

Cómo vender más
y encontrar trabajo
en la era de Internet.

Personal Branding

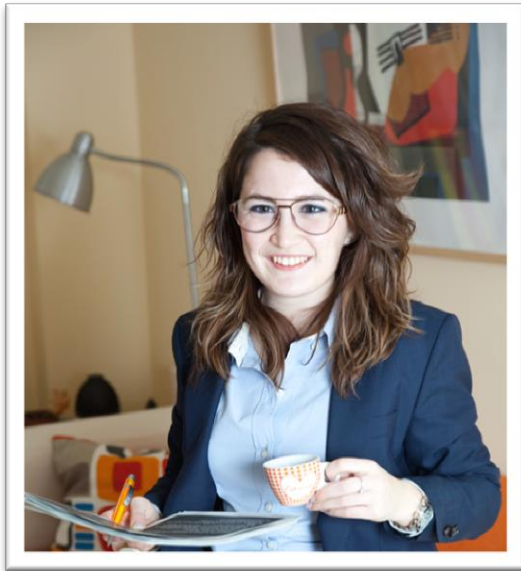


Índice

Vamos a pasar un buen rato juntos. Así que mejor nos presentamos	3
Presentación	4
Introducción al Personal Branding	5
¿Qué es personal branding?	6
¡Aaargh! ¡Yo no quiero ser una “marca”! ¡No quiero “venderme”!	7
Ventajas de tener una marca personal bien trabajada	7
¿Por qué no te dedicas a lo que te gusta?	8
Creación de la marca personal	9
Fase de diagnosis	9
Estrategia y planificación	11
Ficha imprimible	14
¡Pasa a la acción!	16
Comunicación de nuestra marca personal y propuesta de valor	17
¿Cuál es la receta para ser una marca fuerte?	17
¿Cómo la comunicamos?	17
Estrategia online	19
Herramientas online	22
Estrategia presencial: reinventa tu currículum vitae	23
¿Con qué acompañamos nuestro CV?	25
Otras herramientas presenciales	25
Caja de herramientas	27
¡Y aquí tienes más herramientas para que te inspires!	27
Un par de consejos de abuela antes de acabar	29
¿Has aprendido? ¡Ponlo en práctica!	30
¡Cuéntame cómo te ha ido!	30
Bibliografía	31

Vamos a pasar un buen rato juntos. Así que mejor nos presentamos

¿Te parece?



Soy Txell Costa (www.txellcosta.com). He trabajado como periodista en diferentes medios, como Catalunya Ràdio. Actualmente asesoro profesionales, empresas e instituciones, entre los que destacan diferentes departamentos de la Generalitat y la Universitat Oberta de Catalunya.

Además, soy formadora y conferenciante de marketing digital, community manager y relaciones públicas para el Instituto de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Barcelona, la Fundació Universitat de Girona, la Universidad de Lérida, la Cámara de Comercio de Barcelona y el Ayuntamiento de Palafrugell, entre otros.

Ahora te toca a ti. ¿Me cuentas quién eres? Agrégame en redes sociales y seguimos en contacto:

[Twitter](#)

[Facebook](#)

Diciembre 2013

Presentación

Antes de empezar, quiero que pruebes algo: escribe tu nombre en Google y a ver qué información sale sobre ti.



¿Ya? Esta es tu **identidad digital**. En Internet, cada persona es una marca.
¿Te gusta tu **reputación digital**? ¿Es lo que quieres que la gente sepa de ti?

De modo que es importante **crear nuestra marca**.

La marca es **aquello que desprendes**. Cuando alguien te mira por primera vez, tiene una primera impresión de ti. Tenemos que saber cuáles son nuestros puntos fuertes y los débiles, y aprender a potenciar y comunicar los que queramos destacar rápidamente.

Te pondré ejemplos prácticos de la importancia de la primera impresión: los lavabos de un restaurante o de un hotel son elementos clave, ¿verdad? Y el servicio también. Todo ello ayuda a construir la **imagen y la experiencia de marca**. Y si no quedas contento, esta crítica seguro que la compartirás muchas veces con otras personas.

Más ejemplos. Cuando abrimos la nevera del súper y vemos la Coca-Cola y la cola de marca blanca, escogemos inconscientemente la primera porque hay un **trabajo de marca** detrás, hay *engagement*, nos da confianza.

Es importante tener la marca creada pero también **monitorizarla**: tenemos que investigar qué se dice de nosotros y actuar al respecto.

Además, tenemos que **proteger** nuestra marca. ¿Cómo? Reservando los dominios que nos interesen y tener el mismo nombre en todas las redes sociales, para que tenga **coherencia** a nivel de marca. Todo tiene que transmitir la misma imagen.



TIP: incluso la fotografía debería ser la misma para reforzar nuestra imagen corporativa. ¡Por cierto! Recuerda que la privacidad de tus fotos en Facebook se puede gestionar: que solo las vean aquellas personas que tú quieras.



Cómo vender más y encontrar trabajo en la era de internet. **Personal branding**



Marca Personal

persona = marca
reputación digital
diferenciación
activo estratégico
influencia



Creación

Autoconocimiento
Objetivos
Posicionamiento
Target
Benchmark



Comunicación

mensaje
canales
storytelling
boca a boca
herramientas online
herramientas presenciales



www.txellcosta.com