



Marcos Santos Jiménez

Fundador y Director de Formación y Desarrollo en Evolución Alternative Coaching S.L. Formador, Coach y Capacitador de Emprendedores y Empresarios, con más de 7 años de experiencia en dirección, gestión y capacitación de directivos y empleados, en entornos de trabajo complejos.

LAS 3 CLAVES PARA CREAR UNA MARCA PERSONAL QUE TE POTENCIE A TI Y A TU PRODUCTO.

Si estás dispuesto a emprender, estás de suerte, porque te vamos a dar **tres claves que te permitan crear una marca personal efectiva**. Tan efectiva, que será esa misma **Marca Personal** la que tire de ti en los momentos de dificultad. Y decimos que estás de suerte si estás dispuesto a emprender, porque esto hay que hacerlo antes de pensar y lanzar un producto.

Estos **3 pasos (o 3 preguntas)** te permitirán crear productos englobados en una **Marca Personal potente**, que marque la diferencia y que te “arrastre” a crear nuevos productos que sigan enganando a tus clientes.

- 1. ¿PARA QUÉ VOY A HACERLO?** Seguro que dentro de ti sientes que estás en este mundo para aportar tu granito de arena. Todos necesitamos aportar algo allí donde estamos, sentir que dejamos una huella y que dejamos un sitio mejor de cómo lo encontramos. Para esto no tienes que ser un súper genio, y seguro que tienes ideas grandiosas que te da vergüenza contar. No es el momento de ser vergonzoso ¡Piensa en grande! ¿Cuál sería el mundo ideal para ti? ¿Qué necesitas cambiar de este mundo? Aquello que te cabrea o te indigna. Las necesidades, bien enfocadas, son las que nos llevan siempre a lograr espectaculares resultados. Por ejemplo, Bill Gates tenía una visión muy clara, él veía un mundo donde cada hogar tuviera un ordenador. **¿Cuál es tu visión? Una gran visión te llevará a un gran resultado.** Y si quieres que tu **Marca Personal** sea **poderosa**, tendrá que **venir de una gran visión**.
- 2. ¿QUÉ PAPEL JUEGO?** Siguiendo con el pensamiento a lo grande ¿Cómo te gustaría que te recordaran? Volviendo con Bill Gates, él decidió crear una herramienta (Windows) que facilitara el uso de los ordenadores, de modo que un usuario inexperto, pudiera manejarlos fácilmente. ¿Qué papel quieres jugar dentro de esa gran visión? De nuevo ¡piensa a lo grande! Esto te posicionará internamente como el experto que quieres ser. Si tu visión es un mundo sin barreras arquitectónicas, ¿cuál es tu papel dentro de esa historia? El revolucionario arquitecto que cambia el modo de entender los edificios, el experto que une a las autoridades para solucionar el problema de las ciudades, el creativo inventor de una máquina que evita las barreras arquitectónicas... Decide el papel que quieres jugar, porque esto marcará el nivel de implicación, de estudios y de dedicación que tendrás que utilizar con tu producto y tu **marca personal**.
- 3. ¿QUÉ ME HACE DIFERENTE?** ¿Cuáles son tus puntos fuertes? ¿Con qué ventajas cuentas? Probablemente eres bueno comunicando, o muy creativo, o incansable, metódico, enérgico, positivo, persistente... Seguro que tienes muchas más habilidades de las que crees. Escribe unos cuantos relatos de historias



exitosas que hayas vivido: Un ascenso, un campeonato o un concurso ganado, un proyecto bien llevado, una reunión bien organizada... Sin duda tienes unas cuantas situaciones en tu vida que has realizado con buenos resultados. Escríbelas y analiza todas las habilidades que pusiste en marcha.

Tras eso, realiza un FOAR (no un DAFO...que es menos efectivo). EL FOAR es similar a un DAFO, pero enfocado exclusivamente en positivo: Fortalezas, Oportunidades, Aspiraciones, Recursos y Resultados deseados. Será el punto de partida de tu plan de acción.

Con estas tres preguntas y sus respuestas, estarás en disposición de marcarte unos **objetivos serios**, de gran altura y realistas, para lanzarte en tu aventura emprendedora con la seguridad de que marcarás la diferencia.

Seguro que puedes analizar a gente de éxito como Steve Jobs o Bill Gates y comprobarás que sí han llevado a cabo estos pasos. Bien trabajados, **tienes asegurado crear un producto que transmita tus emociones** (lo que más clientes te va a atraer sin ninguna duda), valores y principios. Serás un profesional íntegro, que cree en sí mismo, que se emociona con sus productos, y que emociona a los que los consumen. Porque un producto puede pasarse de moda, pero la base que a ti te mueve no se pasará de moda nunca y será una fuente inagotable de reinención y creatividad.

Por supuesto, una cosa es la teoría y otra muy diferente la práctica. Y ese es el motivo por el que siempre es una gran idea rodearse de expertos que te asesoren y guíen en un proceso como este. Un análisis erróneo del proceso te puede llevar a comenzar una carrera que tenga las horas contadas, mientras que un análisis profundo y contrastado te permita sacar el máximo partido de todas las posibles conclusiones, y te llevará a unos resultados de partida que conformarán una base sólida en tu camino emprendedor. **Éste análisis de Tú Marca Personal te dotará de una base sólida y será la que te empuje y dé fuerzas en los momentos complejos a los que todo emprendedor se enfrenta en alguna ocasión.**

Como dijo Newton “Si he llegado a ver más lejos que otros, es porque he subido a hombros de gigantes”.

Esta propuesta de valor la trabajarás en el Máster en Iniciativa Emprendedora, establecerás Tu Marca de las manos de especialistas y expertos en la materia; la base de una **Marca Personal potente será tu ventaja competitiva**, así como de beneficiarte en el ámbito personal.

¿Te gustaría dar estos 3 pasos con nosotros?

Marcos Santos Jiménez.

Director de Formación y Desarrollo de Evolución Alternative Coaching.

Twitter: @MarcosZmaik y @somosevoluzion

Facebook: somosevoluzion