

Miguel Ángel Pérez Laguna



**CÓMO CONSTRUIR UNA MARCA  
PERSONAL Y SER UN INFLUENCER  
PARA LA EMPRESA (creando  
beneficios reales)**

[miguelangelperezlaguna.com](http://miguelangelperezlaguna.com)

# Construyendo tu identidad profesional

**Marca Personal** Es un término que está de moda, mucha gente habla y escribe sobre él, pero a veces sigue generando un poco de confusión.

Así que vamos a ponerlo claro. Marca Personal es:

Aprender a posicionarte como un experto en algo, como un referente de algún sector.

Que cuando piensen en ti, te relacionen automáticamente a una profesión.

Aprender a vender lo que haces (no lo que eres).

Y Sí, a ti también te hace falta.

Si piensas que la marca personal no es para ti, que eso es para los que trabajan en entornos digitales, o para los anglosajones, o para los más jóvenes, o para cualquiera que no seas tú, estarás cometiendo un gravísimo error.

En un entorno globalizado e interconectado como este, sea cual sea tu situación, actividad y objetivos profesionales, potenciar tu marca personal es la clave del éxito (presente y futuro). No le des más vueltas.

La construcción de una marca personal no es cosa de dos días o de una semana de trabajo intenso, sino que debe ser un ejercicio diario.

Y no solo es una faceta reservada para los emprendedores o altos cargos de las compañías, también pueden (y de hecho, deben) ejercerla cualquier tipo de profesionales.

Si lo de la marca personal todavía te suena muy lejano y no sabes por dónde empezar, aquí tienes las claves reales no solo para generar tu propio branding, también para impulsar a las personas de tu alrededor a que hagan lo mismo.

Recuerda que tú eres tu propio mánager. Es una de las primeras cuestiones que debes interiorizar. Tu carrera profesional puede y debe tener un recorrido en las Redes, y tú vas a ser la persona encargada de hacer que ese recorrido sea exitoso.

Tómalo como una nueva responsabilidad, y, dentro de un planteamiento realista, sé exigente a la hora de pedirte resultados.

Pero no se trata tanto de tener 5.000 contactos en LinkedIn o 2.000 seguidores en Twitter sino de qué queremos lograr con esos contactos

Cuando hablamos de marca personal hablamos de ser auténtico/a.

La autenticidad significa mostrar de verdad quién eres y lo que sabes hacer. No pretendas ser lo que no eres. Y sé transparente también. No escondas tu mundo profesional.

Tus seguidores querrán verificar lo que les estás contando. Que tus trabajos sean visibles y estén accesibles.

Hazte visible. Es una de las grandes claves de toda marca personal.

¿Te gusta tu profesión y no terminas de despegar? ¿Estás formado, pero no te surgen oportunidades laborales? Es posible que te falte una buena marca personal. ¿Te lo habías planteado?

Tener una marca propia puede ayudarte a dar el salto que necesitas. Y ahora, por suerte, contamos con las herramientas adecuadas para lograrlo: Internet y las Redes Sociales.

Hace años, en la época de los "mass media", sólo los famosos disfrutaban de marca personal. El que no salía en la televisión o en los periódicos lo tenía más complicado.

Los tiempos han cambiado mucho, los profesionales no se quedan 30 años en una misma empresa, como pasaba antes.

Ahora las personas rotan seis o siete veces en su vida y la única forma de crecer de forma vertical es desarrollando una identidad propia y consistente. Ahora ningún profesional puede darse el lujo de no pensar en sí mismo como una marca

Lara Guerrero, directora de negocios de la firma consultora MG, decía en una entrevista en Forbes. "En un mercado laboral tan competitivo como en el que vivimos, donde no existen fronteras, sino un sobre exceso de información y profesionales en todas las áreas, es vital diferenciar-se para poder destacarse y sobrevivir"

