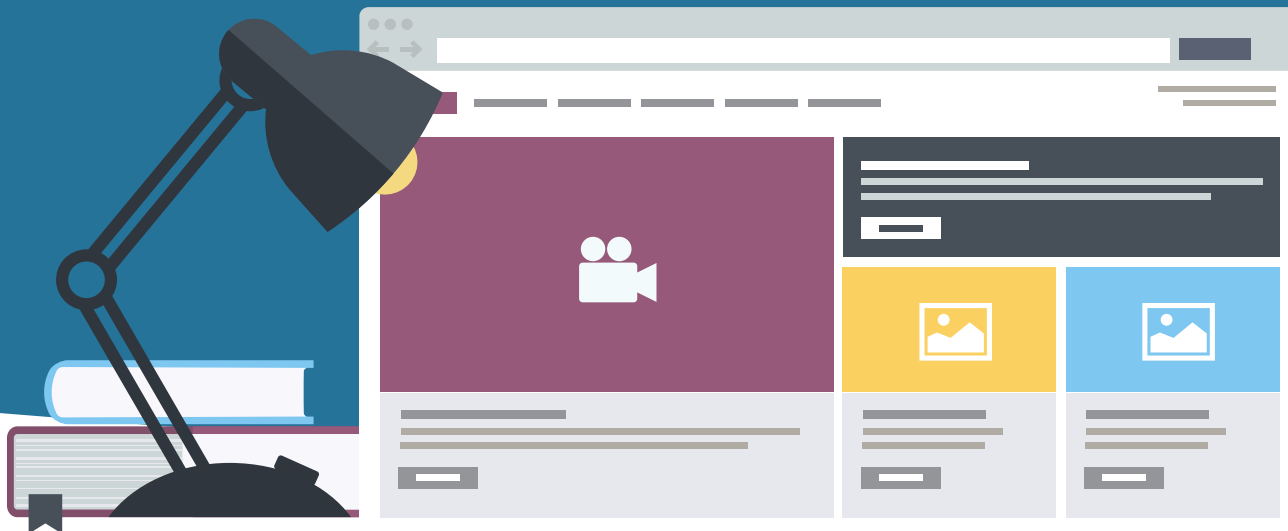




CÓMO TRIUNFAR CON TU MARCA PERSONAL

GUÍA PARA BLOGGERS Y PROFESIONALES 2.0



Tener una identidad de marca bien definida y saber transmitirla ya no es un aspecto único de las grandes empresas.

Gracias a la evolución de los distintos canales de comunicación digital como el blogging, las redes sociales o el email marketing, los pequeños profesionales independientes también pueden potenciar su marca y diferenciarse de su competencia. Para ello deben:

- 1- Definir su marca personal o profesional
- 2- Seleccionar los canales online para potenciar su presencia en Internet
- 3- Llevar a cabo estrategias digitales de promoción

Si estás trabajando tu marca personal en el mundo online, en esta guía encontrarás recogidas las claves que han permitido a otros bloggers y profesionales 2.0 dar el gran salto.

¡Descubre en este ebook todos los secretos de los referentes del 2.0 y una gran sorpresa!



01

FASES PARA DEFINIR LA MARCA PERSONAL O PROFESIONAL

Lo primero que debes tener claro es que para definir tu propia marca has de conocerte muy bien, saber cuál es tu esencia profesional y qué es lo que te hace diferente al resto.

Para que tu marca personal se haga “tangible”, tienes que trabajar en ella definiendo tus objetivos, tus valores como profesional, el producto o servicio que puedes ofrecer, y saber transmitirla a través del tono de comunicación adecuado.

