



PERSONAL BRANDING

Optimiza tu perfil LinkedIn, crea tu marca digital y mejora tu credibilidad e impacto.

ÍNDICE

Introducción

3

Optimizar tu perfil de LinkedIn

5

¿Cómo hacer un *Elevator Pitch*?

8

10 elementos de una Marca Personal Digital exitosa

9

Sobre AFE Liderazgo Consciente

15

Sobre Nora Taboada

16

Sigamos en comunicación

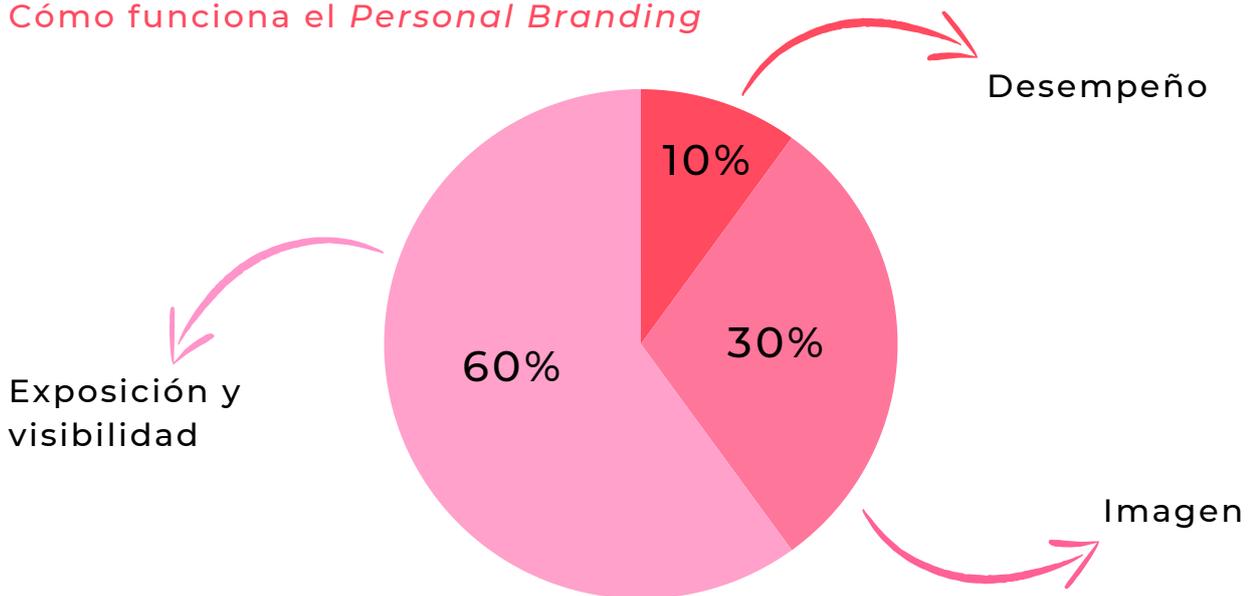
17

INTRODUCCIÓN

El *Personal Branding* es un concepto que ofrece numerosos beneficios para la vida y la carrera de las personas. Tener una Marca Personal te ayuda a incrementar la confianza en ti mismo de manera interna y, al mismo tiempo, de manera externa te ayuda a aumentar tu credibilidad e impacto.

Para entender cómo funciona el *Personal Branding* efectivo es importante conocer la teoría **DIE** de Carrera, que afirma que los resultados son fundamentales para el éxito profesional, pero cuentan sólo un 10% si no son comunicados; la imagen o cómo te perciben otros pesa un 30%, y tu exposición, o sea, quien sabe de ti, pesa un 60%.

Cómo funciona el *Personal Branding*



Fuente: Harvey Coleman, *Empowering yourself the organizational game revealed*. (2010)

DESEMPEÑO

- 1 Se refiere a la calidad de los resultados que entregas. No es que los resultados no importen, de hecho dar buenos resultados es la base del éxito profesional, pero si nadie se entera de ellos o del valor que agregas, no se te abrirán muchas puertas.

IMAGEN

- 2 Es lo que otras personas piensan acerca de ti. Es tu marca personal, ¿eres percibido como alguien capaz, consistente y un agente de cambio positivo?

EXPOSICIÓN Y VISIBILIDAD

- 3 ¿Quién sabe acerca de ti y de lo que haces? ¿Tu jefe sabe lo que haces? ¿El jefe de tu jefe sabe el valor que agregas? ¿Te conocen en otras áreas de tu organización o fuera de tu organización?