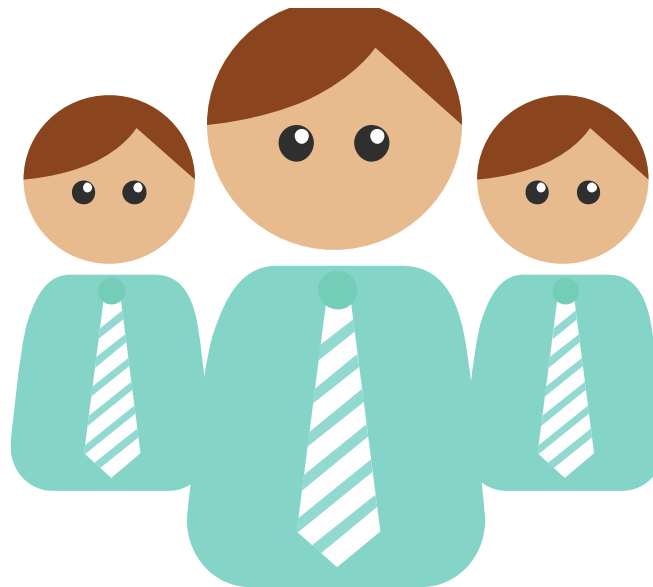
El personal branding no es más que construir un sello propio para resaltar nuestro valor profesional y personal en el mercado, proyectando los talentos, valores y conocimientos que poseemos

Y es que todo lo que hacemos comunica. Cómo nos vestimos, cómo actuamos, la calidad de nuestro trabajo, cómo hablamos, lo que decimos y lo que dejamos de decir, todo transmite un mensaje.

Es importante que trabajemos para adecuar ese mensaje a la manera que deseamos que el mismo sea recibido.

Pero ahora, con la comunicación 3.0, cualquiera puede construir su marca personal a través de un Blog y las Redes Sociales.

Internet pone a tu alcance la opción de crear tu propio sello.



***El personal branding no es más que construir un sello propio para resaltar nuestro valor profesional y personal en el mercado, proyectando los talentos, valores y conocimientos que poseemos***

Un pensamiento recurrente en muchos de mis contactos, especialmente los que están buscando una mayor visibilidad con urgencia que nunca parece llegar : "esto me sobrepasa", creo que por mucho que haga, jamás voy a conseguir una marca personal poderosa o uno de los más citados

"¿De verdad estoy pidiendo tanto como para tener tantas dificultades en conseguirlo?" es la pregunta que muchos se hacen cuando no obtienen resultados

Sin embargo me voy a atrever a deciros, con una posibilidad de error que espero sea razonable, que el 99% de las veces todo eso esconde una perspectiva equivocada en la creación de tu marca personal

Un empeño poco lógico en tratar de conseguir cosas a base de insistir.

**La paciencia es la madre de la ciencia, y seguramente la tía del logro persistente y la hermana del éxito trabajado día a día.**

Si. La constancia es la base del éxito para hacer tu marca personal. Innegable.

Pero vamos más allá del refranero: ya puedes tener una base descomunal que si no la haces crecer con cabeza te quedarás ahí, con ese primer ladrillo entre tus manos sin llegar a construir tu éxito

Como casi todo el mundo, yo me pongo mil excusas para no hacer lo que debería hacer (que es lo que más cuesta): salir de mis tareas habituales.

Tengo un horario que cumplir, unas obligaciones que me quitan tiempo, una cosa que tengo pendiente, una idea para un cliente que me ronda la cabeza, un, una, unos, todo barreras que nos apartan de nuestro camino

Lo hemos dicho muchas veces, el auténtico liderazgo en tu vida es humildad, capacidad de aprender para reconducir , no para confirmar lo mucho que sabemos.

Las razones por las que muchas veces nos rendimos son numerosas pero voy a tratar de exponerte sólo algunas:

**A) No tenemos claro lo que queremos conseguir. ¿Para qué quieres tu marca personal?**

(ok, más clientes, más dinero, una posición mejor, autoridad en la empresa, socios, mercado, talento, candidatos. No, eso no es un objetivo concreto)

Nuestro objetivo tiene que venir enlazado con una estrategia (para conseguir A necesito B y eso me lo puede dar C, para entendernos). En

muchos mentorings que hago hay gente que, maravillosamente, descubre que A,B y C no era lo que pensaban

## **B) Nos creemos que no necesitamos nada.**

Me confieso agradecidísimo por la gran acogida del artículo publicado en Dir&Ge , una carta a un CEO terrible, probablemente de los peores que puede haber en España.

Pues bien, este mismo señor se quejaba de llevar x años en la empresa y que estaba rodeado de inútiles.

Obviamente se dedicó a formarse en otras cosas (todas pensando en el mercado y CERO en saber cómo dirigir una empresa).

Incluso comenzamos un training de liderazgo al que rehusó ir porque "ya había dado un curso de eso". Más bien porque no quería que le pusieran en evidencia.

