

A thick dark blue vertical bar on the left side of the page. A blue arrow points to the right from the bar, containing the date.

4-10-2018

# MEJORAR TU MARCA PERSONAL

Several thin, curved lines in shades of blue and grey that originate from the bottom left and curve upwards and to the right.

2CIA  
Alumna: Nérida Guerrero



## Contenido

<b>Frase</b>	3
<b>Introducción</b>	3
<b>Marca personal</b>	3
Cosas a tener en cuenta	4
Fuentes de información:	4
Herramientas con las que modificamos la Información:	4
Red personal de aprendizaje o Personal Learning Network (PLN):	4
La importancia de la diferencia;	4
<b>PASOS PARA CREAR UNA MARCA PERSONAL</b>	5
1. Definición y diferenciación	5
2. Estrategia y objetivos	5
3. Visibilidad y plan de acción	5
<b>Mi imagen personal</b>	5
Linkedin	6
Twitter	6

## Frase

«Observa, escucha y aprende»

«Sueña en grande y atrévete a fallar»

## Introducción



La Imagen personal es nuestra carta de presentación y refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás. Dicho de otra manera, es como una foto, lo que los demás ven de nosotros en una mirada rápida.

Es muy importante cuidar nuestra imagen personal porque es lo primero que los demás ven de nosotros y, aún sin pronunciar palabra, podemos transmitir datos y proyectamos nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

Deberemos diferenciar 3 tipos de imagen: Física, no verbal y verbal.

- **Imagen física:** la forma de vestir es un factor clave. Queramos o no, todos proyectamos una personalidad a través de la imagen que ofrecemos a los demás.
- **Imagen no verbal:** Los gestos y las expresiones corporales también comunican. Un cuerpo encorvado, con los hombros apretados y el rostro mirando hacia abajo transmite timidez o miedo. En cambio, un cuerpo erguido, con hombros sueltos, una mirada firme y dirigiéndose a los ojos del interlocutor, transmiten liderazgo, convicción, autoridad y confianza.
- **Imagen verbal:** Se debe mantener la coherencia entre la imagen que se proyecta físicamente y la forma de expresarse verbalmente.

