

CONSTRUYE TU MARCA PERSONAL





ALEJANDRA SCHIAVONI

Licenciada en Comunicación, periodista y coach ejecutiva. Actualmente es docente, formadora de comunicadores en el área de redacción y producción periodística en el Colegio Universitario de Periodismo, donde durante una década dirigió la carrera de Comunicación. También es capacitadora sobre comunicación digital y soft skills en distintas instituciones públicas y privadas y staff docente en la carrera de coaching ontológico en Axon Training. Ha fundado Ale Schiavoni Coaching&Mentoring desde donde acompaña a mujeres emprendedoras en el diseño de sus modelos de negocios y en la comunicación de sus marcas. Además, coordina el área de capacitación de la Escuela de Innovación, en Córdoba, y es facilitadora del método design sprint.

POR QUÉ HABLAMOS DE MARCA PERSONAL



VALORES NUEVOS ENTORNOS LABORALES PRODUCTIVIDAD PERTENENCIA DIGITAL DEMOCRATIZACIÓN

QUÉ ES LA MARCA

Cualidades
Colores
Logo
Tipografía
Identidad
Usos
Un tono
de comunicación
Una presencia



Cuándo estamos listos para nuestra marca?

Tenemos un objetivo bien definido

Tenemos valores y creencias sólidas

Estamos dispuestos a asumir riesgos

Tengo forma de ser reconocido por mis aportes

Tengo definido a quién le puede interesar lo que hago

Tengo herramientas para crear un proyecto de vida profesional

TODOS SOMOS UNA MARCA



ESTABLECE TU PLAN EN 3 NIVELES



ICEBERG & PLAN ESTRATÉGICO PERSONAL

Una **Marca Personal** poderosa es el resultado de la combinación y gestión consciente y planificada de palancas o herramientas que incluyen materias y disciplinas que van desde la psicología al marketing, de la gestión de proyectos al diseño de una oferta profesional valiosa, de la visión a la innovación. Al proceso en el que se coordinan eficaz y planificadamente todos estos elementos lo denominamos **Personal Branding**.

MAPEA TUS TALENTOS

FACTIBILIDAD
FACILIDAD
REPRODUCCIÓN
FLOW-PLACER
RECONOCIMIENTO

Principios básicos para crear una marca reconocida

RELEVANCIA

SER ÚTILES. Satisfacer una necesidad y hacerlo bien. Beneficio real

CONFIANZA

SER consistentes nos hace ser valiosos y ser elegidos sobre otros.

NOTORIEDAD

OCUPAR un lugar en la mente de los demás. Contar lo que ofrecemos.

A

D

N

Crea una marca personal auténtica, diferente y notable para tu cliente

Marca Personal 360 Sus entornos



Ale Schiavoni Coaching&Mentoring || @soyalecomunica

Cuál es mi modelo de negocio para vincularme con el entorno?

Cuál es mi visión para los entornos de desarrollo de mi marca?

