

EL FEEDBACK

COMO ALIADO EN TU PROCESO

DE PERSONAL BRANDING

Un proceso de Personal Branding es algo que, en apariencia, puede resultar sencillo. Para muchos, la Marca Personal aún sigue estando fundamentalmente relacionada con el perfil que mostramos en redes sociales. Sin embargo, trabajar en nuestra propuesta de valor y en posicionarnos adecuadamente en la mente de nuestra audiencia requiere un trabajo mucho más profundo; un trabajo combinado de técnicas, ejercicios y herramientas procedentes de disciplinas a priori tan variopintas como el Marketing (claro está), el Coaching, o el Management en general; un trabajo en el que la introspección y el análisis del entorno son, sin duda alguna, claves para un resultado final exitoso.

Es evidente que todos contamos con una “marca”. Todos dejamos, ya, queramos o no, una huella en nuestro entorno. En ocasiones, esa marca está bien alineada con quienes somos en realidad, con lo que podemos ofrecer a los demás, y lo que nos distingue. En otras, por el contrario, la imagen que proyectamos no es tan fiel y auténtica, o más bien sucede que, ni nos posiciona de manera diferenciadora y atractiva para quienes podemos ser un valor profesional, ni es acorde con nuestros objetivos.

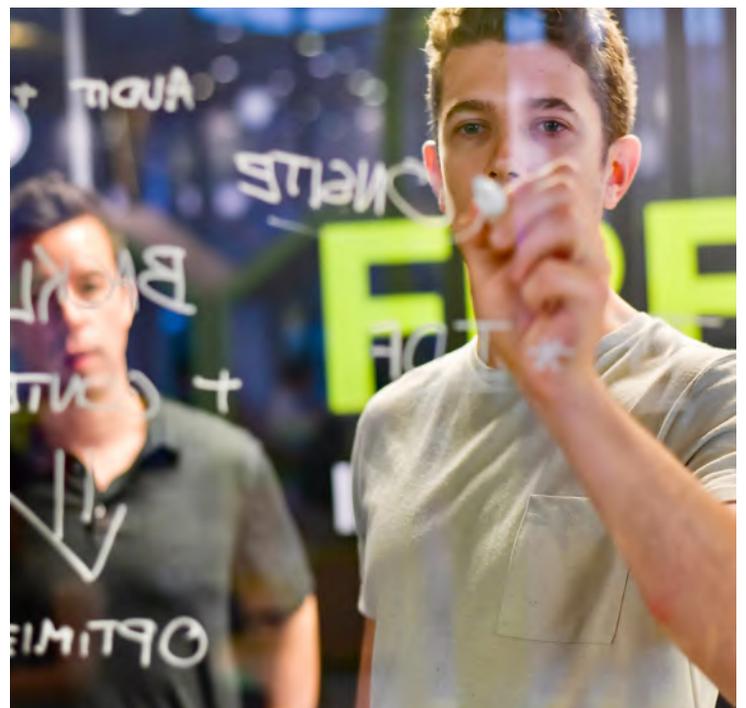
Y es que trabajar en nuestra Marca Personal exige todo un proceso de autoconocimiento, reflexión e investigación, que nos permita identificar entre otras cuestiones:

- Para quién podemos ser una solución, y para qué tipo de retos o “problemas”. Es decir, identificar nuestro target o público objetivo, así como sus necesidades.
- Qué tenemos que ofrecerles para ello, cuál es nuestra propuesta de valor, ¡qué pueden esperar de nosotros!
- Qué beneficios obtendrán trabajando con nosotros.
- Cuál es nuestro punto de diferenciación y ventaja competitiva; o lo que viene a ser lo mismo, por qué nosotros y no otros profesionales que ofrecen lo mismo o algo similar.
- Nuestras credenciales, o razón para creer que podemos ofrecer lo que ofrecemos, así como nuestra reputación.

¡Y aún más! Porque **una Marca Personal, posicionarnos de una u otra manera, también requiere que sea coherente con nuestros valores, nuestra visión de vida y, por tanto, nuestros objetivos profesionales y personales.** El Personal Branding es estrategia, naturalmente. Y, como sucede con cualquier marca, el Branding ha de estar en consonancia con la visión que para ella se tiene, con su propósito, y con la esencia que quiere transmitir. Y si es Personal, ¡mucho más!

