

MARCA PERSONAL



¿Qué es Marca Personal y para qué me sirve?



CURRÍCULUM Y EVALUACIÓN

Directora: Alejandra Gaete Bravo

ELABORACIÓN

Experto disciplinar: Pablo Reyes Cornejo

Diseñadoras instruccionales: Elizabeth Vásquez Toledo y Daniela Araya Muñoz

Editora instruccional: Rocío Gómez Fierro

VALIDACIÓN

Experto disciplinar: Cristián Fuenzalida Hinojosa

Jefa de Diseño Instruccional: Adriana Contreras Bustamante

EQUIPO DE DESARROLLO

AIEP

AÑO

2022

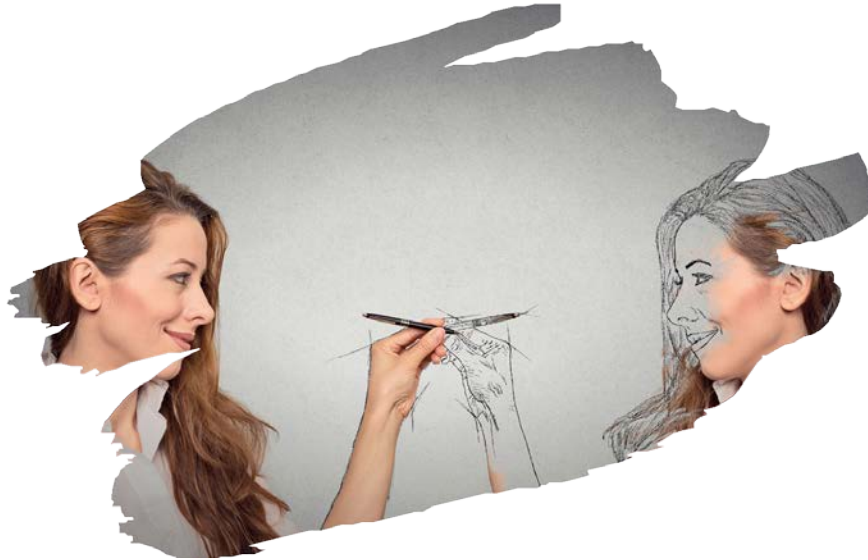


Tabla de contenidos

Aprendizaje esperado de la semana	5
Introducción	6
1. Estrategias de marca personal.....	7
2. Estrategias de relación profesional.....	9
2.1 <i>Networking</i> para la creación de redes de valor	10
3. Modelo del Iceberg de Marca Personal	13
Actividad de autoaprendizaje N°1	16
Actividad de autoaprendizaje N°2.....	23
Ideas clave	25
Conclusiones	26
Referencias bibliográficas	28
Respuestas a Actividad de autoaprendizaje N°1	29

Aprendizaje esperado de la semana

Diseñan estrategia de desarrollo de Marca Personal de acuerdo con su área de especialidad, considerando diagnóstico y herramientas digitales.



Fuente: Conexión Esan (2016)

Introducción

A medida que avanzamos, has ido incorporando los elementos clave de la Marca Personal a tu conocimiento y habilidad. Ya sabes qué es, para qué sirve, cómo se desarrolla y la importancia que tiene el autoconocimiento de ello. Asimismo, sabes que los demás son un elemento fundamental en la comprensión del mensaje que desees proyectar. Ahora abordarás algunos elementos complementarios, necesarios para el éxito de tu misión.

Aprenderás por qué es necesario contar con una Marca Personal integrada, con un mensaje coherente y consistente, tanto entre tu lenguaje verbal, la comunicación no verbal que expresas y, desde luego, en las redes sociales que utilices. También revisarás el modelo de networking, que permite generar vínculos con tus posibles empleadores. A la vez, comprenderás que la retroalimentación que tengas del entorno es clave para saber si estás encaminándote bien en el desarrollo de tu Marca Personal.