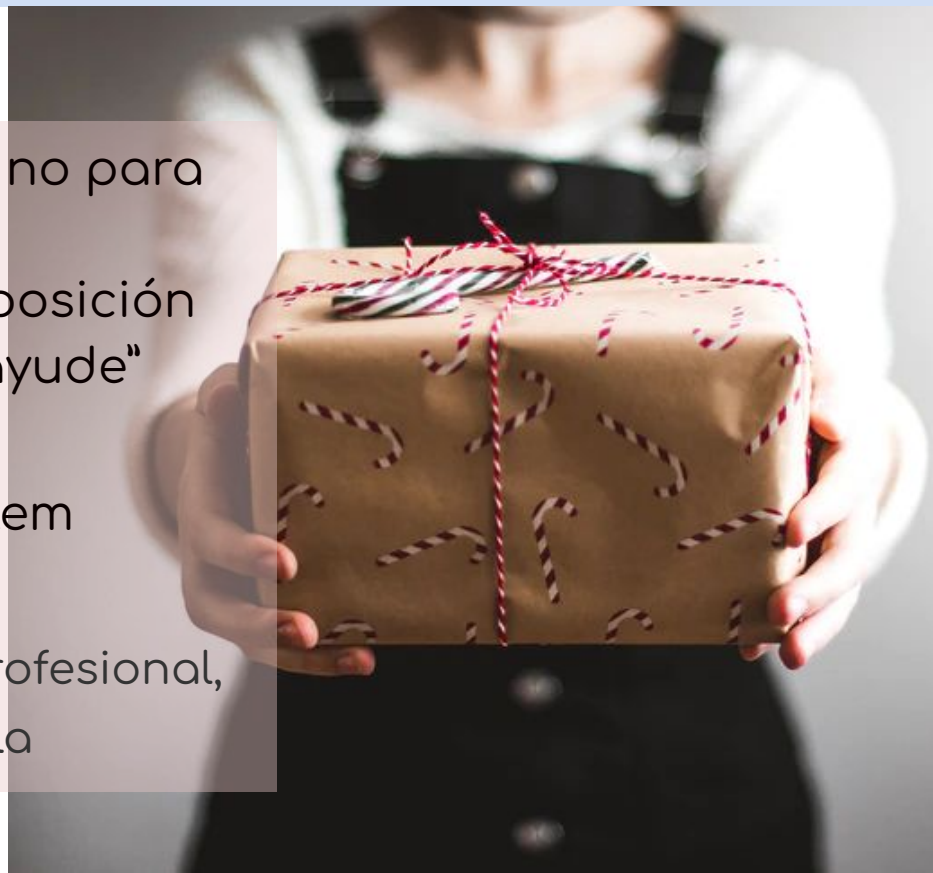
DEL PRESENTE AL FUTURO O DEL FUTURO AL PRESENTE?

DEFINO EL FUTURO DESEADO

MOTORIZO LA ACCIÓN

PROPUESTA DE VALOR

- Entregar algo para los demás, y no para uno mismo.
- “Dejar huella es crear algo a disposición de las personas que sirva, que ayude” (Pablo Micó)
- Si no aportas, no importas (Guillem Recololons)
- Identificar tu propuesta de valor profesional, tu diferencia relevante, y proyectarla



PROPUESTA DE VALOR

- LA DIFERENCIACIÓN ASUSTA A LOS COBARDES (Jordi Collel)
- Ser diferentes y no mimetizarnos implica tomar riesgo.
- La mimetización es un mecanismo de defensa.
- Quien se esconde, no deja marca



EJERCICIO

Cuál es tu valor diferencial?

Por qué alguien debería elegirte o elegir tu propuesta?

Cuáles son tus palabras clave?

Elige entre 3 y 5. Son fundamentales para tu estrategia de posicionamiento.

Convertirte en especialista

Un experto es una persona que ha cometido todos los errores posibles (Niels Bohr)

Muy entendido, hábil. No lo sabe todo, sólo lo suficiente para resolver los problemas en su campo

Experto por repetición. Si te centras en un sector concreto verás los mismos problemas y acabarás por tener soluciones específicas para ellos.

comunicar de forma clara y comprensible al mercado esas soluciones

Conocimiento + comunicación (promoción) = POSICIONAMIENTO

Convertirte en especialista

Especialista: tiene que ver con las competencias hard, las del conocimiento, y es una opción muy aconsejable para distinguirse del generalista y aportar valor añadido.

Influencer: tiene mucho que ver con las competencias de comunicación (soft). Son personas cuya forma única de explicar las cosas las sitúa en el centro de atención Pueden ser o no ser especialistas y expertos.

Experto: tiene relación con la excelencia y el valor que se aporta a los demás. Es una mezcla de competencias hard y soft, y goza del reconocimiento de su profesión como referente. El experto puede ser o no ser especialista o influencer, pero es más fácil llegar a ser alguien con influencia si antes ha habido el reconocimiento experto.

