



Diario de tu  
**Marca Personal**



[www.platzi.com/tumarca](http://www.platzi.com/tumarca)





---

**Comparte tus ejercicios e ideas en  
redes usando el Hashtag**

**#PlatziMarketing**

---

# Índice

Pág. 6	<u>Paso 1:</u> <u>¿Quién eres en Internet?</u>
Pág. 10	<u>Paso 2:</u> <u>¿Qué quieres lograr con tu marca personal?</u>
Pág. 13	<u>Paso 3:</u> <u>Define tu perfil</u>
Pág. 21	<u>Paso 4:</u> <u>Las creencias y personas que te definen</u>
Pág. 23	<u>Paso 5:</u> <u>Define la audiencia de tu marca personal</u>
Pág. 25	<u>Paso 6:</u> <u>Vence el síndrome del impostor</u>
Pág. 27	<u>Paso 7:</u> <u>Define las redes donde quieres estar</u>
Pág.30	<u>Paso 8:</u> <u>Crea contenido para tu marca personal</u>

# Índice

Pág. 35	<u>Paso 9:</u> <u>Desarrolla contenido para tu marca personal</u>
Pág. 37	<u>Paso 10:</u> <u>Crea tu calendario de contenido</u>
Pág. 39	<u>Paso 11:</u> <u>Crea tu propia comunidad en línea</u>
Pág. 41	<u>Paso 12:</u> <u>Gestiona tu tiempo para crear contenido</u>
Pág. 43	<u>Paso 13:</u> <u>Consigue tu propio dominio</u>
Pág. 45	<u>Paso 14:</u> <u>Haz un networking efectivo</u>
Pág. 47	<u>Paso 15:</u> <u>Construye tu elevator pitch</u>

# ¿Cómo usar este workbook?

Sigue las clases que verás en el **Curso de Marca Personal de Freddy Vega**.

Este curso te ayudará a **desarrollar tu marca personal desde cero**, pero es importante que seas honesto/a con lo que quieres lograr profesionalmente, y que le dediques tiempo.

Cada clase te ayudará a desarrollar una parte de tu presencia digital, pero el resultado final dependerá completamente de ti.

■ ¡Comencemos!



# PASO 1

¿Quién eres actualmente  
en Internet?

---

01

# ¿Quién eres actualmente en Internet?

Tú eres una persona valiosa, tienes habilidades, conocimientos, sueños y un modo de pensar único que te hace tener mucho que ofrecer a una empresa o a las personas que quieres tener como clientes.

Muchas veces nos enfrentamos con la idea de que *"si ya tengo todo, entonces ¿por qué no consigo ese trabajo? ¿por qué no logro crecer mi negocio? ¿por qué no crezco en mi trabajo?"* y la respuesta muchas veces está en que no has **desarrollado tu marca personal**.

¿Sabes si Bill Gates, Steve Jobs o Elon Musk realmente son seguros y grandes empresarios? Claro, al ser CEOs consiguen un gran reconocimiento, pero mucho de lo que la gente piensa de ellos lo consiguen gracias a cómo se muestran en internet.

Cada quien es diferente, no te haré ser otro Elon Musk, porque tú tienes mil cosas que él no tiene, y viceversa. ¡Solo es cuestión de que lo muestres!

Cree en ti, muestra quién eres en tus redes, y logra conseguir lo que has soñado para tu carrera profesional. Haz un compromiso contigo en este momento, de que cada día trabajarás un periodo de tiempo en tu marca personal, y te aseguro que en unos pocos meses verás cómo comienzan a llegarte ofertas de empleo, gente que quiere aprender de ti, y/o clientes para tu empresa.

7



**"La marca personal consiste en gestionar tu nombre -incluso si no tienes un negocio- en un mundo de desinformación y registros semi-permanentes de Google. ¿Vas a tener una cita? Lo más probable es que tu cita "a ciegas" haya buscado tu nombre en Google. ¿Vas a una entrevista de trabajo? ocurre exactamente igual".** **Tim Ferriss**

## Actividad luego de ver la clase 1:

### ¿Por qué necesitas una marca personal?

---

En esta primera actividad te enfocarás en dos acciones puntuales: ¿qué se muestra de ti en internet? y ¿cómo te perciben los demás actualmente?

1. Busca tu nombre en internet y contesta lo siguiente:

**¿Qué tipo de personas salen en la primera página de búsqueda?**

**¿Qué perfiles tuyos salen en las páginas o en las imágenes?**

**¿Qué proyecta tu perfil en esos primeros resultados?**



**¿Qué te gustaría que la gente pensara de ti al encontrarte en los distintos perfiles que tienes en redes sociales?**

Ahora pídele a 5 personas que te definan en 1 palabra y considera si su perspectiva coincide con lo que quieres proyectar.