Finalmente, a partir de un modelo conocido como iceberg, implementarás más efectivamente tu estrategia de Marca Personal.

1. Estrategias de marca personal

En este punto del desarrollo de tu marca personal en que ya has definido la estrategia de marca personal con tus atributos positivos distintivos, debes pensar en cómo vas a proyectar estos elementos en tus medios digitales.

Revisa el video que se sugiere a continuación, donde verás un recuento de claves para posicionar tu marca personal en los medios digitales.

Ver en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=NNmxDpobDM5>



Figura N°2: Video de consejos de Marca Personal

Fuente: Diario Gestión (2020)

En primer lugar, lista el total de redes sociales que utilices, ordénalas según frecuencia de uso. Si LinkedIn no está en tu listado, es prioritario que lo incorpores. Recuerda que esta es una red social que te permite visibilidad y opciones de networking a empleos que podrían ser de tu interés.

En segundo lugar, revisa la fotografía que tienes en cada una de estas redes. ¿Proyecta los atributos positivos clave de tu Marca Personal? Puedes consultar a tu grupo, para que te compartan su apreciación. Una fotografía adecuada debe seguir elementos generales, como contar con buena iluminación, con un fondo ordenado y debe capturar tu atributo más distintivo. Si, por ejemplo, quieres proyectar la idea de orden, no tendrá sentido una fotografía que proyecte lo contrario. Si quieres forjar tu capacidad de socialización, entonces tu foto debe proyectar esa capacidad, mostrándote alegre, cercano/a, sonriente, con colores cálidos.

En tercer lugar, revisa tus publicaciones, textos, fotos y videos. Esas publicaciones ¿muestran tu lado positivo? O, por el contrario, ¿tienden a dejarte en una posición poco favorable? Asegúrate de que quienes te etiqueten en alguna publicación no perjudiquen tu imagen de Marca Personal. A la vez,

revisa cómo están redactados tus posteos. Como regla general, el cuidado de la ortografía y la adecuada redacción es esencial.

En cuarto lugar, asegúrate que tu estrategia de Marca Personal está integrada, es decir, que estés proyectando lo mismo en todas tus redes sociales.

Finalmente, revisa permanentemente tu estrategia de comunicación en redes sociales. Sé consciente de lo que proyectas, y ajusta cuando visualices que tus publicaciones se alejan de tu objetivo.

2. Estrategias de relación profesional

Respecto de este punto, recuerda que es común que los reclutadores revisen tus redes sociales. Por ello, un primer punto estará relacionado con conocer quiénes serán la audiencia de tus publicaciones. No serán solo tus familiares y amigos, sino también un posible empleador, que quiera saber más de ti en base tus interacciones sociales. Ten eso en mente a la hora de publicar.

Si te muestras como una persona intolerante, intransigente o que discute permanentemente en redes sociales, entonces probablemente un reclutador

considere que no eres un perfil que ayude a negociar o resolver problemas. Desde que estás en redes sociales, todo lo que hagas es parte de un ámbito público; vale decir, dejas una huella digital, que es rastreable.

Por eso, no tienes que olvidar que tu público objetivo no serán solo tus amigos y familiares, sino posibles empleadores que quieran saber más de ti.



Figura n°3: Imagen profesional
Fuente: Canva (2021)

2.1 *Networking* para la creación de redes de valor

¿Cómo puedes hacer para crear redes de valor?

A través del networking, es decir, a través de la creación de redes, consistente en construir relaciones con personas de tu entorno profesional, con las que puedas hacer negocios ahora, o bien, en el futuro.



Figura N°4: Networking
Fuente: Canva (2021)

El networking es clave a la hora de construir tu Marca Personal.

En resumen, su utilidad es:

- Dar a conocer tu Marca Personal
- Permitir que otros conozcan tus servicios

- Detectar oportunidades de negocio
- Conocer a potenciales empleadores o clientes.

