



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.®



Estimados Amigos:

En Aga Marketing, como todos los jueves, continuamos presentándoles artículos de temas relacionados con las nuevas tendencias en Marketing, Negocios, Investigación de mercados entre otro.

## INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

## CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

## COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones

## 7 consejos para potenciar tu marca personal y encontrar trabajo

*Artículo Adaptado por AGA Marketing*  
*Autor: Gestion*

En la actualidad, uno de los temas más recurrentes en las noticias es el trabajo. La crisis ha dejado paso a una escasa oferta laboral y los candidatos cada vez tienen menos oportunidades para ser contratados.

Para encontrar trabajo, no hay que pensar en la cantidad, en que hay menos números para ser escogidos sino en la calidad, en qué debemos hacer para destacar entre la multitud. Aquí es donde entra en juego la marca personal.

El personal branding o marca personal consiste en conocer y comunicar aquellas características que nos hacen destacar y ser relevantes respecto a los demás. Para encontrar trabajo, tenemos que identificar en aquello en lo que somos buenos, trabajarlo y hacer conocer ese perfil diferenciado a los contratantes. En los cinco minutos que puede durar una entrevista de trabajo debemos ser capaces de transmitir aquello en lo que somos realmente buenos.

Veamos los 7 pasos principales que debes seguir para construir tu marca personal y comunicarla bien para que ese puesto de trabajo sea tuyo.



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.®

# 15

Aniversario  
1998 • 2013



aga marketing  
increasing marketing effectiveness®



## 1-Define tu marca personal

Lo primero que debes hacer es definir claramente tu marca personal. Una empresa jamás comercializaría un producto sin antes tener bien definida su marca. A nivel personal sucede lo mismo.

Tienes que analizar tus virtudes, aquellos rasgos que te hacen sobresalir y ser diferente y definir cuál es tu propia marca personal. Para destacar entre los millones de candidatos que buscan trabajo y tienen amplios estudios y experiencia profesional tienes que mostrar tu punto fuerte, en qué eres mejor que ellos.

## 2-Diferénciate

No siempre es fácil conocer tus fortalezas. Tienes que saber analizarte bien y conocerte profundamente, encontrar aquello en lo que eres diferente y potenciarlo todavía más. Debes saber lo diferente que hay en ti, en lo que eres único y mostrarlo a los demás. Hay algo que todos sabemos hacer, nuestro elemento, y hay que trabajarlo para destaquemos en ese ámbito y seamos imprescindibles para los demás.

Una vez sepas perfectamente en qué eres bueno, estarás más cerca de convertirte en el mejor candidato al puesto de trabajo que quieras conseguir.

## 3-Confía en ti

La confianza es fundamental. Para poder venderte con garantías, primero tienes que comprarte tú mismo. Si tú confías en tus propias capacidades y sabes que tienes una habilidad en la que realmente destacas, las empresas y los contratantes confiarán en ti.

### INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

### CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

### COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing  
increasing marketing effectiveness®

15

Aniversario  
1998-2013



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.



Tu marca personal está en la mente de los demás. Se forma a raíz de sus opiniones y del modo en que te perciben. No es suficiente con que tú te creas que eres bueno. Tienes que serlo y tienes que saber transmitirlo. Tu marca personal está en manos de la audiencia.

#### 4-Utiliza tu razón y tu emoción

Seguramente habrás escuchado que las grandes marcas tienen una cara racional y otra emocional. En la actualidad, para vender un producto no es suficiente con hacer una lista con todas sus prestaciones. Este argumento racional ya no sirve en medio de una oleada de productos que compiten directamente. Hay que introducir el elemento emocional, llegar al corazón de los consumidores.

En el caso de la marca personal sucede lo mismo. Puedes tener una licenciatura, un máster y tener experiencia laboral pero seguramente habrá miles de candidatos que tengan el mismo perfil. En una entrevista de trabajo, tienes que saber conectar de forma intelectual y profesional con la persona que te la está haciendo pero también conectar a nivel emocional. Tienes que conquistarlo con tu personalidad, tu carisma y tu lenguaje corporal y no sólo con un currículum escrito. Si consigues transmitir de forma emocional tus puntos fuertes, tienes más de media batalla ganada.

#### 5-Sé creíble

Ya tienes definida tu marca, conoces en qué destacas y eres único y sabes cómo conectar con los contratantes. Ahora te falta potenciar la credibilidad. No basta con saber tus fortalezas. Tienes que ser creíble.

### INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

### CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

### COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.

15

Aniversario  
1998 • 2013



aga marketing  
increasing marketing effectiveness®



Las mejores marcas del mundo son creíbles, ofrecen una promesa a sus consumidores y la cumplen. Con la marca personal pasa lo mismo. Tienes que demostrar que tus puntos fuertes servirán para cumplir lo que has prometido respecto a un determinado puesto de trabajo. Tienes que colocar tu credibilidad por encima de todo.

#### 6-Sé auténtico

Una de las claves de la marca personal es la autenticidad. Tienes que ser un candidato creíble pero también auténtico. Es necesario que seas consistente en lo que dices y en lo que haces y que seas siempre tú mismo.

A la larga, pretender ser alguien que no eres sólo te traerá problemas. Es imposible mantener una identidad falsa durante mucho tiempo porque tu propio yo siempre tenderá a salir. Además fingiendo ser quién no eres nunca podrás destacar respecto a los demás. Necesitas ser tú mismo para que tus puntos fuertes sobresalgan.

Siendo realmente auténtico conseguirás destacar y ser imprescindible en tu especialidad, lo que te traerá éxito y una gran satisfacción personal.

#### 7-Construye una marca personal fuerte

Este punto va relacionado con el anterior. Cuando construyes una marca basada en la autenticidad y eres consistente en tu discurso, estás construyendo una marca personal fuerte, una marca bien posicionada y que se diferencia del resto de candidatos.

Para construir una marca fuerte puedes utilizar las redes sociales. Por ejemplo, puedes construir tu perfil en LinkedIn y trabajarlo para que destaque. Un vídeo bien hecho en Youtube también puede darte reconocimiento. Las herramientas online son una buena forma de trabajar tu reputación.

### INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

### CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

### COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing  
increasing marketing effectiveness®

15

Aniversario  
1998 • 2013



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.



Para construir una marca fuerte puedes utilizar las redes sociales. Por ejemplo, puedes construir tu perfil en LinkedIn y trabajarlo para que destaque. Un vídeo bien hecho en Youtube también puede darte reconocimiento. Las herramientas online son una buena forma de trabajar tu reputación.

Esperamos que este artículo haya sido de su total agrado, por lo cuál nos ponemos a sus órdenes para ampliar este tema por los medios que sean más convenientes.

Nuestro próximo tema será de gran interés para ustedes, el cuál enviaremos en las próximas semanas.

Le saludamos sus amigos de **AGA MARKETING**.

Síguenos en:



### INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

### CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

### COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing  
increasing marketing effectiveness.

15

Aniversario  
1998-2013