**¿Cómo te perciben los demás?**

**¿Qué quieres que vean en ti?**



# PASO 2

¿Qué quieres lograr?

---

## 02

# ¿Qué quieres lograr?

## Actividad luego de ver la clase 2: Cómo definir quién eres

Es importante que puedas responder: **¿por qué quieres tener una marca personal?** esto te ayudará a entender hacia dónde la dirigirás.

¿Cuál es tu misión de vida?

¿De qué cosas sabes mucho? (considera el efecto Dunning-Kruger)

¿Cuál es tu valor?

¿En dónde ocurren las discusiones más interesantes de tu industria?

Encuentra a tu comunidad: **¿dónde pasa el tiempo la audiencia a la que le quieres llegar?**

Esto constituye tu historia y así es como entiendes hacia dónde dirigir tu marca personal.

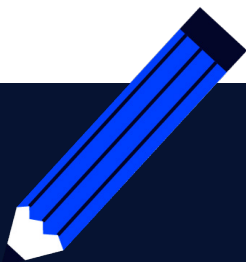
¿No sabes cómo contestar las preguntas sobre tu objetivo? No te preocupes, en el Curso de Herramientas para el Crecimiento Profesional te ayudamos poco a poco para que logres entenderte y definir qué es lo que quieres lograr.

A veces es complejo entender cuál es nuestra misión en la vida, si nunca lo habías reflexionado antes, te recomiendo que te tomes tu tiempo entendiendo cuál es tu misión.

Para esto te puede ayudar ver este video de Ken Robinson sobre El Elemento, un libro donde él habla sobre cómo encontrar tu pasión.

También te dejo este video donde Steve Jobs explica cómo las distintas cosas en nuestra vida tienen un sentido al final. Si aún no logras encontrar la respuesta, pregúntate:

**Si no tuvieras que preocuparte por ganar dinero o por lo que los demás piensan de ti, ¿qué te gustaría estar haciendo?**



## EFFECTO DUNNING KRUGER

Es un sesgo cognitivo según el cual, las personas con menos habilidades, capacidades y conocimientos tienden a sobrestimar esas mismas habilidades, capacidades y conocimientos.

Como resultado, suelen convertirse en ultracrepidarios; gente que opina sobre todo lo que escucha sin tener idea, pero pensando que sabe mucho más que los demás.



# PASO 3

Determina tus metas

---



## 03

# Determina tus metas

Para la determinación de tus metas, nos guiaremos en la metodología que propone Donald Miller en su libro "Hero on a Mission". En el cual serás tú quien escriba su propia historia y para conseguir tus metas a corto plazo, primero debes conocer las metas a largo plazo.

Para ello, comenzarás por definir tu elogio, seguido por tus visiones de 10, 5 y 1 años.

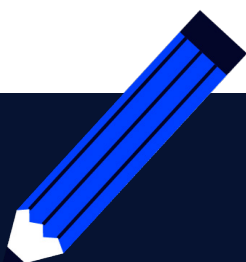
### ¿Cómo llenar cada sección?

**Elogio:** Escribe cómo quieres que te recuerden. Ejemplo: [NOMBRE] fue una madre ejemplar, amorosa y bondadosa. Una de las artistas plásticas y galerista más reconocidas de Latinoamérica...

**Hoja de visión:** Encontrarás 3 hojas, 10, 5 y 1 años las cuales deberás llenar en ese orden. Deberás llenar cada sección de acuerdo a las metas que tendrías en ese entonces (carrera, salud, familia, amigos, espiritual, dos cosas que haces cada día y 2 cosas que dejarás de hacer)

Para cada hoja de visión, deberás agregarle un título, si tu vida fuera una película ¿cómo le llamarías a esa etapa de tu vida?

**Daily Planner:** Cada día deberás escribir tus planes y metas diarias ¿qué acciones te llevarán a cumplir tus metas a corto, mediano y largo plazo? Este formato lo puedes replicar a plataformas como Trello o Miro con la finalidad de escribirlo y revisarlo diariamente.

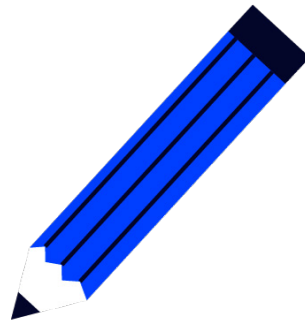


**IMPORTANTE:** Recuerda leer todos los días tus hojas de visión, para saber hasta dónde quieres llegar y qué actividades diarias debes hacer o dejar de hacer para lograrlo.

# ELOGIO



A series of horizontal lines for writing, organized into two main sections. The first section consists of 18 lines, and the second section consists of 6 lines.