Un ejemplo de cómo desarrollar networking es a través de LinkedIn una red social donde desarrollas un perfil laboral, señalando tu experiencia laboral. En esta red tienes la posibilidad de sumar nuevos contactos que pueden ser potencialmente tus empleadores, o bien, tus clientes, si es que decides trabajar en base a un emprendimiento.

Un ejemplo de cómo desarrollar networking es a través de LinkedIn una red social donde desarrollas un perfil laboral, señalando tu experiencia laboral. En esta red tienes la posibilidad de sumar nuevos contactos que pueden ser potencialmente tus empleadores, o bien, tus clientes, si es que decides trabajar en base a un emprendimiento.

3. Modelo del Iceberg de Marca Personal

Para hablar del modelo de *iceberg*, es necesario recordar cuándo estás revisando tus competencias. En la base del *iceberg* se encuentran los elementos clave que debes considerar en tu Marca Personal.

Es en esta zona donde encontrarás respuesta a preguntas como las siguientes:
¿Hacia dónde quiero ir? ¿Cómo me ven? ¿Cómo he llegado hasta aquí?
¿Quién soy? ¿Qué habilidades tengo?



Como esta es la parte sumergida del *iceberg*, debes mirar la capa más superficial, en donde se encuentran las acciones o conductas que proporcionan visibilidad.





Figura N°5: LinkedIn
Fuente: Canva (2021)

La parte profunda del iceberg contiene tu esencia, aquellas fortalezas que son tus habilidades distintivas. En la medida que logres hacer visibles esos atributos, podrás hablar de posicionamiento de marca.

Tu misión es transmitir de forma clara y por, sobre todo consistente, tu sello para hacerlo visible.

En este contexto, ¿Qué es la visibilidad?

La visibilidad son aquellas actividades que posibilitan que otros te reconozcan. Todas aquellas actividades que realices para captar la atención de tu audiencia

te hacen más visible. Por supuesto, en este punto las redes sociales juegan un rol fundamental.

Por ejemplo, si con frecuencia usas las redes sociales para enviar publicaciones, entonces, eres visible para los demás. Esa visibilidad no es necesariamente positiva o negativa, tan solo te hace presente en un determinado espacio. Lo mismo ocurre, por ejemplo, en clases; si participas con frecuencia en clases, eres más visible para los compañeros y el profesor.

Visibilidad es estar presente.

Luego de la visibilidad el siguiente paso es conseguir notoriedad, es aquí cuando puedes ejercer influencia sobre los demás. En la notoriedad de marca puedes conseguir que tu audiencia te recuerde y perciba como tú quieras. Que asocien tal o cual atributo a quién eres. Por eso, para conseguir notoriedad, debes ser cuidadoso/a en la implementación de tu plan de Marca Personal.

Luego de la visibilidad el siguiente paso es conseguir notoriedad, es aquí cuando puedes ejercer influencia sobre los demás. En la notoriedad de marca puedes conseguir que tu audiencia te recuerde y perciba como tú quieras. Que asocien tal o cual atributo a quién eres.

Por eso, para conseguir notoriedad, debes ser cuidadoso/a en la implementación de tu plan de Marca Personal.



Figura N°7: Pasos para alcanzar notoriedad en el desarrollo de una Marca Personal
Fuente: Canva (2021)

Actividad de autoaprendizaje N°1

Con la finalidad de que puedas desarrollar la presente actividad, te invitamos a analizar el siguiente caso. Fija tu atención en detalles del relato, para luego responder unas interrogantes.

Caso práctico:

María ha descubierto que su fortaleza más destacada es la orientación de servicio. Tiene un estilo de comunicación cercano, amable y muy empático al tratar con los demás. Cuando le es solicitada ayuda, ella se muestra diligente, busca resolver las necesidades de quien lo requiera. No es que solo muestre preocupación, sino que también actúa para resolver. A su vez, ella tiene consciencia de que debe mejorar algunos aspectos. Por ejemplo, al ser tan preocupada por resolver rápidamente las cosas, hay ocasiones en que el resultado de su trabajo no es tan preciso, sobre todo en aspectos formales, como en los informes o en los reportes de gestión que debe presentar.