Cuando alguien va a promoverte o a contratar tus servicios profesionales se pregunta lo siguiente:

- » ¿Sé lo que ha hecho o ha logrado esta persona?
- » ¿He interactuado con ella directamente?
- » ¿La he visto presentar o hablar del tema?
- » ¿He leído cosas que ha escrito?
- » ¿He oído a otros hablar bien de ella?
- » En pocas palabras, ¿es visible?

Por tal razón, para mantenerte empleable, avanzar en tu carrera y mejorar tus oportunidades profesionales, es importante crear tu Marca Personal. En este ebook encontrarás herramientas prácticas para:

1. Crear un perfil de LinkedIn fuerte.
2. Desarrollar tu *Elevator Pitch* o Discurso de Ascensor.
3. Conocer los 10 elementos de una Marca Personal Digital exitosa.

OPTIMIZAR TU PERFIL DE LINKEDIN

Tener un perfil de LinkedIn optimizado no sólo es agradable, sino necesario para obtener tu trabajo soñado. Esta sección te guiará por los pasos correctos para asegurar la optimización de tu perfil de LinkedIn, a fin de atraer a las personas correctas directamente hacia ti.

El primer paso será crear un objetivo para tu perfil de LinkedIn:

- » ¿Quieres un nuevo trabajo o un ascenso?
- » ¿Eres una persona que desea emprender?
- » ¿Deseas posicionarte como un experto/a en tu campo profesional?
- » ¿O tu objetivo es avanzar en tu carrera con una nueva posición en una compañía diferente (o en la compañía en la que trabajas ahora)?

Definir este objetivo desde el principio te ayudará a establecer el modo en el que tu perfil de LinkedIn se verá.

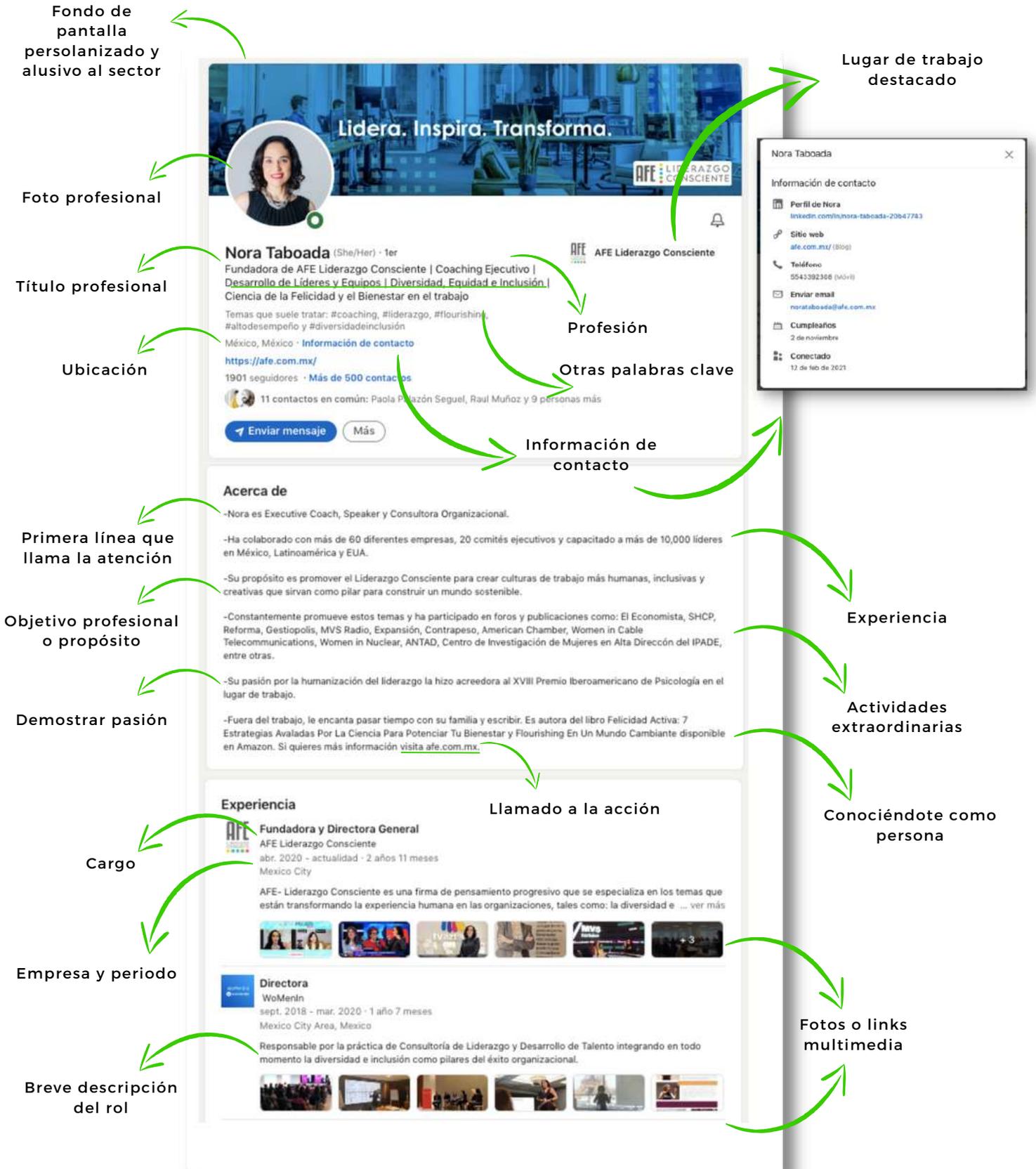
El segundo paso es asegurarte de que el perfil es congruente con tu objetivo.