# HOJA DE VISIÓN: 10 AÑOS



Si tu vida fuera una película en este año  
¿cómo la llamarías?

Tu edad

Vida profesional

Salud

Familia

Amigos

Espiritual

Otro

2 cosas que trato de hacer diario

2 cosas que no hago diario

# HOJA DE VISIÓN: 5 AÑOS



Si tu vida fuera una película en este año  
¿cómo la llamarías?

Tu edad

Vida profesional

Salud

Familia

Amigos

Espiritual

Otro

2 cosas que trato de hacer diario

2 cosas que no hago diario

# HOJA DE VISIÓN: 1 AÑO



Si tu vida fuera una película en este año  
¿cómo la llamarías?

Tu edad

Vida profesional

Salud

Familia

Amigos

Espiritual

Otro

2 cosas que trato de hacer diario

2 cosas que no hago diario



# DAILY PLANNER



Mi ritual de la mañana

Fecha

- ☐ He leído mi elogio
- ☐ He leído mis hojas de visiones
- ☐ He leído mis metas

Tarea principal 1

¿Qué harías diferente?

Tarea principal 2

¿Qué agradezco hoy?

Tarea principal 3

Citas

Tareas secundarias

- ☐
- ☐
- ☐

# OBJETIVOS



Nombre del objetivo

Fecha límite

Describe este objetivo

¿Por qué este objetivo es importante para tí?

¿Qué personas te harán llegar a esta meta? (opcional)

Sacrificios diarios para lograrlo

Pasos para lograrlo:



# PASO 4

## Define tu perfil

---

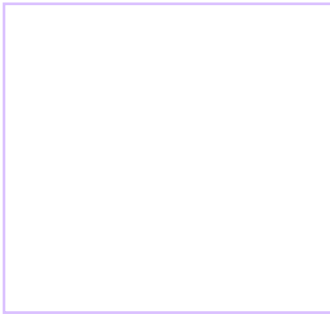
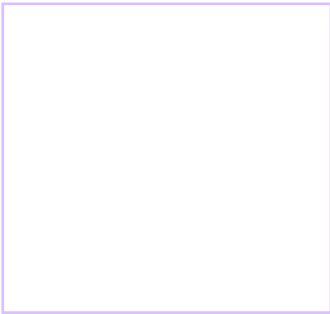
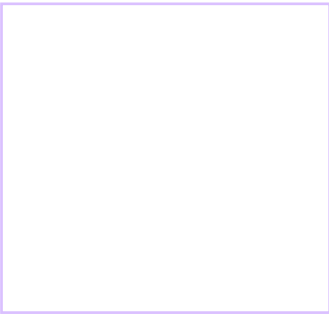
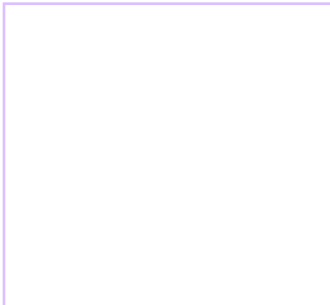
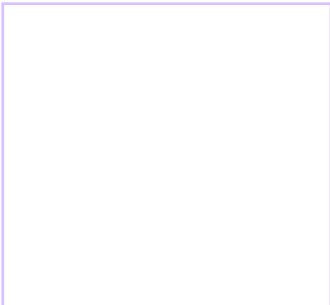
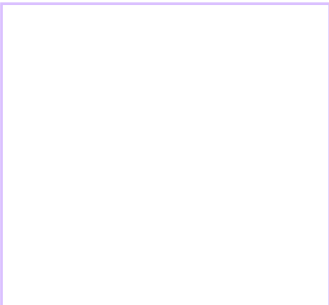
## 04

# Define tu perfil

En la clase 4 “Avatar, nombre de usuario, nombre y voz”, aprendiste sobre la importancia de definir:

- Avatar
- Username (nombre de usuario)
- Nombre
- Voz

Para avanzar con la siguiente actividad, puedes analizar las fotos de perfil de los usuarios que usó Freddy en sus ejemplos, o bien, si quieres aprender a tomar una foto profesional, te recomiendo ir al Curso de Fundamentos de Fotografía.

Sube aquí tu foto de perfil actual	Sube aquí la foto de perfil que usarás	Usuarios que tienes en tus redes
		
Único nombre de usuario que usarás	Distintas versiones de tu nombre que tienes	Nombre que te parece que puede posicionarse
		



# PASO 5

Las creencias y personas  
que te definen

---



## 05

# Las creencias y personas que te definen

Tus principios fundamentales guían tu marca personal, ¿cuáles son?

