

¿Cómo desarrollar adecuadamente tu marca personal?

Por: @cdperiodismo. 07/08/2021

Hoy más que nunca es cleve desarrollar nuestra marca personal si queremos ser competitivos en el mercado laboral y esto incluye a los periodistas. La marca personal es un elemento clave para nuestra empleabilidad.

Según Aida Marín, vicepresidente de LHH DBM Perú, la marca personal no sólo trata de la apariencia de las personas. Es más amplia, abarca muchos más aspectos, tanto de forma como de fondo, que van desde la imagen personal, cómo se comporta, cómo transmite sus habilidades y competencias, y, sobre todo, considera también su reputación.

“En LHH-DBM sugerimos que la marca personal sea manejada de manera profesional, al igual que una marca en cualquier proyecto comercial, debe ser visualizada, construida, desarrollada y, por supuesto, posicionada, no solo en el ámbito laboral sino también social”, señaló la especialista.

Hay que desarrollarla partiendo de los objetivos. Veamos estos consejos:

- Nuestra marca personal debe verse como una herramienta o elemento que nos ayuda a lograr nuestros propósitos, intereses y metas, y ésta no surge espontáneamente, hay que desarrollarla, partiendo por definir los objetivos que queremos alcanzar.
- Debemos identificar también cuáles son nuestras competencias o habilidades, técnicas o blandas, que mejor nos sirvan para alcanzar ese objetivo deseado.
- Con un entendimiento claro sobre nuestros objetivos y competencias, debemos construir nuestra marca personal, asegurándonos que quede muy clara nuestra oferta de valor alineada a los objetivos perseguidos.
- Es necesario elaborar herramientas de marketing como un CV profesional, una presentación personal vendedora, contar con un perfil en LinkedIn, entre otras.
- Para luego posicionar esta marca en el mercado al que queremos impactar, a través de diversos medios como: el desarrollo activo de nuestra red de contactos, principalmente, y a través de los diferentes canales que existen como las redes sociales y otros medios virtuales.

La marca personal, destaca la experta, es un tema de forma y de fondo, porque no solo debe “vender” nuestras competencias dirigidas a los objetivos deseados, sino que también debe ser coherente con nuestra forma de ser, con nuestro comportamiento y por supuesto con nuestra reputación.

“Desarrollar una buena marca personal es un reto dinámico que exige una atención permanente a lo largo de la vida profesional de las personas, que exige ser actualizada y ajustada en el tiempo, considerando las variaciones que se den a los objetivos y a las nuevas competencias que se vayan adquiriendo”, señaló la especialista.

DATO:

La marca LHH DBM en el Perú y el mundo trabaja con más de las 50 firmas de head hunting y selección de personal a través de promoción del talento.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Clases de periodismo

Fecha de creación
2021/08/07