



GESTIÓN

5 claves para gestionar tu marca personal

POR PAULA FERNÁNDEZ-OCHOA, CONSULTORA & SPEAKER EN ENTORNOS DE ALTA COMPETICIÓN, SOCIA DE MORETHANLAW+ Y FUNDADORA DE VIVIRCORRIENDO



Si quieres aprender a diferenciarte, a optimizar tu talento y a posicionarte con tu ventaja competitiva, sigue leyendo. Quiero compartir contigo 5 consejos clave para gestionar tu marca personal con éxito y para que lideres tu proyecto más revolucionario: tú. Sólo así lograrás tu mejor versión, el más alto rendimiento y una vida en plenitud. Y, en paralelo, seguro que mejorarás la marca de la farmacia.

Y es que el mercado es más competitivo y cambiante que nunca, por lo que, o te adaptas a las nuevas reglas del juego (apostando todo) o te quedas fuera. Es inviable ir a medio gas. Y no, no importa que seas el/la titular de la farmacia, sustituto/a, adjunto/a, regente, auxiliar, recién graduado/a o estés en búsqueda de empleo... Siempre es esencial gestionar tu marca para poder brillar y ser la opción elegida.

¡Da un paso al frente y haz que todo empiece hoy!

1. Descubre tu propósito y sé fiel a él

"Si no sabes dónde vas, acabarás en cualquier parte"

Laurence J. Peter

Todo empieza con tu porqué, con tu razón de ser, de actuar y de llevar un estilo de vida determinado. Para ello, identifica aquello en lo que eres bueno/a, que te guste realizarlo y que, además de convertirte en mejor persona y ciudadano/a, genere valor real para la sociedad. Inspírate en el autor británico Simon Sinek, que ahonda sobre 'el porqué' en su teoría *The Golden Circle* (El Círculo Dorado) y brinda un marco alrededor del cual las personas y organizaciones pueden liderar, inspirar y motivar. Como dice Sinek, *"la gente no compra lo que uno hace, compra el porqué lo hace"*.

Son tres capas concéntricas (Figura 1): *why* (por qué lo haces, tu propósito o rol vital), *how* (cómo lo ejecutas, las acciones específicas que realizas) y *what* (qué haces exactamente, producto o servicio), que deben asimilarse y transmitirse en ese orden, desde dentro hacia afuera, con la intención de inspirar y conectar emocionalmente con aquellos que compartan el pensamiento y sentimiento que hay en tu mensaje. Por ejemplo, el porqué de Apple es desafiar el *statu quo*, pensar diferente. Y, a partir de ahí, crea productos innovadores y elegantes que mejoren la vida de las personas

Ejercicio: Sigue la Teoría del Círculo Dorado y define con claridad el 'why', 'how' y 'what' de tu marca personal. Practica su comunicación e integra tu propósito, tu compromiso con el mundo, con el mercado y contigo mismo/a, en tu día a día. No basta con escribirlo o decirlo, hay que hacerlo.

2. Diseña tu hoja de ruta: objetivos, estrategia y plan de acción

"La táctica sin estrategia es el ruido que precede a la derrota"

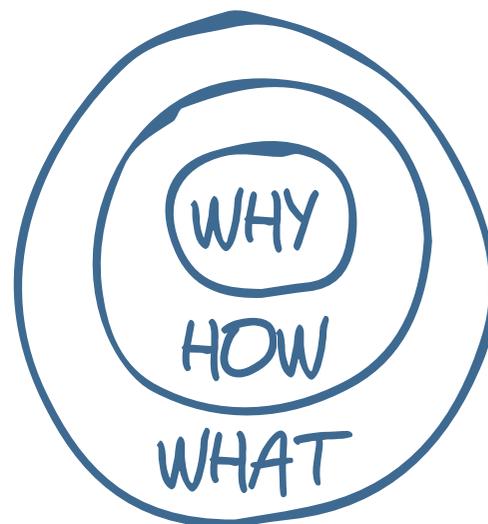
Sun Tzu

Establece unas metas claras, la estrategia para alcanzarlas, define tu audiencia y lista y calendariza las acciones que necesitas ejecutar para alcanzar el éxito de tu proyecto: tu mejor versión. Tienes que partir de tu diferenciación, ventaja competitiva y propuesta de valor para pivotar la estrategia y el plan de acción sobre éstas. Ejecuta cada uno de los hitos reflejados en el cronograma y haz seguimiento con un análisis exhaustivo para lograr el mejor resultado.



Figura 2

EL CIRCULO DORADO



de Simon Snek

Figura 1

Ejercicio: Cumplimenta el esquema que te facilito a continuación (Figura 2) para diseñar tu hoja de ruta y, a partir de aquí, ¡pasa al mundo de la acción!

3. Sé visible, ¡si no estás, no existes!

"Una marca es una historia que siempre está contándose"

Scott Bedbury

Comunica para ganar y gestiona estratégicamente tu identidad visual, tu mensaje, tus acciones y tus canales. Para ello, ten en cuenta las siguientes cuestiones:

- Combina canales *on* y *off line*, eligiendo tanto aquellos relevantes para tu *target* como aquellos que son más afines a ti y que, por tanto, su gestión será más productiva. La comunicación deberá ser coherente entre todos los canales (blogs, videos, podcasts, radio, redes sociales, etcétera) y siempre ajustada a tu estilo y *expertise*.
- Construye una identidad visual consistente y coherente con tu marca. Ten como objetivo que tu imagen sea fácilmente reconocible y memorable.