Ahora hagamos el ejercicio de la clase 5 “Define tu voz y la identidad de tu marca personal”. Haz una lista de las personas más importantes en tu vida:

¿Quiénes son?	¿Cuáles son sus defectos?	¿Cuáles son sus virtudes?



“Seguimos moldeando nuestra personalidad toda la vida”.

- Albert Camus



# PASO 6

Define la audiencia de  
tu marca personal

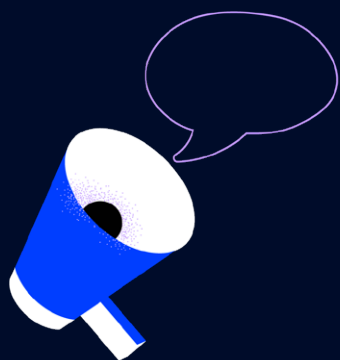
---

06

# Define la audiencia de tu marca personal

¿A quién le va a hablar tu marca personal?

<b>Rango de edad</b>	
<b>Idioma y cultura</b>	
<b>País o región</b>	
<b>Motivaciones</b>	
<b>Intereses</b>	
<b>Industrias</b>	



# PASO 7

Vence el síndrome  
del impostor

---

## 07

## Vence el síndrome del impostor

---

Es normal que tengas miedo de mostrarte al mundo, es algo que todos sentimos en mayor o menor medida; sin embargo, debes procurar ir controlando ese miedo, para que lo entiendas y no te impida avanzar.

Si te sientes con parálisis absoluta por el síndrome del impostor, primero te recomiendo hacer los siguientes cursos:

- **Curso para Superar el Síndrome del Impostor: donde te damos técnicas y herramientas para entenderlo y derribarlo.**
- **Curso de Manejo de Ansiedad con Terapify**
- **Curso de Inteligencia Emocional.**

¿Cómo puedes empezar?

Haz una lista aquí de tus logros (grandes o pequeños) para que, de acuerdo con lo que viste en tu clase 7, puedas darte cuenta de lo mucho que vales y de todo lo que has podido hacer.



Usa esta plantilla, y vence ese síndrome del impostor recordando quién eres y qué has logrado.

Una buena práctica es contestar a estas preguntas todos los días, incluso lo puedes hacer en formato de “diario personal” como forma de recordarte diariamente tus prioridades.

**¿Cómo te sientes hoy?**

**¿De qué te sientes agradecido/a hoy?**

- 😊 Feliz
- 😞 Triste
- 😎 Pensativo/a
- 😐 Sin ánimos

Afirmación positiva del día

¿Qué vas a lograr hoy?

¿Qué fortaleza tuya aprovecharás hoy?

¿Cómo serás hoy mejor que ayer?