Aquí hay algunas preguntas clave que puedes preguntarte para asegurarte que tu perfil está en orden:

- » ¿Es llamativo?
- » ¿Tiene una buena foto de ti?
- » ¿Tiene un encabezado sólido y fácil de leer que explica lo que haces?
- » ¿Tiene un banner atractivo que también indica quién eres, lo que haces y que quizá incluya lo que has hecho por tus clientes en el pasado?

TIP PRO De la vista nace el amor, agrega fotos e imágenes a tu perfil para ilustrar tus logros, o foros donde has participado.

TIP PRO



<https://www.linkedin.com/in/nora-taboada-20b47743/> 

El siguiente paso es establecer tus fortalezas.

¿Cuáles son tus fortalezas y cómo puedes usarlas para ayudar a otros? Piensa de manera persuasiva. Desarrolla una clara comprensión de cómo puedes contribuir antes de que empieces a llegar a los demás. Piensa qué problemas podrían tener en el que puedas ayudarles, y cómo puedes crear una narrativa que te posicione como la solución a esos problemas.

Si tu perfil está optimizado y te queda claro tu propuesta de valor, estás listo/a para empezar.

Luego, realiza una lluvia de ideas con personas que deberías tener en tu red de trabajo. Esto ayuda a prepararte para dejar que reclutadores/responsables de contratación y clientes potenciales que podrían estar buscando lo que ofreces para solucionar su situación, se enteren que estás en el negocio. Crea una lista de al menos 30 personas con las que te gustaría conectar en LinkedIn y que sean claves para tu carrera.

Tu último paso

Tu último paso es empezar a buscar y formar esas relaciones y conexiones. LinkedIn no sólo es un sitio para que la gente te encuentre, sino para que tú también busques a otras personas, que pueden ser personas que admires o personas que sean parte de tu red de trabajo. Por favor recuerda ser auténtico y empieza a formar conexiones.

Fuente: Optimizing your LinkedIn Profile. Olivia Jaras.

Si parte de esto se siente abrumador, no te preocupes y toma un paso a la vez. También, puedes reforzar tu estrategia personal implementando en tu perfil de LinkedIn un *elevator pitch* o discurso de ascensor. Te digo cómo puedes crearlo a continuación.

¿CÓMO HACER UN *ELEVATOR PITCH*?

Un *elevator pitch* o discurso de ascensor es una breve descripción del valor que agregas como profesional de manera sencilla para que las personas lo puedan entender en un corto periodo de tiempo. La técnica más común para hacerlo es la de las cinco líneas.

Imagínate que sólo tienes una línea para hablar de ti, ¿qué dirías a nivel profesional? Escribe dos líneas, tres líneas, y así sucesivamente hasta llegar a cinco. Te comparto el mío como ejemplo:

- 
- 1 Soy coah ejecutivo, conferencista y consultor de liderazgo.
 - 2 Me especializo en los temas de bienestar, diversidad e inclusión y liderazgo consciente.
 - 3 He colaborado con más de 71 empresas y capacitado a más de 16 mil líderes en México, Latinoamérica y Estados Unidos.
 - 4 Trabajo utilizando los últimos hallazgos de la Psicología y el Management.
 - 5 Mi propósito es ayudar a desarrollar culturas de trabajo más humanas para crear un mundo sostenible.