- Desarrolla una narrativa clara, atractiva y convincente. Parte de la siguiente máxima, sobre todo por lo que a valores se refiere: *“transmitir mejor que explicar”*. De nada servirá que digas que eres una persona comprometida si no lo demuestras. Por ejemplo, en mi caso, cuando comparto en mi canal de Instagram *VivircorRiendo* el deporte que practico -horarios, frecuencia, retos que voy superando, etcétera- no es contenido simplemente relacionado con la disciplina en sí, sino que el mensaje va más allá y transmite valores del deporte como la superación, la disciplina, el esfuerzo...
- Construye una imagen y un mensaje positivo y profesional, con *storytelling*, para conectar más con tu audiencia. Además, no olvides esta gran cita de Oscar Wilde, *“No hay una segunda oportunidad para causar una primera impresión”*, por lo que cuida tu entrada y puesta en escena.
- Siempre calidad por encima de cantidad.

Estamos ante el fin del anonimato y tu marca debe ser visible. Recuerda que *“si no estás, no existes”*. Necesitamos hacer grandes cosas y debemos explicar al mundo que las estamos haciendo. No es cuestión de ego, sino de supervivencia y de generosidad, pues ponemos al servicio del mercado el valor que tenemos.

Ejercicio: Haz un listado de todos los canales relevantes para tu marca y planifica tanto su presencia como su gestión. Actualiza perfiles, planifica y gestiona contenido alineado a tu estrategia y propuesta de valor. Mide resultados, analiza y ajusta hasta alcanzar la mejor dinámica.

4. Juega en equipo

“Los individuos marcan goles, pero los equipos ganan partidos”

Zig Ziglar

Dice George Burton Adams que *“el hombre hecho a sí mismo no existe. Estamos hechos de miles de otros. Cualquier persona que haya tenido un gesto amable con nosotros alguna vez, o que nos haya animado verbalmente, ha participado en la construcción de nuestro carácter y nuestras ideas, así como de nuestro éxito”*. Así es: los seres humanos somos seres sociales, vivimos en un mundo interdependiente e interconectado y nos necesitamos unos a los otros más que nunca. Al respecto, te dejo dos reglas importantes:

- Por un lado, trabaja el *networking*, teje relaciones de valor para crear alianzas, oportunidades, ser conocido/a y reconocido/a en el nicho al que perteneces. El éxito depende de a quién conoces y cómo trabajas con estas personas, siendo la generosidad la verdadera clave para que las relaciones funcionen.
- Y, por otro lado, gestiona tu marca personal con alineación a la *marca corporativa* a la que estés vinculado/a (tu farmacia o en la farmacia que trabajes, asociaciones a las que pertenezcas, universidad en la que impartas formación, etcétera). Su estrategia, objetivos y valores deben comulgar con los tuyos, pues solo así transmitirás coherencia, os retroalimentaréis y lograréis incrementar vuestro valor. En la actual humanización, las organizaciones se visten de personas para conectar.

Ejercicio: Revisa tu lista de contactos, marca objetivos y estrategia para ampliarla y potenciarla y ejecuta acciones que aporten valor y generen sinergias.

5. Cuida la salud de tu marca

“La primera riqueza es la salud”

Ralph W. Emerson

Las marcas, como las personas, pueden gozar de buena o mala salud. ¿Por qué es importante que tu marca la tenga? La salud ha cobrado una importancia fundamental en nuestras vidas de una manera holística, no hace falta que te lo diga, y no solo para el bienestar estrictamente personal, sino también para el negocio. En efecto, el mercado ha trasladado el concepto de *healthy habits* a la vida diaria de los profesionales y ha comenzado a medirse en términos económicos, ya que repercute en la atracción y fidelización de talento, reducción de gastos por enfermedad y absentismo, mejora del clima laboral, vínculo de pertenencia a las empresas, imagen de marca y, en definitiva, en la cuenta de resultados.

Las viejas normas de recursos humanos ya no se sostienen. Solo con la gestión del talento y la productividad desde una cultura en la que impere el bienestar podrá haber perspectivas de futuro y de éxito. Hemos cambiado prioridades y hemos comenzado a anteponer nuestra salud y tiempo libre al empleo. El objetivo es claro: queremos producir más y vivir mejor. Por tanto, ¡cuida también la salud de tu marca!



Ejercicio: Asocia tu marca a hábitos saludables para generar conexiones con los valores y los beneficios que transmite el bienestar. A fin de cuentas, el mundo del deporte y el de los negocios es muy similar. Tanto deportistas como profesionales debemos destacar, potenciar nuestras habilidades, alcanzar objetivos y ser los mejores en un entorno altamente competitivo. ¡El bienestar es la piedra angular del éxito!

Deseo que estos 5 consejos y reflexiones te ayuden a brillar con tu marca personal. Deja huella en el corazón y mente de los demás con autenticidad, diferenciación y generando valor y experiencias inolvidables. ¡Atrévete! El mayor riesgo que puedes cometer es no arriesgar, así que toma decisiones y avanza, la vida no es un deporte para espectadores. ¡Queremos marcas valientes! ➕

Sección coordinada por
Juan Carlos Serra