

Guía Preliminar para construir tu marca

Estas son las cuatro preguntas básicas que debes responder por escrito antes de pensar en tu Estrategia Digital.

Si contestas con sinceridad, claridad y precisión a estas cuestiones, habrás recorrido gran parte del camino en la construcción de tu marca -personal y profesional- y facilitarás el diseño de tu mejor estrategia en el escenario 2.0.

Tómate tu tiempo para contestar, pero haz un esfuerzo de síntesis y no te extiendas más de 6 páginas.

1 ¿QUIÉN ERES?

Tu trayectoria vital: haz un breve relato de tu vida, con énfasis en los hechos/logros más importantes (a nivel personal y profesional)

Capacidades: enumera tus habilidades, formación, y tus principales experiencias profesionales...

Pasiones: la personalidad y la pasión son claves para conseguir una marca fuerte. Seguro que si algo te apasiona, es porque lo haces especialmente bien. ¿Qué te apasiona?

2 ¿CÓMO ERES PERCIBID@?

Relaciones personales: qué dicen tus amigos y familiares de tí.

Relaciones profesionales: qué dicen de ti tus colegas, clientes y otros colaboradores profesionales.

Reputación online: qué dice Google sobre tí. ¿Es fácil encontrarte? ¿Con qué información se te relaciona? ¿Es contenido propio o de terceros?

¿No lo sabes? ¡Pregunta! ¡Busca! Es importante saber cuál es tu punto de partida.

3 ¿QUÉ QUIERES CONSEGUIR?

Tu sector y tus productos: define tus productos o servicios y tu ámbito de negocio. ¿Cuál es el valor que creas para tus clientes?

¿Cuál es tu especialidad? La especialización y personalización de tus productos y servicios son clave para alcanzar el éxito y tus objetivos. ¿Qué te diferencia de otros profesionales como tú?

Tu Mercado: identifica al(los) público(s) adecuado(s) para tus productos o servicios. No sólo clientes, también prescriptores, colaboradores... los que pueden ayudarte a conseguir tus objetivos.

Competencia: ¿Quiénes son tus principales competidores?

Objetivos de negocio: ¿cómo te gustaría verte en el ámbito profesional de aquí a 3 ó 6 meses? ¿Y dentro de uno o más años?

4 CREANDO TU PROPIA MARCA...

Palabras: escoge el nombre que te identificará. Puedes incluso pensar en un slogan que te caracterice. Deben ser fáciles de recordar.

Imágenes y emociones: elige tus colores corporativos, hasta si quieres, un logo que te identifique, fotos, ilustraciones.... ¡Define tu identidad corporativa!

Storytelling y emociones: puedes conectar con tus públicos a través de tu propia historia o a través de las historias de quienes has ayudado a lo largo de tu trayectoria profesional. ¿Tienes alguna historia interesante/emocionante que contarme ahora?

Modelos: Identifica los tuyos. ¿Hay alguien a quién a quién admiras en tu ámbito de negocio? ¿Alguna web que pueda ser fuente de inspiración? Por lo menos indica tres páginas webs que te gusten mucho.