Nuestra falta de humildad nos lleva exactamente al punto donde estamos. Recorrido CERO.

## **C) Pensar que no hace falta un gran esfuerzo porque somos lo suficientemente avispados**

Es común la creencia de que trasteando en la red podemos conseguir las cosas sin un guía profesional nos hace equivocarnos y recorrer kilómetros de frustración lo que podrían ser metros de éxito.

Yo tengo que aprender todos los días. Sin falta. Llevo décadas en RR.HH y sigo aprendiendo. Me dicen cosas como "tu marca personal está en el top de tal, tu marca personal es fantástica, etc, etc" . Eso me indica visibilidad y reputación, ¡bien!

Pero si me duermo , se acabó. Y tengo que seguir invirtiendo tiempo y dinero

Lo confieso, he sido uno de los que muchas veces he pensado "¿Para qué voy a gastarme dinero en cursos o mentores, si prácticamente todo está gratis en internet?"

Pues bien, después de años de ver miles de artículos, descargar no se cuantos ebooks, NO di con la tecla. No hacía casi ningún contacto, ni me servían los que tenía

Porque para eso necesitas un conocimiento PROGRESIVO, ORDENADO Y APLICABLE.

Esa creencia tiene la misma lógica que quien dice puede hacer un MBA leyendo los artículos de management de la red.

Un apunte, esto es lo que yo he tenido que invertir en cursos sólo desde 2016

Mentoring para RR.HH - 3500 €  
Estrategias de Cultura Corporativa y Cambio - 1300 €  
Técnicas de Storytelling - 2900 €  
Creación de Marca Personal para Executives - 1200 €  
Experto en Employer Branding- 1.800 €

¿Haciendo más cursos? ¿Teniendo un MBA en RR.HH y 5 Postgrados? Sí, amigos y amigas, no me queda otra

¿De verdad crees que leyendo mil cosas vas a cambiar tu estrategia de manera productiva?

No, ni siquiera cogiendo todas las entradas de este blog ibas a conseguir más allá de pequeños cambios.

Porque no es un conocimiento procedimentado, son cápsulas útiles, que suman, pero no multiplican

Puede que tu zona de confort sea realmente una zona de total incertidumbre

Vamos más allá de ese manido concepto de las zonas. Ya has visto algunas causas por las que puedes estar en apuros, quizás porque no te esfuerzas, quizás por una autopercepción equivocada, o puede ser que hagas mucho y NO funcione.

Y no te voy a contar ninguna fórmula mágica, porque no la hay.

Simplemente recordarte 2 cosas básicas

## ***Construir tu marca personal no se hace de la noche a la mañana.***

Igual que puedes planificar con mimo y cariño tus vacaciones por qué no hacer lo mismo con algo que va a acompañarte toda tu vida profesional.

Es el momento de darle el tiempo que merece tu talento, tu experiencia, tu negocio. No es cuestión de ratitos. Eso vendrá después.

No puedes esperar tener resultados en 5 días .

Quizás te obsesiones con lo lejos que han llegado otros. Pasa de ellos.

Tú eres Tú. Y tus necesidades, capacidades, motivaciones, todo lo que te define está muy lejos de esos que llamas "competencia".

Son realmente "compañeros de mercado". Y hacen su propio viaje. No mires por el retrovisor quién está detrás o quien te adelanta. Tu a lo tuyo. Tu camino.

## ***Que no te cueste invertir en ti, fórmate constantemente***

Será la única manera de poder planificar a largo plazo. El mejor trabajo de tu vida lo vas a crear tú, no lo dudes. Y sé que es una faena pensar en términos de inversión. Y que no todo el mundo tiene acceso a los mismos recursos.

No puedo decirte nada ante eso, porque te mentiría.

Sólo decirte que explores al límite de esas posibilidades, de las que tengas actualmente porque van a ser lingotes de oro en el futuro

Define dónde quieres estar con tu marca personal y a por ello!





# La estrategia

Como en casi todo proyecto que pretendamos conducir al éxito, en la construcción de nuestra marca personal no debemos avanzar a ciegas.

Hay que tener claro hacia dónde queremos llegar y una idea aproximada de cómo pretendemos hacerlo. Y por supuesto, la capacidad crítica suficiente para evaluar nuestros avances e introducir correcciones por el camino, si es necesario.