Recientemente, en su ciudad se ha abierto un gran centro de atención al cliente para una destacada fábrica de gaseosas. Están buscando un jefe de Servicio al Cliente. Otro elemento importante de destacar es que, debido al aumento del desempleo que ha ocasionado la pandemia, muchos profesionales como ella han reducido su nivel de expectativa salarial, es decir, hay muchos buenos profesionales cobrando menos dinero que en un escenario de normalidad.

María ha revisado sus cuadernillos de Marca Personal, y ha comprendido el valor de cuidar sus redes sociales. Se percató de que había fotos que no la favorecían. Aparecía en la mayoría con actitud de celebración. También tenía fotos interesantes, por ejemplo, aparecía en un voluntariado ayudando a personas que habían sufrido las consecuencias de un aluvión reciente. Luego de revisar todas sus redes sociales, se dio cuenta de que no tenía presencia en LinkedIn. Para resolver esto, creó su propia cuenta y empezó a agregar contactos que podrían ser de interés para su carrera. También se dio cuenta de que sus redes no entregan el mismo mensaje sobre ella. En Facebook compartía “memes” y fotos que no la favorecían. En Instagram tenía fotos más cuidadas donde mostraba sus hobbies. En Twitter sus comentarios eran muy poco políticos e incluían groserías a diestra y siniestra, incluso tiene un retuiteo de un señor que en un video pisotea la bandera LGBTQ+, indicando que estas personas deberían arder en el infierno. Ante esta diferencia de estilos María se ha hecho algunas preguntas: ¿Hacia dónde quiero ir? ¿Cómo me ven? ¿Cómo he llegado hasta aquí? ¿Quién soy? ¿Qué habilidades tengo?



Figura N°8: Duda
Fuente: Canva (2021)

Como respuesta, ha determinado que se quiere emplear en labores de servicio al cliente. Ella es vista como una profesional competente, cercana y cálida en sus relaciones con los demás. Ha llegado a esta definición, ya que considera que ser amable es parte de su esencia. Su madre la impulsó a ser una persona muy sensible socialmente con los demás, asimismo plantea que es una persona segura, esforzada y socialmente sensible. Reconoce que sus habilidades son la facilidad para generar vínculos con la gente. Otras personas destacan su estilo de comunicación, aun cuando ella no lo reconozca claramente, la forma en que entrega su respuesta genera una buena recepción en los demás.

Considerando lo anterior, María ha decidido que quiere ganar mayor visibilidad. Por ello, ha comenzado a alinear sus redes sociales para comunicar de forma integrada el mismo mensaje. Ha empezado a compartir fotos de sus voluntariados, ha incorporado breves notas promoviendo la ayuda a los demás, de este modo, está resaltando su habilidad social y disposición de ayuda al resto. También ha eliminado aquellas fotos que no le favorecían, ya que es consciente del valor de ser cuidadoso en las redes sociales, sobre todo cuando se trata de buscar empleo. Asimismo, ha borrado el retuit de la persona que hablaba mal de la comunidad LGBTQ+.

A continuación, responde las siguientes preguntas:

El hecho de que la pandemia esté provocando una menor aspiración salarial por parte de los trabajadores, constituye para María una:

- Fortaleza
- Amenaza
- Oportunidad
- Debilidad

1. La falta de precisión en el desarrollo del trabajo que presenta María constituye para ella una:

- a. Fortaleza
- b. Amenaza
- c. Oportunidad
- d. Debilidad

2. La acción que realizó María de crear su cuenta de LinkedIn y empezar a agregar contactos, es parte de lo que podemos llamar:

- a. Visibilidad
- b. Reputación
- c. Networking
- d. Identidad digital

3. La acción de revisar sus publicaciones y de eliminar todo aquello que se aleja de la imagen que María busca proyectar, se conoce como:

a. Visibilidad

b. Reputación

c. Identidad

d. Identidad digital

4. La acción de ser consciente respecto de su conducta, que le ha llevado a evitar publicar mensajes de odio en su Twitter es consistente con el principio de:

a. Equidad

b. No discriminación

c. Fraternidad

d. Igualdad

5. La acción de ser consciente respecto de su conducta, que le ha llevado a evitar publicar mensajes de odio en su Twitter es consistente con el principio de:

- a. Equidad
- b. No discriminación
- c. Fraternidad
- d. Igualdad

Actividad de autoaprendizaje N°2

Para el desarrollo de la presente actividad, te invitamos a revisar el video de Alicia Ro, especialista en Marca Personal:

https://www.youtube.com/watch?v=w4zffquh_rQ&t=183s

Analiza con detención los detalles de la grabación, para luego responder:
¿Qué errores has cometido tú?

Recuerda que la autoconciencia es el punto de partida para la mejora continua. Hazte cargo de esos errores, corrige y continúa perfeccionando tu Marca Personal. ¡Vamos!



Figura N°8: Imagen de video sobre Marca Personal
Fuente: Ro, A. (2016).

Ideas clave

A continuación, encontrarás un esquema de los principales conceptos revisados esta semana:



Conclusiones

En síntesis, durante esta semana aprendiste que debemos considerar los medios digitales en nuestra estrategia de Marca Personal, creando una identidad digital integrada y coherente, la cual debe ser capaz de proporcionar una reputación positiva respecto de nosotros, por ello, es importante que seamos cuidadosos con la forma en que articulamos nuestro mensaje de Marca Personal, atendiendo a los distintos elementos críticos: comunicación verbal, comunicación no verbal y redes sociales. La atención en nuestros mensajes nos permitirá alcanzar lo que llamamos “social proof”, término anglosajón, que puede traducirse al castellano de forma cercana a “demostración social”. No hay modo de alcanzar el “social proof” si nuestros comentarios u opiniones son discriminadores, prejuiciosos o estereotipados. La base de nuestra estrategia ha de ser siempre el respeto.

Para conseguir estos resultados de éxito en la Marca Personal es esencial realizar networking, es decir, crear redes con otras personas, lo cual puedes conseguir de forma presencial y también virtual, a través de redes como LinkedIn. Los contactos que crees con otras personas te permitirán abrir

opciones de empleabilidad, por ello, debes cuidar lo que publicas, pues tu audiencia o quien vea tu propio comportamiento podría ser tu próximo empleador.

Vamos finalizando nuestro módulo.

Tu Marca Personal va tomando forma, mucho éxito en la próxima y última semana.

Referencias bibliográficas

Diario Gestión. (17 de agosto de 2020). ¿Cómo posicionar una marca en el mundo digital? [Archivo de video]. Youtube. ¿Cómo gestionar una marca personal en el mundo digital? - YouTube

Ro, A. (12 de septiembre de 2016). 10 grandes errores que debes evitar con tu Marca Personal. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=w4zffquh_rQ&t=183s

Respuestas a Actividad de autoaprendizaje N°1

1. B) En la medida que reconocemos situaciones que pueden afectar nuestras futuras posibilidades de éxito podremos reconocer que estas situaciones constituyen una amenaza.
2. D) Las brechas de desempeño u oportunidades de mejora que reconocemos en nosotros mismos constituyen una “debilidad”.
3. C) Crear una cuenta de LinkedIn y desarrollar una red de contactos que en el futuro podría proporcionarnos oportunidades de empleo constituye lo que denominamos “networking”.
4. B) La reputación es el proceso mediante el cual revisamos que cada acción que desarrollamos sea coherente con la imagen positiva que buscamos proyectar.
5. B) es el principio de no discriminación, que busca evitar la arbitrariedad basada en un prejuicio o estereotipo respecto de otra u otras personas.