branding un diseño profesional que te diferencie de los demás es crucial. Si no te lo puedes permitir empieza con lo que tengas pero debes de hacerte uno tan pronto como puedas. Si quieres que te tomen en serio y no como un chapuzas necesitas un buen diseño, no tan sólo para tu blog sino para todos tus perfiles y canales también. Yo te recomiendo que no llenes tu blog de elementos molestos. No satures al visitante. Recuerda el dicho: “menos es más”, y en cuestiones de diseño de blogs los looks limpios y simples han demostrado su eficacia.

19. No utilices las redes sociales como plataformas de dictado

En otras palabras, no debes usar las redes sociales para bombardear continuamente tus contenidos. En vez de eso, comparte enlaces de otras personas de interés, envía mensajes interesantes y, sobre todo, conversa con tus seguidores, te hayan hablado ellos primero o no. Sé social sin reparos.

20. Muestra a tus seguidores, con sinceridad, que te importan

Pregúntales sobre sus proyectos e intenta buscar elementos o intereses comunes, si los encuentras crearás un lazo que fortalecerá vuestra relación.

21. Debes de estar accesible a tu audiencia

Si alguien te dice algo tú respondes. No seas el típico que pasa olímpicamente de sus seguidores y de lo que le dicen. Muchos twittereros parece que estén sordos y hacen como si la cosa no fuera con ellos. Debemos respetarlos, pues cada uno con su Twitter y con su pelo hace lo que quiere, pero no lo compartimos. Una buena pregunta que puedes hacer es: ¿En qué os puedo ayudar? Si tienes suerte habrá gente que necesite de vuestra experiencia y os pregunte algo. Resolved su duda y mostraréis al resto de vuestros seguidores que sois una buena persona, que te preocupas por ellos y que sabes de lo que hablas. Tú no vendes humo tu aportas valor y cambias las cosas a mejor.

22. Trata de convertir una mala crítica en una buena

Te sorprenderías como cambia la gente si el objeto de la crítica razona con ellas. Si ves que no hay forma de convertirlo de que la cosa quede en tablas no eches más leña al fuego.

23. Nunca respondas a comentarios o críticas destructivas

Hay gente que se le ve a la legua que lo que quiere es hacer daño. A esa gente ni caso, pues no habrá forma de convertir sus comentarios en positivos. Más bien al contrario, estará buscando cualquier excusa para torpedearte.

24. Nunca hagas nada que pueda poner en entredicho tu buena reputación

En el personal branding los errores se pagan y muy caros. Estamos hablando de lo más importante que tienes: tu buena reputación. No hablamos de un producto sino de tu persona. No querrás verte hundido para siempre ¿verdad? Pues entonces actúa siempre con responsabilidad y mide muy mucho tus palabras en las redes sociales y las cosas que dices en tus contenidos. Tampoco te obsesiones, se trata de ser comedido y respetuoso y punto.

25. Dirígete a la gente por su nombre

Trata a cada uno de tus seguidores como si fuera único y no como uno más de tú lista. Son pequeños detalles que marcan la diferencia.

26. Haz entrevistas a personas influyentes de tu nicho y acepta las solicitudes de entrevistas cuando te las hagan

Las entrevistas son perfectas para darte a conocer y para llegar a más gente. Si la entrevista es en audio o video mejor que mejor. Lo bueno de las entrevistas en audio es que suelen durar más y son perfectas para demostrar tu valía y tu conocimiento. Además que son una herramienta ideal para hacer networking.

27. Conviértete en cuenta cuentos

Durante miles de años el saber se ha pasado de unos a otros mediante cuentos e historias que los ancianos contaban a los más jóvenes. Lo llevamos en los genes: nos encantan las historias. ¿Cuál es tu historia? ¿Qué tiene de especial? Cuenta tu historia siempre que se presente la ocasión y a la gente le será mucho más fácil acordarse de quien eres y qué haces. Usa las historias cuando vendas productos y servicios pues ayudan a conectar con tus clientes de una forma emocional. El cliente se sentirá identificado con el caso que le plantees y eso le hará más propenso a comprar. Además, una buena historia es entretenida y lo entretenido gusta y lo que gusta se comparte con otros. Así que conviértete en cuenta cuentos. También son un buen recurso las anécdotas, ya sean propias, ajenas o inventadas para la ocasión.

28. Sé auténtico

Esto es clave. Tienes que mostrarte tal y como eres sin postizos ni artificios. La naturalidad te hará más humano y, por ello, más cercano con tu audiencia. No nos referimos tan sólo en los videos sino también cuando intervengas en entrevistas, charlas, conferencias y, cómo no, en los artículos que publiques en tu blog. Habla como una persona normal y corriente y no trates de impresionar

o de ser demasiado formal. La profesionalidad no está reñida con el trato cercano. Cualquier cosa que haga que tu material sea más auténtico mejor.

29. Diferénciate de tus competidores

Imagínate que llegas a una fiesta de etiqueta y todos visten traje negro. Como tú también lleves traje negro lo llevas claro. Te va a costar horrores diferenciarte para bien del resto de “competidores”. Ahora bien, ¿qué pasaría si a la misma fiesta apareces con una flor roja en la solapa? Yo te lo digo: todo el mundo se fijaría en ti y en tu detalle de la flor. Demostrarías que tienes una personalidad fuerte y generarías curiosidad e interés a tu alrededor. Ahora, no tan sólo puede que algunos se te acerquen a hablar sino que, además, cualquier cosa que cuentes será escuchada con más interés. ¿Cómo aplicar este consejo? Busca cualquier cosa que te pueda diferenciar de la competencia, sin hacerte parecer un loco claro.

30. Calidad y Paciencia es la fórmula del éxito

Obviamente, lo que más va a ayudar a tu marca personal es lo que tengas que aportar a la comunidad. Aunque la mona vista de seda mona se queda. Y así es, si tu contenido apesta da igual que tengas el mejor diseño de la blogoesfera que nadie va a dar tres duros por ti. Ahora bien, si tu contenido es muy bueno la cosa cambia y mucho. Tus contenidos son tu carta de presentación al mundo: cada artículo, cada video y cada tweet, si me apuras, es tu currículum 2.0. Aprovecha esta fantástica oportunidad que nos brinda el mundo en el que nos ha tocado vivir y explótala al máximo compartiendo sólo lo mejor de ti. Si de una forma constante subes contenidos de gran calidad tarde o temprano el efecto boca a boca entrará en acción y catapultará tu marca personal hacia el objetivo final que podáis tener. No podemos pretender llegar triunfar y es cuestión de constancia porque a veces vuestra oportunidad puede tardar en llegar más de lo esperado. La clave es saber mostrar lo que sabes en los lugares donde pueden estar las personas interesantes para ti.

Además no lo olvides cualquiera puede mostrar lo que sabes hacer y de lo que es capaz en la red, es decir, un cocinero, un mecánico o cualquiera es cuestión de planificarlo y echarle imaginación para cual es la mejor forma de llegar a nuestro público objetivo.

Para aquellos que estáis comenzando a descubrir el mundo de la red os dejamos enlaces de tutoriales sobre alguna de las principales herramientas:

16 manuales y tutoriales gratuitos en español sobre Facebook

<http://bit.ly/eCjFmF>

Tutorial sobre el funcionamiento de twitter

http://cursotwitter.igipuzkoa.net/twitter_1.php?idioma=es

Fuentes para este tutorial:

www.marcapropia.net

www.seniormanager.com

www.elblogderrhh.com

www.davidcantone.com