Hace ya más de 10 años que vengo trabajando con el que yo denomino el **Modelo CAV de la Marca Personal: Coherencia, Autenticidad y Visibilidad**, a modo de resumen o estructura del trabajo que realizo con mis clientes. En todas estas fases, se da un “mirar hacia adentro” y un “mirar hacia afuera”, porque ni podemos quedarnos ajenos a lo que somos y anhelamos, ni debemos pasar por alto qué sucede ahí fuera, para quién queremos ser un valor y con quién competimos. Y es aquí donde el feedback entra en juego, donde ha de estar presente; para ayudarnos a:

- Entender mejor hacia dónde ir, definiendo de manera coherente nuestros objetivos profesionales, tanto con nuestros valores, visión y propósito, como con las oportunidades del entorno (**COHERENCIA**)
- Identificar mejor quiénes somos, con qué contamos que podemos y debemos ofrecer a los demás, y qué nos diferencia (**AUTENTICIDAD**)
- Y, por supuesto, a diseñar el mejor plan de comunicación, con el objetivo de tener la exposición adecuada a nuestro target, con el mensaje en consonancia con lo que queremos transmitir y utilizando los medios más afines (**VISIBILIDAD**)





10 PREGUNTAS VITALES PARA EL FEEDBACK DE TU MARCA PERSONAL:

COHERENCIA:

1. ¿Qué consideras que me hace fluir, que se me da bien y me gusta?
2. ¿Qué me ves ofreciendo profesionalmente?
3. ¿Para quién crees que puedo ser un valor, una solución?
4. ¿Qué oportunidades del entorno piensas que debería aprovechar?

En todas estas fases, y como decimos en nuestro libro **Smart Feedback** (LID, 2017), del que esperamos se publique la 5ª edición en breve, **“necesitamos los ojos de los demás”**: para conocernos mejor; para contrastar la mirada que tenemos de nosotros mismos con la que tienen los demás, con lo que ven en nosotros, tanto ahora, como en potencia!

Cuando en 2007 decidí dar una vuelta a mi carrera profesional, este feedback fue, sin duda alguna... ¡vital! Sabía que no quería seguir dedicándome al Marketing y las Ventas, y a trabajar para otros; que había llegado la hora de emprender y de buscar algo que me hiciera más feliz, algo que diese respuesta a lo que en mi interior resonaba y que no terminaba de satisfacer. Pero puedo asegurar que no tenía mucha más idea de a qué dedicarme que a “trabajar con personas, para que brillen más, tengan una vida profesional más satisfactoria y sean más felices”. Esto, así, tal cual, podía sonar muy bien, pero había que darle forma, convertirlo en una profesión y negocio, y fundamentarlo. ¡Casi nada!

Mi trabajo de introspección (“mirar hacia adentro”) y de investigación (“mirar hacia afuera”) conllevó, casi sin darme cuenta de ello, un verdadero trabajo de feedback. Durante mi certificación como Coach invertí mucho tiempo en preguntar a otros qué veían en mí, qué destacaban de mí a título profesional, y dónde me veían, “haciendo qué”. Y, curiosamente, todo fue saliendo... Pude contrastar mi autopercepción a nivel de habilidades y competencias con la percepción de los demás.

Descubrí que destacaban un valor en mí y unas posibilidades a los que yo no había sabido poner nombre. Y esto, acompañado con una actitud curiosa en la que no cesaba de analizar perfiles de personas que me parecían referentes, y de otras que “se me aparecían” como por casualidad, fue aportándome de manera progresiva lo que necesitaba para configurar mi propuesta de valor y la de mi negocio.

Pero... ¡aterricemos! **¿Quieres incorporar, de verdad, el feedback en tu proceso de Personal Branding?** Pues anota preguntar, al menos, lo siguiente, siguiendo la estructura del Modelo CAV:

AUTENTICIDAD:

4. ¿Qué destacarías en mí como fortalezas y por qué? ¿Qué habilidades y competencias?
5. ¿Con qué otros profesionales me compararías? ¿Por qué?
6. ¿Qué crees que me diferencia frente a otros profesionales que puedan ofrecer algo similar? ¿Por qué crees que deberían elegirme a mí y no a ellos?
7. ¿Qué hace creíble que ofrezca lo que ofrezco? ¿En qué fundamentarías mi credibilidad?

VISIBILIDAD:

8. ¿Qué crees que debería transmitir mi mensaje fundamentalmente? ¿Podrías resumirlo en tres palabras?
9. ¿Dónde consideras que puedo encontrar a mi público objetivo? ¿En qué medios piensas que debería hacerme visible sobre todo?
10. ¿Podrías indicarme algunos profesionales a modo de benchmarking, aunque sean de otro sector o profesión, que pudieran ser un referente para mí conforme a cómo trabajan la comunicación de su marca personal?

Naturalmente, estas son sólo algunas preguntas. Añade todas las que se te ocurran y que te puedan ser de utilidad. Por mi parte, confío en que este artículo te sirva de guía **para hacer del feedback un aliado de tu Marca Personal; un aliado, que, además, habría de acompañarte siempre a modo de termómetro y facilitador del diálogo constante en el que hemos de estar tanto con el entorno (realidad externa), como con nuestro interior (realidad interna)**

LINKS:

Web: www.theboldchoice.com

Web: www.smartfeedback.es



Jane Rodríguez del Tronco

Desarrollo del talento y la visibilidad para líderes
Fundadora y CEO The Bold Choice. Conferenciante, Coach y Formadora,
experta en Liderazgo, Comunicación y Marca Personal. Profesora de IE y
UFV. VP Marketing de PWN Madrid. Coautora de Smart Feedback.