

Ejercicio 1

¿Qué crees que te hace un ser humano especial para los demás?



Para identificar nuestra marca personal, Peters les dice a sus lectores que se pregunten a sí mismos sobre aquello que los hace ser especiales, valorados y diferentes a los demás. Quienes aspiran a tener una marca deben preguntarse también: cuáles son sus principales fortalezas, sus rasgos más notables y aquello en lo que pueden aportar el mayor valor posible.

Peters apunta, “Si vas a crear una marca propia, debes conseguir estar concentrado sin descanso en aquello que hagas y aportes valor”.

El paso final, obviamente, es comercializar tu marca personal, ponerla en el mercado. La forma en que podría o debería hacerse. Montoya, escribe en “El Fenómeno de la Marca Persona”, que hay que hacer mucho menos hincapié en los aspectos cosméticos o superficiales y, hacer mucho más énfasis en las estrategias de mercadeo de negocios para promocionarnos como marcas personales.

Pero ¿la marca propia es algo más profundo que todo lo que hemos dicho?, Karl D. Speak, presidente de “Más allá de solo pensar en una marca” y coautor del libro “Sea su propia marca”, cree que sí. El autor está convencido que la creación de marcas propias no es simplemente la aplicación de un barniz superficial, más bien, se trata de aprender a buscar la credibilidad por lo que somos, que uno entienda perfectamente cuáles son sus valores propios, y aprenda cuáles son los aspectos que lo hacen a uno ser importante y necesario para otras personas.

Crear una Marca Propia se refiere a “determinar quién eres en esencia, en lugar de inventar una marca con la que te gustaría ser percibido. Debes de ser real 100%.” Karl D. Speak

La marca propia emerge de la búsqueda de la identidad y el significado de quién eres y para qué sos bueno. De esto, viene una nueva conciencia de las fortalezas y habilidades personales. Hay que conocerse mejor, saber quién es uno realmente y eso no se consigue de la noche a la mañana. Hay que pasar por un modelo de marca como el que estamos mostrando en BRANDEATE para poder lograr orientarse, mediante ejercicios y test profesionales que en este programa realizamos, con el propósito de que te observes y hacer consciente tu propia imagen de una forma integral.

Crear una Marca Propia se refiere a “determinar quién eres en esencia, en lugar de inventar una marca con la que te gustaría ser percibido. Debes de ser real 100%.” Karl D. Speak

En realidad, los resultados de la creación de una marca propia logran que las personas se sientan más responsables y conscientes de quienes son. De acuerdo con un “coachee” y psicólogo, quien recientemente ha creado su marca con BRANDEATE, nos daba su testimonio: “antes yo simplemente pensaba que era fácil lanzarme a ser una marca. Ahora, tengo todos los argumentos necesarios para permitirme aceptar qué no sabía en realidad quién era, y qué tenía que enaltecer y mejorar para transformar mi quehacer de psicólogo a cirujano del alma”



Si tenemos en cuenta la proliferación de libros y seminarios en el mundo relacionados con el tema de marca personal, la popularidad del fenómeno no ha hecho más que empezar. Percibimos que, mucho del atractivo actual de esta nueva forma de mercadeo individual, es debida, a la necesidad de diferenciarse los seres humanos y en el deseo de sobresalir de la masividad en tiempos de crisis y cambio mundial.

Las Marca Personal persigue el sueño de que seas una persona con una mayor capacidad de empleabilidad o “emprendedurismo”. A medida que las personas transitan de un empleo a otro, o desean una transición más fuerte de un trabajo que no les apasiona a uno que sí, tratan de saber realmente quienes son, con el fin de hacerse más atractivos y desarrollar una imagen fuerte de cara a un potencial cliente que les atrae y con quien les gustaría trabajar.