



## ¿ERES TU PUESTO DE TRABAJO O TU MARCA PERSONAL?

Cada vez que acudo a reuniones en empresas y pregunto qué hace a quién me recibe, la mayoría de los directivos o profesionales caen en el error de mencionar su puesto de trabajo.

Pocas personas entre profesionales, tienen claro cuál es el valor diferencial de su Marca Personal.

Estimo que es porque muchos de estos profesionales no saben que cada cosa que hacen forma parte de su Marca Personal y que inconscientemente van dejando huella en cada acción que realizan o tarea que emprenden.

¿No sería mejor hacerse consciente de lo que hacemos?

Si eres de esos trabajadores, definir tu Marca Personal te ayuda a diferenciarte del resto de profesionales que ocupan el mismo cargo en otras empresas, y a sobresalir en la que trabajas.

¿Qué diferencia hay entre un puesto de trabajo y una Marca Personal?

- Como profesional puedes elegir seguir siendo genérico o ser más específico.
- Cuando eres genérico te presentas a los demás como tu puesto de trabajo.

- *Un puesto de trabajo es el espacio que ocupa un trabajador en una empresa o el cargo que tiene.*

Un trabajador puede ser analista, gerente, director, responsable de administración., etc. Pero en realidad este es el puesto que ocupa en la empresa, no quién es y lo que hace.

Mencionar un puesto de trabajo en una sesión de Networking, o en una reunión es ser generalista. Es ser uno más de los millones de abogados, licenciados en administración de empresa, financieros o contables, por poner ejemplos que hay en el mercado.

¿Sabes que los títulos de Licenciaturas y Máster son cada día menos tenidos en cuenta para cambiar de trabajo? ¿Sabes que esos títulos no forman parte de tu Marca Personal? Lo que importan son tus capacidades, tus habilidades, tu talento.

Hablar de Marca Personal es hablar de ti, de lo que te diferencia del resto de los empleados o directivos. Es mencionar en una simple frase, que es tu mensaje de branding propio.

En una simple oración, mencionar qué eres capaz de hacer para satisfacer una necesidad laboral de la otra persona.

### **Beneficios de ser un profesional específico, es decir con marca personal**

- *Consigues una mayor visibilidad on y off line*
- *Obtienes un mayor reconocimiento*
- *Pones valor a tu trabajo y consigues que te valoren más por lo que haces.*
- *Consigues mejorar y aumentar tus oportunidades de trabajo y profesionales.*
- *Logras situarte en posición de liderazgo en relación a otros profesionales de tu misma área.*
- *Inspiras confianza, cuando tu mensaje de marca es coherente con cómo haces tu trabajo.*

Tu Marca Personal no es ni tu puesto de trabajo ni el cargo que ocupas. Es la huella que dejas en los demás con el producto que ofreces que es tu trabajo.

Tu Marca Personal no es el puesto de trabajo que ocupas, sino el vacío que dejas cuando ese sitio queda vacío o cuando no estás presente.

A modo de ejemplo, un profesional de la nutrición puede presentarse de dos formas:

- 
1. Como Licenciado o Especialista en Nutrición o
  2. Como un Profesional de la nutrición que ayuda a niños con problemas de obesidad a bajar de peso, usando un método propio basado en la holística alimenticia.
- 

Cuando alguien se presenta de la segunda forma, más allá de dar información concreta de lo que hace y cómo lo hace, despierta el interés suficiente para seguir conversando con él o hacerle preguntas más específicas sobre su profesión o tema en cuestión.

Cuando te consideras un puesto de trabajo, estás dando a entender que no eres único y relevante en tu profesión.

Cuando actúas de acuerdo a tus valores es cuando realmente marcas la diferencia y comienzas a hacer desde el Ser.

### **Cómo diseñar tu Marca Personal de acuerdo a tus valores**

Cuando te consideras a ti mismo una Marca Personal, cambia tu discurso y la forma en la que comunicas, porque dices qué haces, cómo lo haces y porqué lo haces y eso es lo que te convierte en un profesional realmente diferente.

### **3 elementos que te ayudarán a pensar como marca**

#### **1) Define quién es tu público objetivo.**

Saber a quién diriges tu mensaje de Marca Personal es fundamental para que tu mensaje no navegue a la deriva como un mensaje en una botella. Habla su lenguaje, procura conocer sus gustos, hábitos y dirígete sólo a él.

A modo de ejemplo, lo aplico a mi Marca Personal (LauraFerrera.com) :  
Mi público objetivo son profesionales de empresas o emprendedores que quieren potenciar su Marca Personal en internet, a partir de su esencia.

---

#### **2) ¿Qué beneficio obtendrán con tu trabajo?**

Definir los beneficios que sacarán con tu trabajo es fundamental para que quieran trabajar contigo. Por ello, tenlo claro y comunícalo. Los beneficios están asociados a tus valores personales y son una forma de conectar con otro profesional dentro y fuera de la empresa.

Como ejemplo te menciono los beneficios que tiene trabajar conmigo (Laura Ferrera):

- a. Ayudo a ahorrar tiempo, porque tengo probado qué funciona y que no.
- b. Consigo hacer visible tu Marca Personal y que sea recordada.

- c. Cercanía en el trato, es decir estoy disponible y me involucro al 100% en tu proyecto.
- d. Diseño tu imagen online profesional para aumentar tus posibilidades de encontrar un mejor puesto de trabajo o de convertirte en referente de tu sector.
- e. Te enseño a comunicar en social media y qué herramientas usar para facilitarte la tarea de crear contenidos propios.
- f. Consigues resultados y ello aumenta tu autoestima, te motiva y tu capacidad creativa se potencia.
- g. Te enseño cómo conectar con tu esencia, crear un producto profesional y promocionarlo.

- 3) Expresa cómo eres y qué es lo que te hace diferente  
No temas a decir cómo eres, forma parte del proceso de aceptación y de autonocimiento que requiere una Marca Personal.

Ejemplo de cómo soy (Laura Ferrera) Soy una persona transparente, lo que ves es lo que hay. Trabajadora, me implico en cada proyecto en el que trabajo. Respeto porque me gusta que me respeten. Soy alegre y muy emocional.

**¿Qué me hace diferente?** Consigo que cada persona conecte con su esencia y le enseño a comunicar y promocionar lo que sabe hacer, para ello he creado mi método propio.

Llevo años en realizando consultorías en marketing online y mi experiencia me dice que me diferencio en la forma en cómo conecto y sacó a relucir el brillo que cada persona tiene y que muchas veces desconoce.

Cada persona es única y posee un potencial que debe sacar partido. Me he formado en temas relacionados con el desarrollo personal y hacen que pueda unir mi pasión que es el marketing digital con mi esencia, que es ayudar a que las personas a dejen huella en internet a partir de conocerse a ellas mismas.