**Si dejas de pedalear, te caes.** Otra enseñanza primordial cuando se trata del personal branding. Se requiere constancia (pero como hemos dicho antes, con estrategia. Porque por mucho que te des cabezazos contra un muro, no lo vas a derribar sin herramientas)

**Pero qué queremos conseguir con esa constancia.** Muy sencillo

**Marca personal es lograr que los demás vean en ti tus sueños, tus actitudes, tus capacidades y tus motivaciones**

Pero querer que todos capten tu esencia no basta, **de quererlo a hacerlo hay un trecho y el resultado se llama reputación: lo que los demás piensan de ti en realidad.**

La reputación motiva a tu entorno a colaborar contigo. **Genera la confianza para que te ofrezcan un trabajo, una relación, un contacto que puede llegar a ser un cliente, un dinero para invertir...**

El entorno está ávido de conocer tu marca personal pues necesita definir –y cuanto antes mejor- si puede confiar en ti y si le vas a aportar algo, tratan de captar indicios con los que etiquetarte como “confiable” o “es un crack del...” y poder recurrir a ti llegado el caso.

Ten en cuenta que lo que vas a dar a conocer es tu propia esencia y para ello debes definir claramente tu estrategia de posicionamiento. Primero deberás responder a las siguientes preguntas:

**¿Quién soy?**

**¿Qué quiero hacer?**

## ¿Qué objetivos quiero lograr?

Una vez tengas las respuestas a estas preguntas, tienes que definir:

¿Qué puedo ofrecer a los demás?

¿Qué valor puedo aportar o qué necesidad voy a cubrir?

¿Cuáles son mis valores personales?

¿Quién es mi perfil de cliente/contacto profesional?

¿Cómo lo comunico?



## Tu Historia

Es importante definir varios mensajes, pero con un slogan principal. **El descubrimiento que ha hecho de ti quien eres hoy.**

**Todo profesional tiene una peculiar que lo hace único en el planeta,** ya sea una capacidad para afrontar las adversidades con actitud positiva como una historia inspiradora que, de hecho, es la que te impulsó a abrir tu propio negocio.

Piensa detenidamente en cuál es ese rasgo en tu caso, identifica los factores y resáltalo cada vez que haga falta echar mano de tu marca personal.

La primera vez que pensé en ello me salió una fórmula parecida a esta.

*“Soy un experto en gestión de personas, y me acerco a ellas con la mirada de un psicólogo pero, como HRBP, definiendo su posición más rentable en el organigrama de la empresa. Y además me dicen que soy un gran comunicador, por tanto, mi capacidad de influencia brilla si soy capaz de generar el mensaje adecuado para atraer y crear talento”*

Por tanto, eso lo que trato de enseñar constantemente a los demás. Y me diferencio aún más con mis conocimientos de social media y branding 2.0

Piensa en líderes de opinión del desarrollo personal o del mundo de la inversión: sus marcas personales son visibles desde la luna dentro de sus industrias, y gran parte de su éxito se lo deben a su habilidad para enseñar a otros a ser personas de éxito.

Probablemente, el líder en el que estás pensando escribe artículos en medios potentes, líderes que tienen una presencia frecuente en los medios y ayudan a generar conexiones entre profesionales.

### **Informa de tu propia historia, y no te saltes ni un detalle de tus hitos.**

No te da valor decir sólo que “heredé la empresa de mi padre” o “estudié x y ahora hago y”

### **A la gente le gusta ver a la persona que hay detrás del líder.**

Expón esa narrativa en todas las plataformas y ocasiones que estén a tu alcance: desde tu blog personal y tus redes sociales a las conferencias que impartas.

### **Preguntas Para Sacar Tus Historias:**

*¿Qué desafíos has tenido en tu vida?*

*¿Qué te ha hecho ser el tipo de persona que eres ahora?*

*¿Por qué tienes creencias tan fuertes sobre algunas cosas?*

*¿Cuál es el viaje de vida en el que te has visto involucrado?*

*¿Por quién has estado peleando?*

*¿Qué has tenido que soportar?*

*¿Cuáles son tus valores y por qué?*

*¿Qué pérdida has tenido que gestionar o sobrepasar?*

*¿Qué fallo has tenido que arreglar?*

*¿Quién te ha rechazado o marginado?*

*¿Qué situación ha hecho que tengas que sacar todo tu valor?*

***¿Cómo has llegado a ser lo que hoy eres?***

Conocer a ti mismo, conocer a tus posibilidades y a tu producto es tu tarea definitiva.