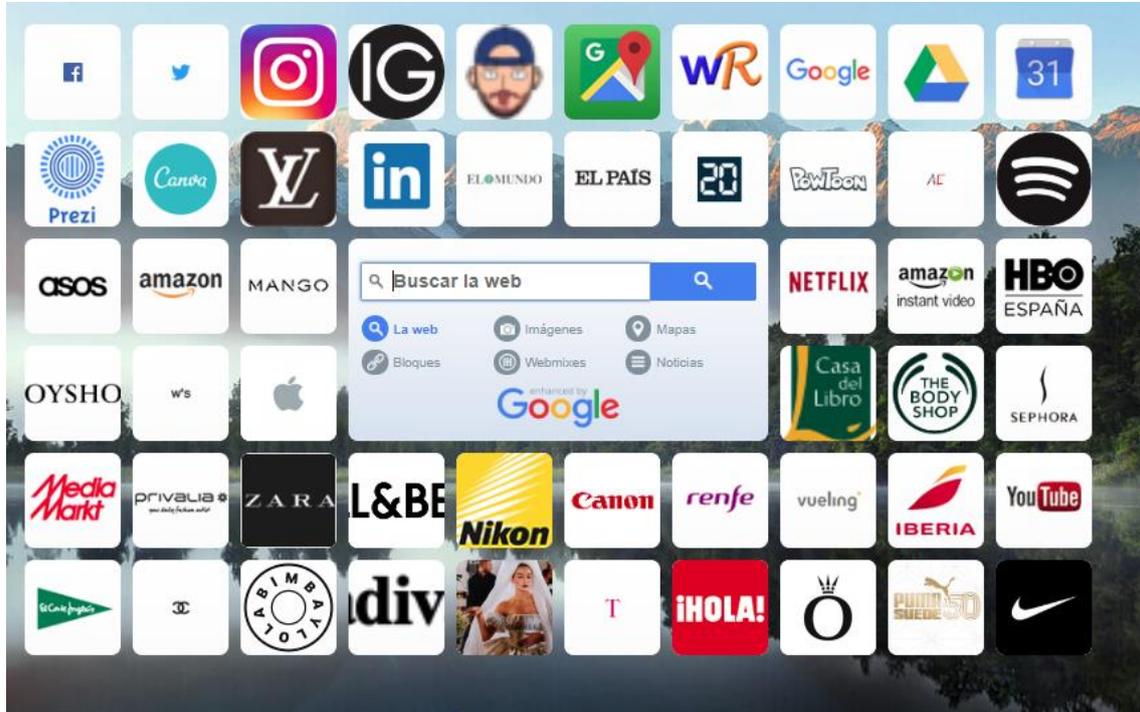
## Marca personal

Es un concepto de desarrollo personal que consiste en ver al individuo como marca, de igual forma que se entienden las marcas comerciales. La marca personal es como “la huella que dejamos en las personas”; es cómo te perciben los demás.

## Cosas a tener en cuenta

### Fuentes de información:

Los sitios y actividades de los que obtenemos información. Pueden ser medios online, bibliotecas digitalizadas, blogs que solemos consultar o canales de YouTube. Si tienes muchas fuentes, incluso puedes organizarlas en algún lector de RSS, como Simbaloo.



### Herramientas con las que modificamos la Información:

son aquellas herramientas digitales o programas que nos permiten trabajar la información obtenida y crear contenidos para aprender. Por ejemplo, herramientas para crear blogs, como Blogger o WordPress; presentaciones, como Prezi; vídeos, como Powtoon....

### Red personal de aprendizaje o Personal Learning Network (PLN):

formada por aquellas personas con las que compartimos nuestro conocimiento y experiencias o colaboramos en la creación de nuevos objetos de aprendizaje. Podemos conectarnos a ellas a través de las redes sociales, como Twitter, Facebook o LinkedIn; foros o comunidades virtuales; entornos colaborativos, como los que facilita Google, u otro tipo de herramientas, como Skype.

### La importancia de la diferencia;

Como todo en la vida, lo diferente es interesante y esta es una de las piedras angulares de la marca personal. Ser diferente, original, destacar en algo donde el resto simplemente está es un punto clave en el éxito de tu marca personal. Cada persona tiene sus rarezas, aquello que le hace diferente y especial, y una de las claves del éxito en el Personal Branding es encontrarla y explotarla

## PASOS PARA CREAR UNA MARCA PERSONAL

### 1. Definición y diferenciación

Deberemos realizar ciertas preguntas para encontrar nuestra propia definición y así encontrar que nos diferencia del resto.

- ¿Qué te hace diferente al resto de profesionales?
- ¿Cuáles son tus valores?
- ¿Qué es lo que te apasiona realmente?
- ¿Qué otras personas son tus referencias?
- ¿Qué le vas a ofrecer al mercado?

### 2. Estrategia y objetivos

Deberemos preguntarnos para qué queremos conocer esto y como vamos a llegar el

- ¿Por qué quieres desarrollar tu marca personal?
- ¿Dónde quieres estar de aquí a unos años?
- ¿Para quién será tu marca personal?
- ¿Cuáles son los objetivos que persigues creando tu marca personal?
- ¿Cuál será el mensaje que tu marca personal transmita?

### 3. Visibilidad y plan de acción

Sin un plan de acción no lograrás nada. Qué vas a hacer y cómo lo harás marca la diferencia entre los que quieren hacer y no hacen y los que dicen que van a hacer y lo demuestran haciéndolo.

- ¿Cuáles son las herramientas que vas a utilizar?
- ¿Qué elementos necesitas para lograrlo?
- ¿Qué canales son los que usarás para tu marca personal?
- ¿Utilizarás un blog y qué redes sociales?
- ¿Cómo será tu logo, los colores que te definan, el tipo de letra que utilizarás siempre,
- ¿Con quién debes conectar?

