

— MARCA PERSONAL · MARCA

Orígenes del personal branding: *20 ideas* aplicables

Cinco ideas de cada uno de los cuatro autores, con cómo aplicarlas hoy. Y una plantilla de posicionamiento personal de una página.



Nico — Auve Nico · Consultor de marketing digital freelance en Sevilla
Acompaña al artículo «Orígenes del personal branding: 4 libros básicos»



Tom Peters · «The brand called YOU» (1997)

- 01 Eres tu propia marca, quieras o no**
Escribe en una línea qué dirían de ti tres clientes si les preguntaran por tu trabajo. Eso es tu marca hoy.
- 02 ¿Qué te hace diferente?**
No «calidad» ni «cercanía». Algo que un competidor no pueda decir. Si no lo encuentras, pregunta a esos tres clientes.
- 03 ¿Cuál es tu tono?**
Elige tres palabras que describan cómo hablas y tres que no. Cuélgalas donde escribas.
- 04 ¿Qué es la lealtad para ti?**
Define a qué eres leal: a un cliente, a un método, a un sector. Lo que entiendas por lealtad define lo que sentirás como éxito.
- 05 La carrera como proyectos, no como escalera**
Lista los tres proyectos que más te han enseñado. Busca el siguiente que se les parezca.

Andrés Pérez Ortega · «Marca Personal» (2008)

- 01 El análisis va primero**
Antes de abrir una cuenta nueva, una página con quién eres, qué ofreces y a quién. Es el paso que todos se saltan.
- 02 Ser la opción preferente**
Piensa en un proceso de selección concreto (un cliente, un puesto). ¿Qué tendría que saber de ti quien decide?
- 03 Diferenciación con pruebas**
Cada afirmación sobre ti, con un caso, una cifra o un nombre detrás.
- 04 Notoriedad donde decide tu cliente**
Averigua dónde se informa quien te contrata. Estar ahí vale más que estar en todas partes.
- 05 La marca personal también dentro de la empresa**
Si tienes equipo, apoya la marca de cada uno. Se nota fuera.



Dan Schawbel · «Me 2.0» (2009)

01 Descubrir

Quién eres, qué te hace único, tu misión y tus valores. Una página, sin adjetivos.

02 Crear: web, blog y LinkedIn

Un sitio que sea tuyo (la web) y uno donde esté tu cliente (LinkedIn u otro). Dos, no siete.

03 Coherencia entre perfiles

Mismo nombre, misma foto, mismo mensaje en cada plataforma. Es lo primero que reviso en una auditoría y lo que más falla.

04 Comunicar con contenido e intercambio

Publica lo que sabes y responde a quien sabe más. Los eventos siguen contando.

05 Mantener

Lo difícil no es construir la presencia, es sostenerla. Decide una cadencia que puedas cumplir un año.

Vilma Núñez · «#Triunfagram» (2015)

01 Empieza con lo que ya tienes

Un perfil que ya existe vale más que uno perfecto que no abres.

02 Una red a fondo antes que todas a medias

Elige la red donde está tu cliente y apréndetela.

03 Comparte el método, no solo el resultado

Explicar cómo lo haces es lo que te convierte en referencia.

04 Herramientas al servicio de la marca

Una herramienta nueva solo si resuelve algo que ya hacías a mano.

05 Actúa desde el minuto uno

El plan se corrige publicando, no planificando.

Plantilla de posicionamiento personal

FASE	PREGUNTA	MI RESPUESTA (UNA LÍNEA)
Análisis		
Diferenciación		
Notoriedad		

Lo fundamental es seguir siendo persona. La marca sale de lo que ya eres, y no al revés. Si quieres que lo miremos juntos: Sesión de Diagnóstico gratuita, 30 minutos, 2 plazas por semana.
auvenico.es/contacto/#reservar



Siguiente paso

Este recurso es gratis y sin registro. Si quieres que lo miremos juntos, hay dos formas de seguir.

Sesión de Diagnóstico gratuita

30 minutos por videollamada. Antes de la reunión reviso tu web, tu ficha de Google, tus redes y tu SEO; salimos con tres prioridades. Dos plazas por semana, de lunes a jueves de 17:30 a 20:00.

auvenico.es/contacto/#reservar

Formación y mentoría en marketing digital

Para negocios y equipos que quieren aprender a hacerlo ellos. Sesiones de trabajo sobre tu caso, con un sistema que se queda en casa.

auvenico.es/formacion-mentoría-marketing-digital/

Todos los recursos del blog, en auvenico.es/recursos/. Consultas: comunicacion@auvenico.es.