Quizás no sepas tu potencial hasta que lo apuntas en una hoja. Tus virtudes laborales y cualidades que te diferencian a ti o a tu empresa, ¿las estás transmitiendo?

Por último, debes de tener en cuenta cada cierto tiempo **el factor de plenitud y satisfacción. ¿Eres feliz con lo que ahora representas?**

Quizás tu marca personal ya no funcione porque no te hace feliz y tú has dejado de esforzarte igual.

Pregúntate cada cierto intervalo de tiempo si es eso lo que quieres hacer, y si así sigue siendo, lucha por posicionarte sin dejar de Apasionarte

# Cómo se monetiza una marca personal

Existen distintas formas de monetizar una marca personal. **A continuación, detallaré las que veo después en los mentorings 1x1:**

- **Formación.** La formación es una de las formas de monetizar una marca personal más fáciles de conseguir. Al profesional se le contacta para ofrecer sus conocimientos a un grupo de estudiantes o profesionales a cambio de una retribución económica o publicidad de su empresa en congresos, eventos, etc.
- **Conferencias y charlas.** En ocasiones el profesional no recibe compensación, pero la exposición es más importante que ganar dinero. Eres un influencer y la marca de tu empresa va contigo. *(por eso tener influencers en la empresa mola, sin miedo a que la competencias se los lleve)*

Por experiencia te puedo asegurar que, después de asistir gratis a una charla, te pueden salir automáticamente nuevos clientes de los que sí conseguirás dinero.

- Un profesional que tenga una buena marca personal puede conseguir acuerdos con marcas para ciertas acciones o campañas.

Este intercambio incluye una retribución económica para el profesional o un intercambio de bienes, que es una forma de no gastar más dinero.

Por ejemplo:

- ◆ Una marca te contacta para hacer una acción y te pagará porque escribas un post en tu blog y lo promuevas a través de RRSS.
- ◆ Una marca te pagará para que asistas a un evento y comentes desde allí como influencer de tu empresa y área.
- Acciones y acuerdos con empresas de tu sector
- Venta de servicios profesionales tipo Mentoring o consultorías.



# Que sepan los demás porque eres único/a

Jeff Bezos, CEO de Amazon dijo que “personal branding es lo que dicen de ti cuando sales de la habitación”. Y es ahí por donde hay que empezar: **¿Qué ven las personas cuando buscan tu nombre?**

Por eso hemos insistido en la clave esencial de la marca personal, el autoconocimiento, solo de esta forma se puede establecer la meta por conquistar.

Como profesional, ¿qué nos destaca de los demás y cómo podemos ayudar a otros a resolver sus problemas? Recuerda que el talento no lo es todo.

La clave está en poner todos esos dones al servicio y beneficio de los demás.

La otra clave está en la planificación de las metas.

La vida no puede ser algo que se deja al destino o a la suerte, tú tienes que empezar a trazar tus objetivos e ir alcanzándolos uno por uno para que esa imagen que pretendamos transmitir sea consistente y sostenible.

Hay ajustes que se pueden hacer en el camino, pero definitivamente tiene que haber un plan.

**La diferenciación es fundamental a la hora de planear la estrategia de una marca personal.**

Debemos apuntar al nicho al que está dirigida nuestra marca y enfocar nuestras fortalezas en ese sector.

Y ser visibles, muy visibles.

Deja de decirte a tu mismo que no quieres que te vean porque no vivimos en cuevas, estamos ,no ya en la era de la información, sino de la difusión.

**Si no te promocionas a ti mismo, nadie más lo hará.**

Tu éxito está determinado tanto por lo bien que otros conocen tu trabajo como por la calidad del mismo. Lo que digan de ti es lo que al final determinará el valor de tu marca.

**Recuerda que eres una magistral combinación de energía y experiencia únicas, que nadie tiene en el mundo.**

**Y eso es lo que tenemos que definir.**

Ponte en contacto conmigo y remítame un mail comentándome qué necesitas



[@maperezlaguna](https://twitter.com/maperezlaguna)



[www.linkedin.com/in/speakermarcaliderazgoycomunicacion](https://www.linkedin.com/in/speakermarcaliderazgoycomunicacion)

“Conocer cuáles son nuestras capacidades y competencias para poder potenciarlas, y nuestras debilidades para poder minimizarlas: pasos vitales en el proceso de construcción de una marca personal”

**Miguel Ángel Pérez Laguna**  
[miguelangelperezlaguna.com](http://miguelangelperezlaguna.com)