## Mi imagen personal

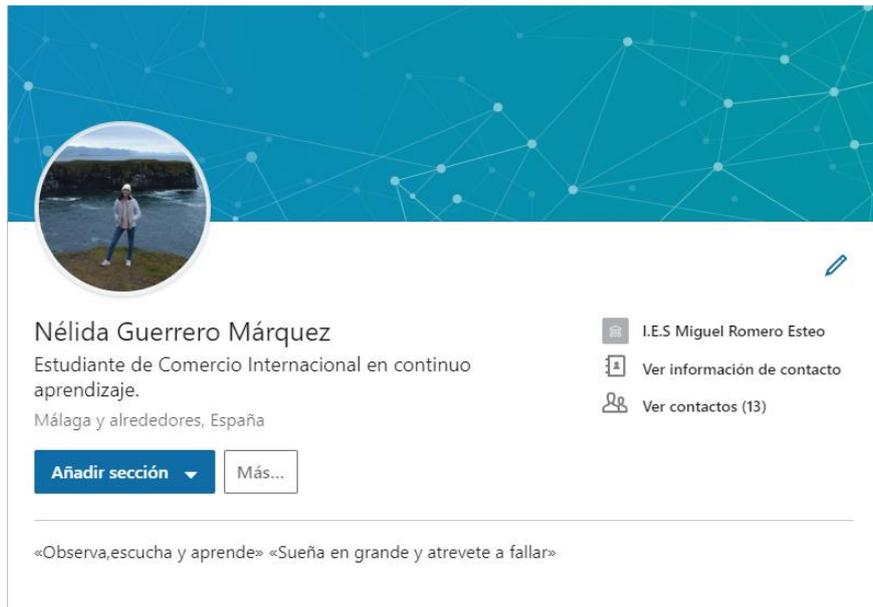
Actualmente; considero que mi imagen personal es la de una chica joven sin experiencia y sin conocimientos.

Por lo que mi objetivo sería tratar de demostrarle a la gente que a pesar de mi corta edad tengo conocimientos y se de lo que hablo.

Lo conseguiría realizando los pasos mencionados anteriormente.

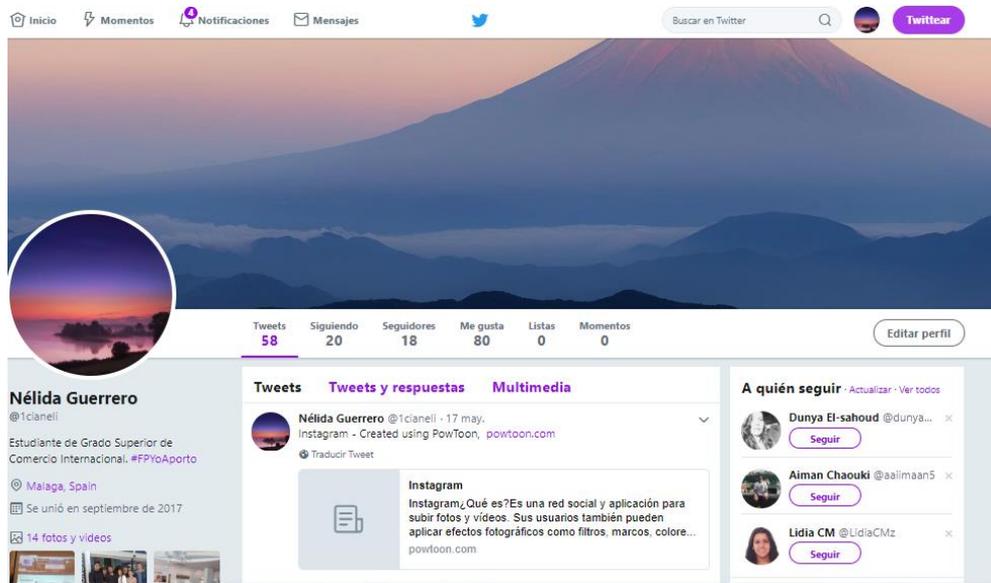
En redes sociales tengo presencia en LinkedIn y twitter.

## LinkedIn



En este inicio de curso he querido reactivar mi LinkedIn ya que a posicionarse como profesional experto dentro de tu sector, Mantener contactos con otros profesionales, Recomendar a tus contactos y que ellos te recomienden a ti y Mejorar tu imagen de marca personal.

## Twitter



El twitter nos sirve como Branding, networking y como herramienta de investigación.