# PASO 8

Define las redes donde  
quieres estar

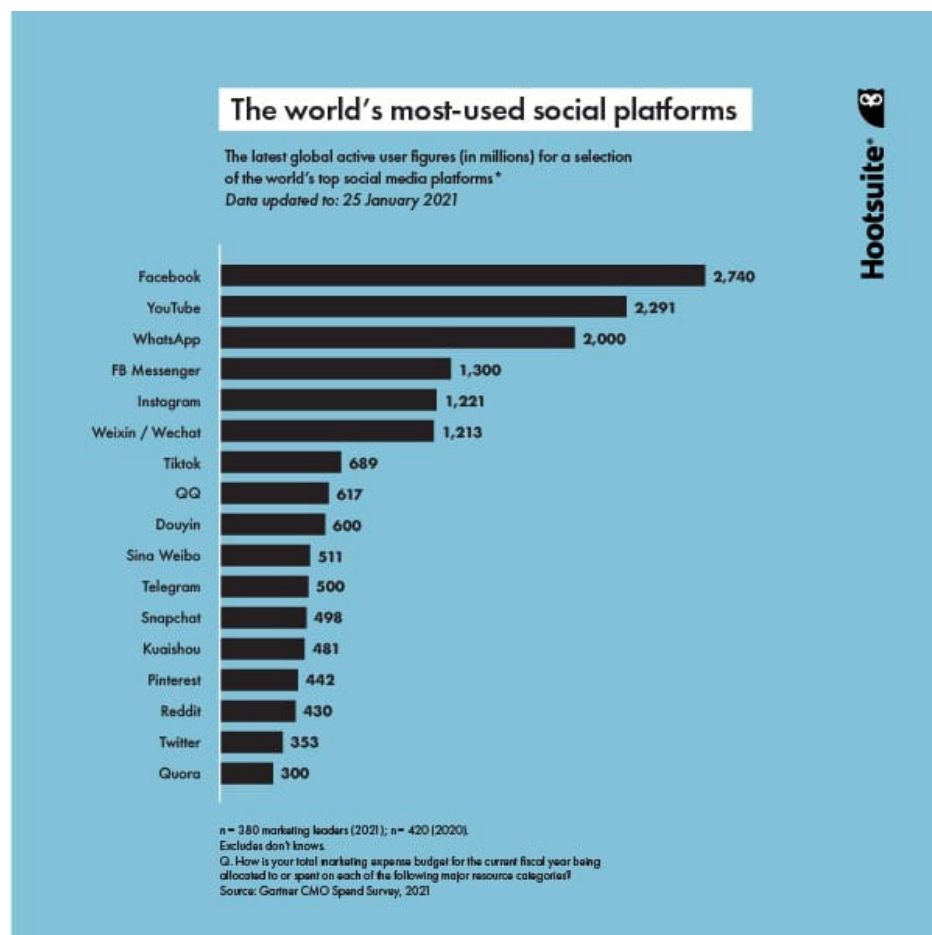
---

## 08

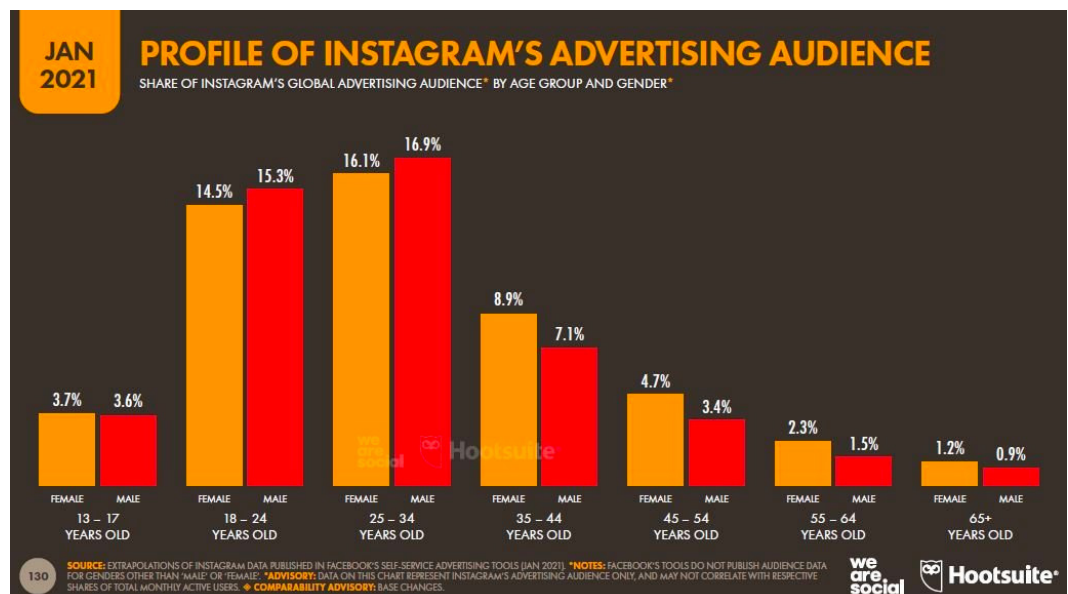
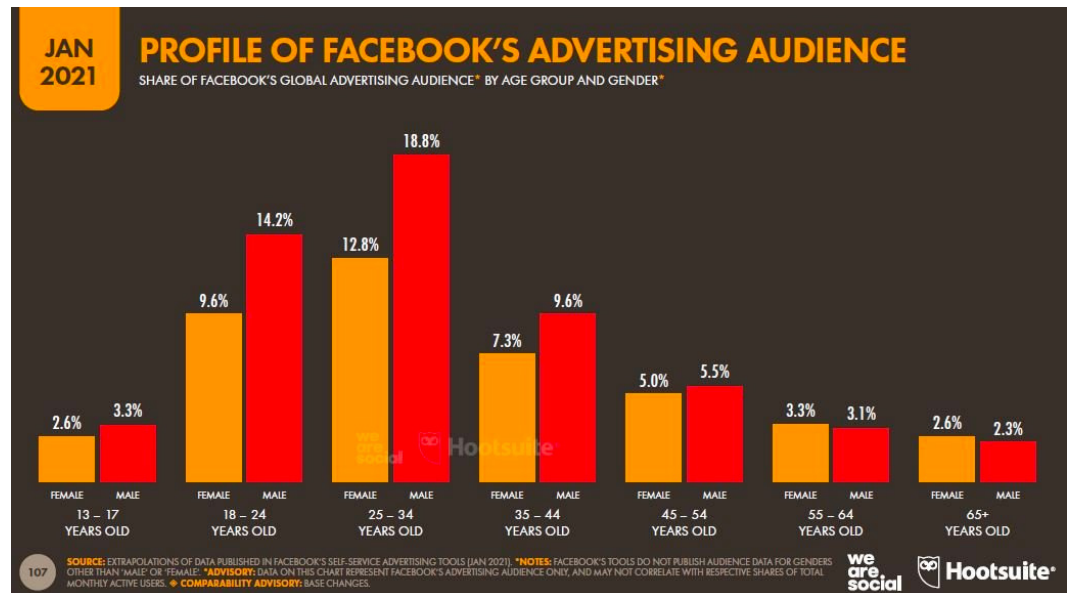
# Define las redes donde quieres estar