Como ves, puedes usar estas cinco líneas para expresar quién eres, tu experiencia, tus valores, tu metodología, tu trayectoria, tu propósito, etcétera.

Algunos beneficios del *elevator pitch* y por los que deberías empezar a crear el tuyo, son:

- » Atraes la atención de tu público objetivo en pocos segundos.
- » Tienes la posibilidad de crear mayor visibilidad de tu experiencia y objetivos.
- » Brinda una primera buena impresión ante tus contratadores o clientes potenciales.
- » Destacas de la competencia.
- » Te brinda claridad y rumbo en tus metas personales.

Además de preparar un *Elevator Pitch*, es necesario tomar en cuenta los diez elementos de una Marca Personal Digital exitosa, a fin de definir quién eres en el ámbito profesional, cómo quieres que te vean los demás, y a quiénes quieres llegar. A continuación hablaremos más sobre esto.

10 ELEMENTOS DE UNA MARCA PERSONAL DIGITAL EXITOSA

Con el avance tecnológico y la revolución del marketing digital, la Marca Personal Digital se ha convertido en un concepto cada vez más popular y necesario para crecer profesionalmente y que más personas conozcan sobre tu trabajo. Por lo tanto, se trata de la proyección de una imagen de nosotros mismos, de las habilidades, fortalezas y capacidades personales, con lo cual, resulta más sencillo darse a conocer en redes sociales y a través de páginas web y blogs.

El fin último de la Marca Personal Digital es convertirte en referente o en experto/a en tu área profesional, y que las personas correctas se acerquen a ti. Para construir esta marca de forma adecuada, te puedes guiar de los siguientes elementos clave:

1. Escribir contenido

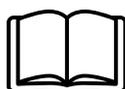


Sobre todo, contenido que resulte de utilidad a tus lectores, es decir, que encuentren en tu contenido escrito la respuesta a lo que están buscando de forma concisa, a detalle y sin rodeos, ya que un estudio de *Chartbeat, Content Analytics and Insights for Digital Publishing*, descubrió que el 55% de los visitantes pasan alrededor de 15 segundos en una página web antes de abandonarla, por lo que deberás atrapar su atención rápidamente. Esto además, te ayudará a posicionarte más rápido en Google.

Ahora te comparto algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de escribir contenido:



Piensa a quién va dirigido: De esta manera podrás encontrar un tono que vaya acorde con tu estilo y que sea adecuado para el público objetivo; así será más sencillo conectar con otros.



Lee: Investiga y lee mucho contenido de tu competencia, de esta manera podrás detectar sobre qué línea de tu área te puedes enfocar que otros no hayan explorado tanto para abordarla desde una perspectiva más fresca. Es decir, podrás detectar cómo puedes diferenciarte de la oferta actual.



Claridad ante todo: Evita las palabras y frases demasiado rebuscadas y sé conciso en lo que quieres dar a conocer; está bien entrar en contexto, pero cuida que tu texto no termine siendo más relleno que información útil.

2. Presencia en redes sociales



De acuerdo con Brand Media, el 80% de los usuarios espera encontrar a sus marcas en redes sociales. Una de las razones más importantes de esto tiene que ver con que la mayoría de usuarios de redes sociales son *centennials* y *millennials*, quienes dan más valor a las sociedades digitales, y a fin de aprovechar esto, es indispensable para tu marca personal el tener presencia en redes sociales, ya que lograrás una mayor exposición y será más sencillo contactar contigo en caso de requerir tus productos y servicios.

En redes sociales, además, podrás promocionar e informar acerca de tu oferta, así como crear contenido creativo que te ayude a sobresalir de la competencia. Aquí algunos consejos para incrementar tu presencia en redes sociales:



Crea estrategias para cada red social: Cada una tiene sus características y tipo de contenido estrella, como en el caso del video en Tik Tok o las fotos en Instagram, por lo que deberás preparar calendarios de contenido para cada una de ellas.



Crea comunidad: Busca fomentar la comunicación entre los miembros, crear discusión con tus post, así como etiquetar a otras cuentas relacionadas y usar hashtags, de esta manera será más sencillo encontrarte.



Contesta los mensajes: Date un tiempo para contestar los mensajes y sé tu mismo/a al hacerlo. Eso sí, muéstrate cordial, atento y agradecido.