CONSTRUYE TU MARCA

CURIOSIDAD

CONFIANZA EN
UNO MISMO

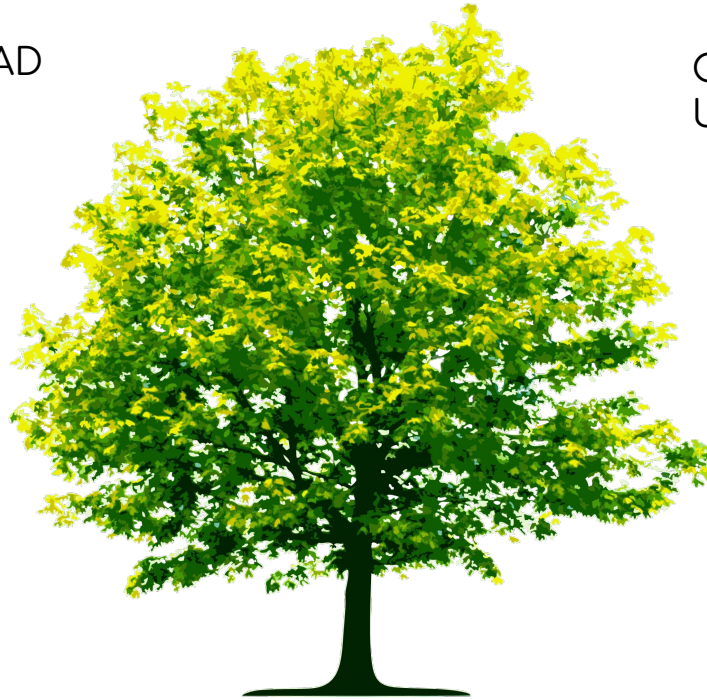
INNOVACIÓN

OPTIMISMO

EMPATÍA

TRABAJAR

RESILIENCIA



COMUNICA TU MARCA

Si no dices quien eres, otros lo harán por tí.

Si no TE VEN

no te compran

no te contratan

no te promocionan

COMUNICA TU MARCA

Si no dices quien eres, otros lo harán por tí.

PITCH

REDES SOCIALES

EVENTOS

IMAGEN PERSONAL

Y EL NOMBRE??

- Tu nombre y apellido // Combinación de ambos
- Combinación con alguna palabra clave
- Seudónimo
- No iniciales o siglas (que solo tú conoces)
- Fácil de pronunciar y recordar
- Que genere una imagen positiva
- Adaptable y disponible en redes sociales
- Palabras significativas para el reconocimiento de tu actividad
- Cumplir lo que promete el nombre



CÓMO DESTRUIR TU MARCA PERSONAL

“Tengo mi marca personal para conseguir trabajo”

“A mí nadie me va a googlear, JAMÁS”

“Mi identidad digital no es tan importante como la vida real”

“No hace falta humanizar mi marca”

“La marca personal es sólo para personas, no empresas”



“Tengo mi marca personal para conseguir trabajo”

“A mí nadie me va a googlear, JAMÁS”

“Mi identidad digital no es tan importante como la vida real”

“No heces falta humanizar mi marca”

“La marca personal es sólo para personas, no empresas”

“Hay una marca para la que trabajaremos el resto de nuestra vida: nuestra marca personal”

“De poco te servirá haberte graduado en ingeniería si cuando googleo tu nombre aparece una streaper”

“Actualmente vivimos en dos mundos paralelos y diferentes: el online y el offline”
Zygmunt Bauman

“Los buenos contenidos ya no son la premisa básica para generar atracción, la claves es añadir experiencia emocional” @alexiaherms

“La marca personal importa en las empresas. Las empresas están hechas por personas”

PASO A PASO PARA FORTALECER LA MARCA PERSONAL

- Diagnosticar tu situación actual
- Definir la necesidad que satisfaces y los beneficios que ofreces
- Gestionar los recursos y conseguir los que necesitas
- Definir el impacto que quieres dejar
- Conocer las claves para comunicar y vender lo que haces
- Definir tu imagen profesional
- Implementar tu estrategia eficaz de posicionamiento profesional



Y tú, ¿qué marca eres?



Nombre:

Fecha:

MARCA	PROPÓSITO	VALORES		OBJETIVOS	
	¿Cuál es tu misión?	Los tres valores que mejor expresan tu marca		Tus metas a corto, medio y largo plazo	
POSICIÓN	REPUTACIÓN	DIFERENCIACIÓN		PÚBLICO	
	Tu posición actual en el mercado	Características por las que tu propuesta resulta singular		Persona o personas a las que te diriges	
ESTRATEGIAS	FORMATO	CONTENIDOS	MEDIOS	NETWORK	OTRAS
	El/los canales en los que más cómodo/a te sientes	Qué publicarás, cuándo y cómo	Aproxímate a los medios de comunicación	Dinamiza tu red de contactos	Estrategias singulares y específicas para tu propuesta

¡GRACIAS!



Ale ☀️
Schiavoni
COACHING & MENTORING

 Ale Schiavoni Coaching & Mentoring || @soyalecomunica