

# Guía Preliminar para construir tu marca

Estas son las cuatro preguntas básicas que debes responder por escrito antes de pensar en tu Estrategia Digital.

Si contestas con sinceridad, claridad y precisión a estas cuestiones, habrás recorrido gran parte del camino en la construcción de tu marca -personal y profesional- y facilitarás el diseño de tu mejor estrategia en el escenario 2.0.

Tómate tu tiempo para contestar por escrito, pero haz un esfuerzo de síntesis y no te extiendas más de 6 páginas.

No dediques tiempo ahora en conseguir una buena redacción, céntrate en las ideas y mensajes que quieres transmitir. Así avanzarás más rápido.

## 1 ¿QUIÉN ERES?

**Tu trayectoria vital:** haz un breve relato de tu vida, con énfasis en los hechos/logros más importantes (a nivel personal y profesional).

**Capacidades:** enumera tus habilidades, formación, y tus principales experiencias profesionales...

**Pasiones:** la personalidad y la pasión son claves para conseguir una marca fuerte. Si algo te apasiona, es porque lo haces especialmente bien. ¿Qué te apasiona? ¿Cuáles son tus intereses?

## 2 ¿CÓMO ERES PERCIBID@?

**Relaciones personales:** qué dicen tus amigos y familiares de tí.

**Relaciones profesionales:** qué dicen de ti tus colegas, clientes y otros colaboradores profesionales.

**Reputación online:** qué dice Google sobre tí. ¿Es fácil encontrarte? ¿Con qué información se te relaciona? ¿Es contenido propio o de terceros?

¿No lo sabes? ¡Pregunta! ¡Busca! Es importante saber cuál es tu punto de partida.

## 3 ¿QUÉ QUIERES CONSEGUIR?

**Tu sector y tus productos.** Define tu producto o servicio y tu ámbito de negocio. ¿Cuál es el valor que creas para tus clientes?

**¿Cuál es tu especialidad?** La especialización y personalización son clave para alcanzar el éxito y tus objetivos. ¿Qué te diferencia de otros profesionales como tú? ¿Cuál es tu propuesta de valor?

**Tu mercado:** identifica al(los) público(s) adecuado(s), aquellos que pueden ayudarte a conseguir tus objetivos. Entre otros:

- **Potenciales clientes:** ¿para quién estás creando valor?

- **Prescriptores:** aquellas personas que pueden recomendarte

- **Partners:** hacen cosas que necesitas mejor o más barato que tú

**Relaciones:** ¿Cómo puedes establecer una relación con cada uno de los perfiles que has descrito antes? ¿Qué tipo de relación esperas esas personas que mantengas con ellas? Responde considerando perfil por perfil, pon especial esfuerzo en tus clientes potenciales.

**Canales:** Identifica a través de qué canales de comunicación puedes establecer y mantener la relación con tus públicos.

## 4 CREANDO TU PROPIA MARCA...

**Marca Personal:** escoge el nombre que te identificará. Puedes incluso pensar en un slogan que te caracterice. Deben ser fáciles de recordar.

**Imágenes y emociones:** elige tus colores corporativos, hasta si quieres, un logo que te identifique, fotos, ilustraciones...

**Storytelling y emociones:** puedes conectar con tus públicos a través de tu propia historia o a través de las historias de quienes has ayudado a lo largo de tu trayectoria profesional. ¿Tienes alguna historia interesante/emocionante que contarme ahora?

**Modelos:** Identifica los tuyos. ¿Hay alguien a quién admiras en tu ámbito de negocio? ¿Alguna web que pueda ser fuente de inspiración? Por lo menos indica 3 páginas webs que te gusten mucho.