3. Participar en eventos



Aprovecha y acude a los eventos a los que seas invitado y anótate en aquellos en los que tengas oportunidad de participar como oyente o como expositor, esto te ayudará a crear una red de apoyo profesional o networking con personas que admires y que sean de tu área de *expertise*, y también, te ayudará a que más personas te conozcan y que puedan buscarte más tarde en redes sociales.

Además, puedes buscar colaboraciones o intercambios para aparecer en la tele, en el radio, o en medios de comunicación escrita aportando información de valor relacionada con tu campo profesional o con tus productos/servicios.

4. Escribir y difundir newsletters o boletines



Éstos se mandan por correo y te ayudarán a fidelizar a largo plazo a tus clientes o usuarios; ayudará también en la conversión de leads, es decir, personas que ya se hayan interesado en ti pero que aún no toman el siguiente paso (hasta 3 veces más conversión versus sólo utilizar redes sociales, de acuerdo con la plataforma de marketing Sendinblue).

En el *newsletter* puedes compartir promociones, actualizaciones de tus productos o servicios, así como compartir éxitos y otras experiencias interesantes. Puedes incluir en ellos call to action o llamadas a la acción para que visiten tu página web o redes sociales. En ellos también se puede descargar contenido especial, como *ebooks* y *webinars*.

5. Crear un portafolio



Esto es, recopilar algunas muestras de tu trabajo y testimonios de éxito a lo largo de tu carrera, para después publicarlo en redes sociales o en tu página web para que las personas que se interesen en ti encuentren lo que sabes hacer y tu experiencia profesional. A fin de crear un portafolio llamativo y adecuado, puedes hacer lo siguiente:



Ten presente tus objetivos. Si quieres ser contratado entonces detalla tu experiencia profesional.



Selecciona las mejores muestras de tu trabajo y adjúntalas por fecha.



Selecciona un diseño que vaya de acuerdo a tu estilo, marca personal y propósito: sobrio, llamativo, incluso divertido.



Agrega una biografía o tu *elevator pitch*.

6. Compartir tu experiencia



Existen múltiples canales digitales para hacer esto, puede ser por medio de post en redes sociales, en newsletters, en videos cortos en Tik Tok, en una entrada de blog, en las primeras páginas de tu portafolio...

Lo importante, como decíamos, es que te involucres con tu comunidad digital y no digital también, participando en eventos, conferencias, talleres u ofreciendo tu conocimiento de forma gratuita o de paga por medio de ebooks, cursos y otros recursos extra en tu página web.

7. Interactuar y comprometerse con la audiencia



Muchas personas ponen de excusa que no les da tiempo para cumplir con este paso, pero a fin de lograr la lealtad de los clientes o de posicionarte como un referente en tu área, es indispensable que te involucres y crees comunidad. De nada sirve ser el mejor pero no responder a una solicitud o preguntas concernientes con tu portafolio o servicios. Por otro lado, sirve mucho el ofrecer recursos gratuitos, así como crear conversación mediante encuestas breves o tu propio contenido. Algunos consejos para aumentar el *engagement* son:



Identificar cuáles son las necesidades de las personas a las que te interesa llegar.



Generar conversación con tus seguidores.



Cuidar mucho tu ortografía y la calidad del contenido.



Aprovechar las cualidades únicas de cada red social.

8. Tener estilo propio



La pregunta del millón, ¿cómo crear mi propio estilo a fin de diferenciarme de la competencia? Primero, toma en cuenta tu visión de los negocios o de tu área profesional, cuáles son tus valores y objetivos, y cómo es tu personalidad, a esto súmale cómo quieres que los demás te perciban.

A fin de definir esto último, toma en cuenta quién es tu público o clientes objetivos, es decir, si vendes seguros y quieres que más personas te conozcan debes crear una imagen de marca que quizá deje un poco de lado las extravagancias y se concentre más en mostrar un estilo sobrio y que genere confianza. Debido a esto, te recomiendo que crees un *buyer persona* o perfil de tus clientes antes de definir tu estilo, a fin de que vayas acorde con lo que tu público objetivo está buscando. Para construirlo puedes tomar en cuenta lo siguiente: su edad, intereses, problemas cotidianos, nivel de estudios, nivel socioeconómico, estado civil, pasatiempos, entre otros.