Estas son las Fases de Creación y Definición de una Marca Personal:

- 1) Análisis y objetivos:** Antes de imponerte objetivos, analiza dónde te encuentras, a dónde quieres llegar y cómo vas a conseguirlo. Para ser realista, contrasta los resultados que has obtenido hasta ahora con los que obtiene tu competencia, y estudia de qué manera podrías aplicar sus estrategias de éxito en un mayor o menor periodo de tiempo.
- 2) Identidad de marca:** Ten muy presente a tu marca (tu nombre o un nuevo nombre profesional), define las palabras clave y valores que te definen y por los cuales quieres posicionarte, y comienza a moldear ese mensaje intrínseco que llevarán todas tus estrategias de comunicación de manera coherente.



¿Sabes que todos contamos con una marca personal pero que solo algunos saben cómo explotarla?



3) Diseño e implementación: No dejes que todo se quede en buenas intenciones, diseña un plan que ponga en marcha diferentes acciones de marketing que te permitan alcanzar tus objetivos. Para ello, diseña el mensaje, selecciona los canales y estrategias de promoción de acuerdo a un calendario planificado, y considera lanzar eventos especiales.

4) Evaluación y seguimiento: Los resultados van a depender de la inversión realizada en tiempo y dinero, pero también de cómo hayas planificado y puesto en marcha tus acciones. Es importante que midas la repercusión de cada una de ellas, para poder detectar posibles debilidades y seguir mejorando siempre bajo una filosofía coherente.

Algunos de los Casos de Éxito en Desarrollo de Marca Personal más conocidos son:

- [Celia de “El Perro de Papel”](#)
- [Víctor Martín](#)
- [Vilma Nuñez](#)
- [Antonio Cambroner](#)

Todos ellos han sabido poner en marcha todas estas fases y explotar cualidades comunes como podrían ser la **responsabilidad, perseverancia, paciencia y pasión** por lo que hacen.

02

CANALES ONLINE PARA POTENCIAR LA PRESENCIA EN INTERNET

El éxito de la estrategia de comunicación de una marca personal o profesional se basa en hacer las cosas de manera diferente, y para esto el contenido es el rey.

El plan de acción de tu marca debe estar definido y planificado en el tiempo, por lo que habrás seleccionado previamente aquellos canales de comunicación que mejor se ajusten a tus objetivos y más atraigan a tu audiencia.

Entre ellos, el blog, las redes sociales y el email marketing, son los canales digitales con mayor potencial.

En función al canal, así deberás aplicar unos **elementos de marca personal** u otros, y adaptar el **formato de contenido** idóneo.

Aplicar diferentes elementos de branding y formatos de contenido en tus estrategias de comunicación, te permitirá transmitir tu autenticidad, favorecer la credibilidad de tu marca y fomentar la fidelización.

Ayuda a tu marca a hacerse escuchar generando contenido en diferentes canales y formatos, ¡es la clave!



2.1- BLOG

Un blog personal o profesional a nivel de empresa, siempre perseguirá en primer término generar un mayor volumen de visitas e impacto social.

Con esta afirmación no te quedarán dudas de que el blog es uno de los canales de comunicación bidireccional (marca-usuarios) con mayor potencial a la hora de posicionar tu perfil profesional en Internet.

Si ya conoces tus puntos fuertes y sabes lo que le gusta a tu audiencia, genera contenido de valor en esa línea. Si no, ¡tendrás que trabajar para descubrirlo!

No importa cuál sea tu sector, incluso los sectores más competidos tienen un espacio para ti.

Se trata de darle a la información un carácter original e innovador, y para ello debes tener en cuenta aspectos como los siguientes:

- **Temáticas:** Si lanzas tu blog por primera vez o necesitas reenfocar tu estrategia de contenidos, céntrate en seleccionar esos temas de interés en tu sector que contengan palabras muy buscadas en Google, e inclúyelas en los títulos y categorías.
- **Planificación:** Llevar un seguimiento de publicaciones en un calendario editorial te ayudará a generar nuevas y mejores ideas constantemente, además de permitirte identificar esos temas que no son lo tuyo o aquellos que tuvieron mayor repercusión.