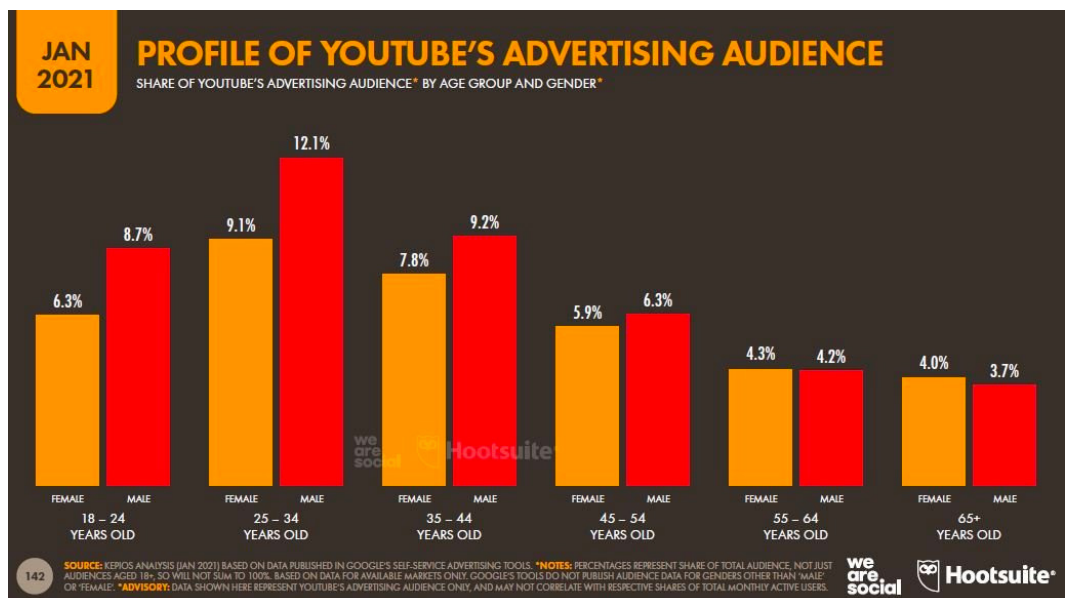
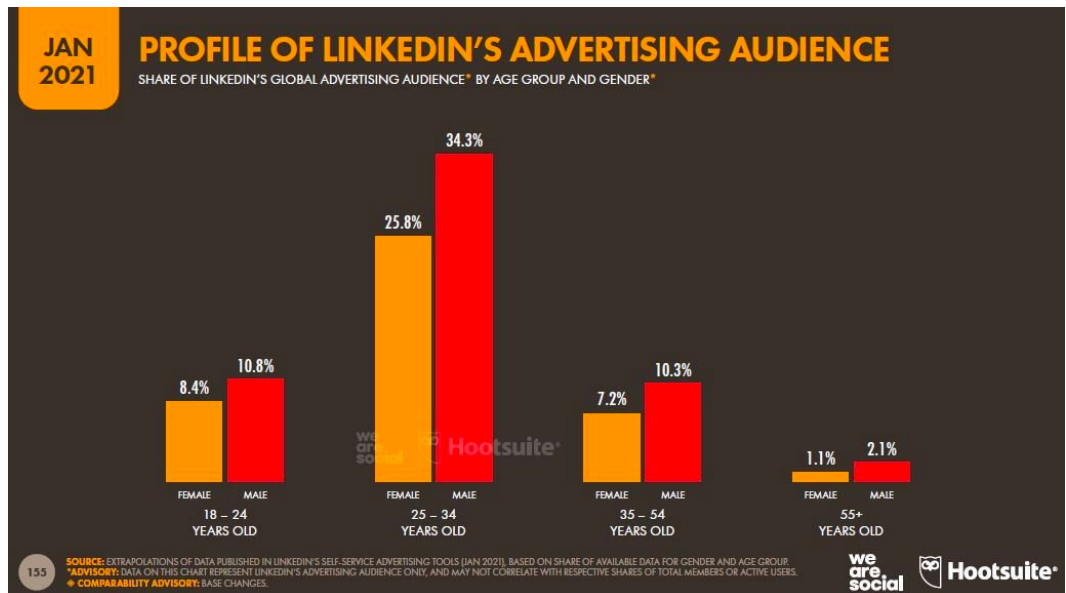
Como viste en el segundo módulo “Optimiza tu presencia en línea”. Las redes en las que quieras tener presencia, dependerán netamente de tu objetivo profesional y target market.