9. Tener un sitio web



Hoy en día, existen numerosas plataformas, como Wix, Jimdo, Ionos o Site 123, que cuentan con herramientas muy intuitivas para crear tu propio sitio web y tener mayor presencia en el mundo digital, además, en muchas de ellas puedes empezar de forma gratuita y te dan la opción de comprar el dominio más tarde. Contar con un sitio web es importante, ya que ayuda a elevar el prestigio de marca, te brinda profesionalidad, seriedad y también ayuda a que puedas ser contactado más fácilmente.

Por su parte, también es una herramienta fundamental para lograr posicionamiento, y de acuerdo a Google, 76% de los usuarios que hicieron una consulta en su smartphone visitaron un negocio ese día, por lo que es necesario contar con página web si ofreces productos o servicios. Al crear tu sitio web considera lo siguiente:

Que vaya de acuerdo **a tu estilo personal y marca personal.**

Que sea **fácil de navegar** y que las compras en ella sean sencillas y rápidas (de ser el caso).

Que cuente con **canales para la comunicación inmediata**, como chats o información de contacto.

Que cuente con **información detallada** de tu perfil, incluido el portafolio, y de tus productos y servicios, de ser el caso.



10. Crear y vender productos y servicios



De esta manera, serás conocido o conocida por éstos en internet, y te irás creando una reputación; busca siempre que sean de calidad y brinda recompensas a tus clientes frecuentes para generar lealtad a largo plazo. Por su parte, hoy en día algunas de las tendencias más importantes en cuanto a la venta de productos y servicios en línea es el *Live-streaming- e-commerce* y el *social commerce*.

El primero tiene que ver con la venta por medio de la transmisión en vivo, lo cual permite responder preguntas y comunicarte con los clientes en tiempo real, mientras que el *social commerce* es aprovechar las redes sociales para promover estos productos y servicios. En cada red social puede aplicarse una estrategia diferente, o crear contenido variado, como infografías, post, videos, imágenes, etcétera.

Ya sabes lo que dicen, si no estás en internet no existes, y el definir una Marca Personal Digital antes de lanzarte al ruedo te ayudará a tener rumbo, así como a destacar y a crear tu propia comunidad de profesionales y clientes leales. Investiga, implementa y da el siguiente paso en tu carrera para seguir creciendo.

SOBRE AFE LIDERAZGO CONSCIENTE

Nuestros servicios profesionales se enfocan en crear experiencias de Aprendizaje significativas a través de Talleres, Conferencias, Intervenciones de Equipos y Coaching Ejecutivo.

Nuestro propósito: Ayudar a las personas, líderes, equipos y organizaciones a desarrollar culturas más humanas, inclusivas y creativas a través de talleres y programas de pensamiento progresivo que les permitan adaptarse, florecer y tener éxito en un mundo cambiante.

Nuestra filosofía: Todos nuestros Programas ponen a la persona en el centro y promueven el *Flourishing* Humano tanto a Nivel individual como a nivel colectivo incorporando los últimos hallazgos de las ciencias del comportamiento y el management para transformar el mundo a través del Liderazgo Consciente.

Nuestros valores:

- Profesionalismo
- Flexibilidad
- Amor por el Aprendizaje
- Cientificidad
- Diversidad de Pensamiento

Algunos de nuestros clientes y foros:



SOBRE NORA TABOADA

FUNDADORA DE AFE LIDERAZGO CONSCIENTE



En sus credenciales, cuenta con:

- Doctorado en alta dirección. UNAG - en curso
- Maestría en psicología organizacional. UVM
- Ciencia del éxito. *Ross Business School*
- Ciencia del bienestar. *Yale*
- Resiliencia. Centro Mexicano de Inteligencia Emocional
- Psicología positiva. IBI
- Liderazgo inclusivo. Catalyst-CIMAD IPADE
- Coaching ejecutivo. *School of Coaching Mastery*
- Coaching ontológico. CoCrear Internacional
- Pedagogía. UP

Colaboraciones con medios:



SIGAMOS EN COMUNICACIÓN



[Nora Taboada AFE](#)



[Nora Taboada AFE](#)



[AFE Liderazgo Consciente](#)



info@afe.com.mx



[Nora Taboada AFE](#)



[AFE Liderazgo Consciente](#)



[Nora Taboada AFE](#)



afe.com.mx/blog

@ 2024 AFE Liderazgo Consciente S.A. de C.V.
Todos los derechos reservados.

TÉRMINOS DE USO

La siguiente información está destinada ÚNICAMENTE A FINES INFORMATIVOS,
y no como un compromiso vinculante.