- **Elementos de marca personal:** Tus contenidos deben contener elementos que te identifiquen como profesional. Por ejemplo; una tipografía y colores característicos, infografías y recursos visuales, logo o firma, llamadas a la acción, banners...
- **Formatos de contenidos:** Marcar la diferencia en blogging, implica crear contenidos en diferentes formatos como ebooks y guías en PDF, infografías, plantillas Excel, presentaciones, podcasts, tutoriales y entrevistas, o webinars y cursos formativos.
- **Herramientas:** Para poner todo esto en pie, necesitarás diferentes herramientas para obtener ideas, diseñar contenidos o analizar a la competencia, como Google Trends, Pinterest, SEMrush, Piktochart, Iconfinder o Dribbble.

Te sorprendería todo lo que puedes obtener gracias a una estrategia de blogging mantenida en el tiempo. ¡Sólo necesitas un poco de creatividad y muchas ganas!

2.2- REDES SOCIALES

Generalmente, el que sabe potenciar su marca personal en Internet, tiene buena mano con las relaciones sociales y una fuerte presencia en social media.

Algo que favorece enormemente a las marcas de muchos de los profesionales que seguimos por las redes, es el trato cercano y amable que mantienen con sus seguidores.

Aunque todo tu plan de marketing funcione bajo una estrategia planificada, en redes sociales debes cuidar mucho el trato humano y transparente.

Este aspecto tiene que premiar sobre la automatización de publicaciones semanales, y para ello debes tener en cuenta todo esto:

- **Selección y optimización de perfiles sociales:** No trates de tener presencia en todas las redes sociales existentes, focaliza esfuerzos y trabaja tu marca personal en aquellas donde se encuentre tu audiencia objetivo. Recuerda optimizar tus perfiles para transmitir una imagen profesional y fiel, con biografías realistas y banners atractivos.
- **Temáticas:** Para potenciar tu marca, no te centres únicamente en compartir contenido tuyo. Las redes sociales son “sociales” y, por tanto, en ellas también debe primar la generosidad y compartirse contenido de terceros, generando empatía, emociones positivas y humanas.

- **Planificación:** Algo que suele ocurrir a menudo con las redes sociales es que consumen mucho tiempo. Potenciar tu marca no significa estar accesible las 24 horas. Accesible sí, pero bajo un horario. Por otro lado, tampoco debes saturar a tus usuarios con contenido cada 15 minutos; ser constante no implica ser insistente.
- **Formatos de contenidos:** Al igual que ocurre en blogging, los contenidos también deben adaptarse en función a la red social, como por ejemplo incluir (o no) enlaces, llevar imágenes e ilustraciones en el tamaño óptimo para ser visualizadas, citas o frases célebres que despierten el interés, etc.
- **Herramientas:** Mantener la proporción adecuada, automatizar publicaciones con herramientas como Hootsuite o buffer puede ser realmente útil a la hora de ganar tiempo para realizar otras tareas con tu marca personal. Otras interesantes podrían ser Klout, BuzzSumo o TweetDeck.



Piensa que no siempre irá todo sobre ruedas, en redes sociales también se producen quejas y reclamaciones públicas que podrían dañar la imagen de tu marca en Internet. Contempla siempre un Plan de Crisis ante posibles contingencias.

2.3- EMAIL MARKETING

El email sigue siendo uno de los canales digitales de comunicación más eficientes, y también lo es para potenciar la imagen de marca.

No obstante, como opción complementaria para poner en práctica diferentes acciones de marketing, se trata de una vía que también debe aplicarse de manera estratégica.

¿Quieres que tus comunicaciones vía email generen resultados satisfactorios?

Entonces trabaja en todos estos aspectos:

- **Temática:** Si tienes un blog, tus campañas de email marketing deberán seguir la temática acordada en el calendario editorial. Si no es así, deberás ceñirte a los intereses de tus suscriptores para aportarles valor y no convertirte en spammer.
- **Recolección y segmentación:** Antes de lanzar campañas, necesitas recolectar emails segmentados por intereses. Para ello, implementa en tu web o blog cajetines de suscripción y combina estrategias para captar suscriptores (como regalar un ebook).
- **Plan de acción:** Aquí entrarían todos los elementos que conformarán tus emails, como estilo de asuntos y tono de comunicación o copywriting, diseño de newsletter y diseños accesorios, frecuencia de envíos, elección de la herramienta de envío...