Para ello, antes de que comiences a definir estos canales, analicemos un poco las métricas del 2021. Recuerda que la investigación es parte importante para la toma de decisiones de tu estrategia. De acuerdo a la última encuesta que realizó Hootsuite en enero del 2021, las redes sociales más usadas son:



Así mismo, “**The Digital 2021 Global Overview Report**” publicado por We Are Social, las redes sociales más usadas por rangos de edad y género son:





Si quieres conocer más a fondo sobre estas métricas o acerca de otras redes sociales como TikTok, Facebook Messenger, Snapchat, etc. Te recomiendo ir a la fuente original para que realices un análisis aún más profundo. Este reporte se renueva en enero de cada año.

Ahora que conoces estas métricas y ya que tienes tu audiencia bien definida, responde:

**¿En qué redes sociales deberías estar?**

**¿Por qué?**

Describe, ¿qué tipo de contenido publicarás por red social?

**Red social:** \_\_\_\_\_ **Red social:** \_\_\_\_\_ **Red social:** \_\_\_\_\_




# PASO 9

**Desarrolla contenido  
para tu marca personal**

---

## 09

## Desarrolla contenido para tu marca personal

---

Cuando son ideas pequeñas puedes usar tus propias redes sociales para expresarlas, pero en ocasiones estas ideas se transforman en algo más grande que una red que por sí sola no sería suficiente. Para esto puedes seguir algunos caminos en tu estrategia de contenido para tu marca personal:

1. Crea un artículo. Puedes empezar escribiendo en plataformas de blog como: Blogger, Tumblr o Wordpress.
2. Transfórmalo en video.
3. Compártelo en una presentación para un evento.

**¿Sobre qué puedes escribir HOY?**

**¿Cómo se relaciona este contenido con tu marca personal?**





# PASO 10

Crea tu calendario  
de contenido

---

## 10

# Crea tu calendario de contenido

Ya navegaste a través de distintas redes con Freddy y has seleccionado las adecuadas para tu Marca Personal. Ahora es momento de comenzar con el planning y calendarización de tu contenido. Marcela López en su curso de Marca Personal para Emprendedores, nos muestra cómo generar este calendario.

Otra muy buena opción para automatizar tu contenido, es usar herramientas como Canva Planner.

TEMA	SUBTEMA	CONTENIDO	BLOG	INSTAGRAM	LINKEDIN



# PASO 11

Crea tu propia  
comunidad en línea

---

## 11

## Crea tu propia comunidad en línea

---

Una comunidad es quienes te alientan a #NuncaPararDeAprender, sin embargo, una comunidad incorrecta para ti es aquella que confirma tus sesgos más arraigados para tu crecimiento.

Cuando creas una marca personal, creas una comunidad a la que le das la oportunidad de pertenecer, crecer e inspirar.

### Pasos para crear una comunidad:

1. Experimentar con qué mensajes se crean conversaciones.
2. No tengas miedos a colaboraciones.
3. Las mejores comunidades elevan a sus miembros.

### ¿Qué reglas son/serán imprescindibles en tu comunidad?

### Escribe un tuit que consideres generará conversación:



# PASO 12

Gestiona tu tiempo para  
crear contenido

---

## 12

# Gestiona tu tiempo para crear contenido

En la siguiente matriz de Eisenhower coloca las actividades conforme a su urgencia e importancia y ¿en qué lugar ubicarías la creación de contenidos?

### Pasos para crear una comunidad:

1. Importante y urgente: **hazlo ya.**
2. Importante y no urgente: **agéndalo.**
3. No importante y urgente: **delégalo.**
4. No importante y no urgente: **no lo hagas.**

	URGENTE	NO URGENTE
IMPORTANTE		
NO IMPORTANTE		



# PASO 13

Consigue tu propio  
dominio

---

## 13 Consigue tu propio dominio

Aquí has una lista con los posibles nombres de dominio que consideres se acerquen a lo que busca comunicar tu marca personal (recuerda que priman las .com), luego ve a <https://www.namecheap.com/> y encuentra disponibilidad.

