



## Personal Branding y Networking. La revolución de la Marca Personal

¿Las personas podemos tener una marca?  
¿Podemos utilizarla para mejorar nuestras relaciones profesionales y empresariales?  
¿Como puede conseguir que seamos mejor valorados, reconocidos y visibles? ¿Cómo podemos gestionar la percepción que los demás tienen de nosotros y utilizarlo en el entorno personal y empresarial?

Aunque la marca es un concepto muy arraigado en nuestra sociedad, estas preguntas parecen extrañas cuando las aplicamos a las personas. No somos conscientes de que todos tenemos una marca, de que somos valorados y tenidos en cuenta en función de la percepción que los demás tienen de nosotros y de nuestro trabajo. En muchos casos, puede marcar la diferencia en una negociación, en una entrevista de trabajo, en una promoción, al dirigir un equipo o ante un cliente. Una marca puede aplicarse a cualquier grupo de personas que se relacionan con otras. Una marca no puede existir aislada. Para sobrevivir, una marca necesita interactuar y satisfacer las necesidades los demás. Si sabes como gestionar tu Marca Personal y tu red de contactos, puedes convertirte en un profesional destacado en el entorno conectado y competitivo del SXXI. ¿Sabes ya cual es tu marca?

Las marcas comerciales fuertes transmiten confianza, nos dan seguridad, eliminan la incertidumbre a la hora de tomar una decisión y por esa razón, estamos dispuestos a pagar más por ellas. Las marcas importantes se han desarrollado descubriendo, desarrollando y comunicando aquellos atributos que las hacen diferentes y sobresalientes. ¿Y si los profesionales gestionásemos las marcas igual que las grandes empresas? Hoy en día,

nuestro esfuerzo y la ayuda de la tecnología nos permiten conseguirlo.

Podemos decir que una Marca Personal, es la percepción que tiene nuestro entorno de las características y atributos que nos hacen sobresalir, diferenciarnos y ser tenidos en cuenta por aquellos que necesitan de nuestros servicios. Descubrir nuestra Marca Personal es la mejor manera de sobrevivir en un entorno como el actual.

Algunas personas se escandalizan cuando se habla de Marca Personal porque consideran que reduce a las personas a simples objetos o productos. Es curioso comprobar como incluso organizaciones o movimientos poco susceptibles de ser acusados de mercantilistas, han llegado a crear marcas muy fuertes, como Greenpeace o NOLOGO de Naomi Klein. Una Marca Personal fuerte solo puede serlo si se ha hecho un análisis profundo de uno mismo, de las fortalezas y debilidades, los recursos personales, el talento y sobre todo de nuestros valores y prioridades. Surge del interior. De otra forma, carecería de credibilidad. No es una imagen artificial, sino el reflejo de lo que somos y de lo que pensamos. Una Marca Personal no se crea, se descubre. Una Marca Personal se basa en la Claridad, la Consistencia y la Autenticidad. Cuando se tiene una Marca Personal fuerte, las decisiones son más fáciles y nos ayuda a ser percibidos como profesionales fiables y valiosos.

En una economía que está estandarizando los procesos, homogeneizando los productos y convirtiendo a los profesionales en "commodities", es imprescindible diferenciarse y que se reconozca el valor que aportamos como personas, profesionales y equipos. La mejor forma de conseguirlo es descubriendo y comunicando nuestra marca. En un mundo en el que nadie es imprescindible, tener una Marca Personal, nos hace ser más tenidos en cuenta.

Es el momento de poner manos a la obra. El procedimiento es similar al de la creación de una marca de producto o de empresa. Establecer un objetivo personal o profesional.

Revisar profundamente quienes somos, que podemos aportar, que necesidades podemos satisfacer, en que mercado podemos ser valiosos. Aplicar las leyes de la Marca Personal. Desarrollar nuestra red de contactos. Escoger las herramientas de marketing y comunicación más apropiadas y establecer un Plan.



La Marca Personal no es una idea nueva. Lleva casi una década aplicándose en EEUU bajo la denominación de Personal Branding y apadrinada por gurús de la talla de Tom Peters o Peter Drucker. Se puede decir que se basa en principios muy antiguos: el conocimiento de uno mismo y de los demás

para satisfacer las necesidades de ambos. Implica redescubrir el valor de las personas en todos los ámbitos. Crear y vivir una Marca Personal fuerte es algo que se hace por los demás y por uno mismo. Es una de las mejores inversiones que se puede hacer. El mundo necesita Marcas Personales fuertes, depende de ellas, confía en ellas.

Aunque lleva poco tiempo en nuestro país, la Marca Personal está teniendo una excelente acogida entre profesionales y empresarios.

Y recuerda... si no descubres tu marca, alguien lo hará por ti.

© 2004, Andrés Pérez  
Marca Propia  
Tel.: 678544817  
Madrid

Para más información sobre las aplicaciones del Proyecto Marca Propia, puedes localizarme en:

**Andrés Pérez Ortega**

Tel.: 678544817

[marcapropia@telefonica.net](mailto:marcapropia@telefonica.net)

o visitar las páginas:

[www.marcapropia.net](http://www.marcapropia.net)  
[www.brandingpersonal.com](http://www.brandingpersonal.com)