- **Promociones personalizadas:** La segmentación te servirá para lanzar campañas a medida y enfocadas al usuario en cuestión. Por ejemplo, puedes incluir su nombre en el asunto del mensaje u ofrecer promociones especiales a los que ya fueron clientes.
- **Formatos de contenidos:** Incluir diferentes formatos en email marketing genera gran expectación entre los usuarios. Desde regalar ebooks y documentos descargables en PDF, hasta incluir banners promocionales, llamadas a la acción y pequeñas infografías.

Para lanzar campañas de email marketing perfectas, nada como nuestra herramienta con la que puedes beneficiarte de múltiples beneficios, que desde hace muy poco son aún mayores...



¿Quieres saber por qué?

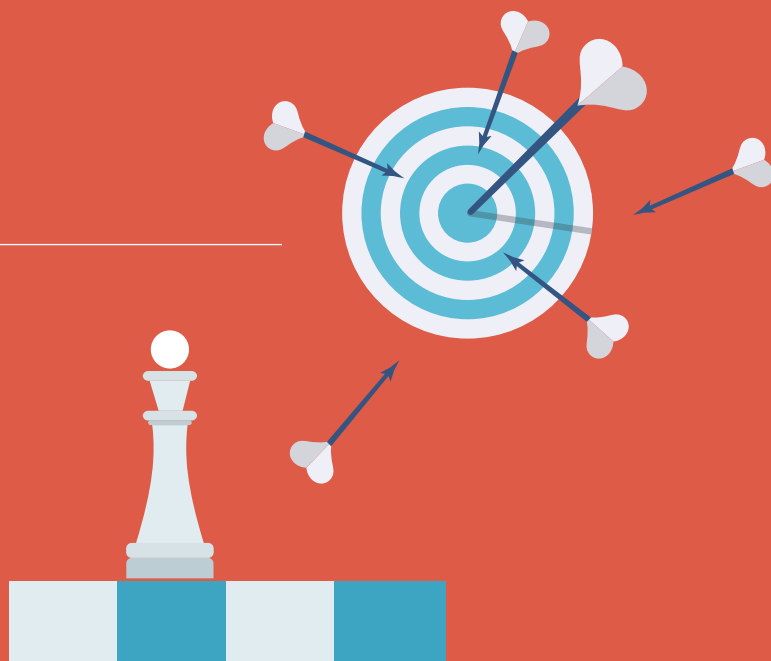
Pues aquí llega la sorpresa:

¡Ahora puedes disfrutar de la nueva cuenta gratuita de Marca Personal para bloggers!



03

ESTRATEGIAS DIGITALES DE PROMOCIÓN



Tener una marca influyente en el mundo online, implica ser capaz de viralizar contenidos a través de la creatividad, el uso óptimo de las herramientas digitales y la generación de relaciones sólidas.

Existen muchas tácticas y estrategias para conseguir una mayor visibilidad online, pero aquí queremos mencionarte las 3 que mejor les funcionan a nuestros referentes:

1) Storytelling

El Storytelling es una de esas prácticas que más oírás hablar en redes últimamente, y es porque aunque existe de toda la vida, desde pequeños bloggers, hasta las marcas más conocidas internacionalmente, lo implementan para fortalecer su branding.

El “secreto” no es otro que el de dar a conocer una marca a través de la narración de una historia con la cual los usuarios se sienten identificados y con la que se crea un vínculo emocional.

Las emociones tienen un papel muy decisivo en el marketing, sobre todo cuando de lo que se trata es de “dejar huella”.

¿Dónde puedes aplicar el Storytelling?

En todos los elementos que compongan tu marca personal, como en los artículos e infografías de tu blog, en la sección “sobre ti”, en contenidos multimedia o en email marketing.