**Lista de posibles nombres de dominio:**

**Dominio final disponible:**



“El networking es una inversión en tu negocio. Lleva tiempo y cuando se hace correctamente puede dar grandes resultados durante años”  
- Diane Helbig





# PASO 14

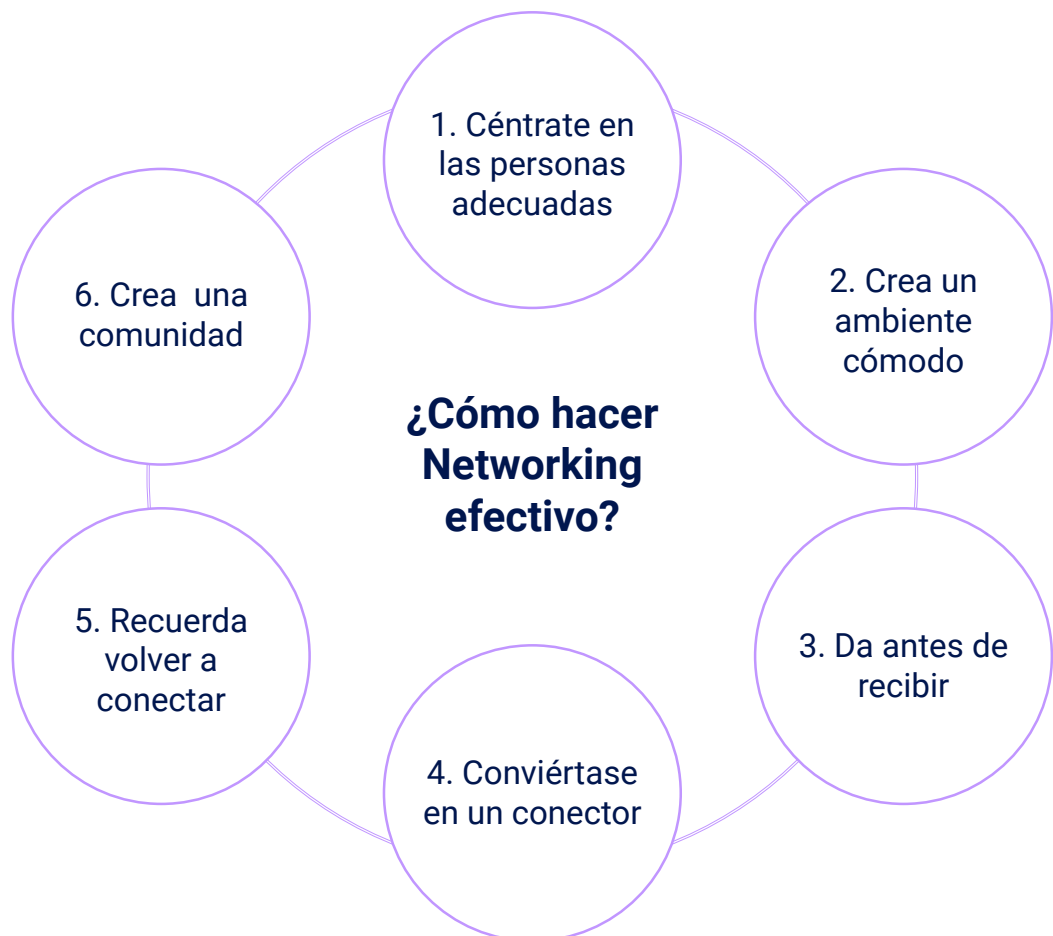
Haz un networking  
efectivo

---

## 14

# Haz un networking efectivo

En la clase de networking, te mostramos algunos de los escenarios por los que puedes pasar al hacer networking. Y para no caer en el “peor escenario” te recomiendo sigas los siguientes pasos:



46

Si quieres profundizar más en el tema, te recomiendo visites el blog post de “6 tips para un networking efectivo”.



El objetivo de un ELEVATOR PITCH no es cerrar la venta. El objetivo ni siquiera es ofrecer una descripción breve, precisa y acorde con la Wikipedia de ti o de tu proyecto. Y la idea de utilizar palabras vacías e imprecisas para elaborar una declaración de intenciones anodina es una tontería. “No, el objetivo de un ELEVATOR PITCH es describir una situación o solución tan convincente que la persona con la que estás quiera saber más incluso después de que haya terminado el viaje en ascensor”. - Seth Godin



# PASO 15

Construye tu  
elevator pitch

---

## 15

## Construye tu elevator pitch

Un elevator pitch es la forma más resumida de contarle a un tomador de decisiones sobre lo que haces y que quieres solucionar. Para desarrollarlo de la mejor manera, puedes ver el Curso de Creación de Pitch con Paula Gaviria.

**Aquí va tu pitch una vez lo termines de armar:**

**¿Qué problema solucionas?**

**¿Por qué existe ese problema?**

**¿Qué solución REAL propones?**

**Tu visión de: ¿qué pasaría si el problema se soluciona?**



---

# ¡FELICIDADES!

---

Haz terminado tu **Diario de Marca Personal**

**¡No olvides certificarte y dejar un review!**