2) Guest Blogging

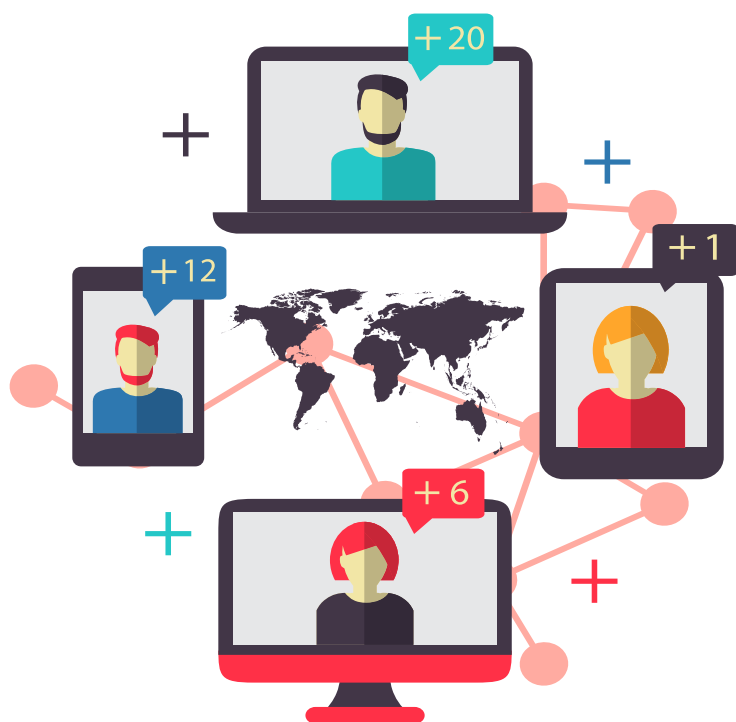
Una de las principales ventajas de hacer guest blogging (o redacción de artículos en blog de terceros como autor invitado), es la visibilidad online que ofrece.

Si tu blog apenas empieza, o te gustaría potenciar la red de enlaces externos, practicar estrategias como estas te beneficiará sustancialmente.

Además, gracias al guest blogging vas a:

- Obtener nuevas ideas de contenidos
- Generar nuevas relaciones con otros bloggers
- Atraer a nuevos lectores

Busca esos blogs referentes en los que siempre quisiste escribir y muéstrales tu lado más colaborativo y profesional a sus anfitriones. Piensa en una temática que se adecue a tu marca personal y aporte valor a esa otra audiencia



Promocionar tu marca en el mundo online, implica saber crear historias y relaciones que enganchen a usuarios, colaboradores y colegas del sector.

3) Networking

Por si no conocías este concepto, no es más que una serie de prácticas que realizan los bloggers y profesionales 2.0 para codearse con sus colegas del sector y poder sumar más entre todos.

Estas son necesarias, especialmente en un mundo en el que la competencia está al orden del día y el pequeño freelance pasa horas trabajando solo desde su PC.

Hacer networking fomenta la posibilidad de darse a conocer como referente en un tema y posicionar la marca personal junto a la de otros compañeros influyentes.

Este no es un concepto único del mundo online, ya que hacer networking implica salir allí afuera y mostrar todas tus cualidades en ferias, charlas y conferencias.

Todos debemos estar preparados para este tipo de eventos y disponer de:

- Tarjeta de visitas y/o curriculum actualizado
- Una agenda de contactos profesionales
- Una actitud colaborativa y dispuesta a conversar
- Un portfolio, listado de proyectos y/o experiencias laborales
- Unos valores de marca coherentes y bien definidos

Consolidar tu marca personal online exige esfuerzo y dedicación, pero es una inversión que permanece en la mente de todos.



¿Entiendes ahora por qué es tan importante seleccionar las mejores herramientas de comunicación digital?

Desde el equipo de Mailrelay, te deseamos que este ebook y nuestra herramienta te ayuden a impulsar tu marca personal.



SÍGUENOS

