

Nunca dejes de aprender y crecer

Construyendo tu marca personal. La clave del éxito para los jóvenes

Andrea Victoria Velásquez Benavides

En la era digital en la que vivimos, la marca personal se ha convertido en un factor determinante para alcanzar el éxito en cualquier ámbito de la vida, especialmente para los jóvenes, quienes están ingresando al mundo laboral y buscando destacarse en un mercado competitivo.

La marca personal se refiere a la forma en que nos perciben los demás. Es nuestra identidad personal, nuestra reputación y sobre todo cómo nos diferenciamos de los demás. Se trata de aprovechar nuestras fortalezas, habilidades y pasiones para crear una impresión positiva y duradera en aquellos que nos rodean. La marca personal es lo que te nos hace únicos y valiosos.

El autoconocimiento es un pilar fundamental en la construcción de una marca personal sólida. Cuando los jóvenes llegan a mi clase, realizamos un ejercicio inicial para conocerse y definir quiénes son, qué quieren a nivel personal y profesional.

Relaciones sólidas y agenda de contactos



Establecer relaciones sólidas es esencial para construir una marca personal. De igual forma, es clave conectar con personas afines a nuestros intereses, así como participar en eventos y actividades relacionadas con nuestro campo de interés. Construir una red sólida nos abrirá puertas, y brindará oportunidades para aprender de personas exitosas.

Una marca personal tiene varias dimensiones. Los docentes, por ejemplo, vamos aprendiendo y conociendo cada día de los perfiles que tenemos en nuestras clases. Nos fijamos en la presentación de trabajos, su actitud y disposición para trabajar en equipo. Desde allí se va construyendo una marca personal. Por este motivo, cuando referimos al alguien, lo hacemos con este previo conocimiento.

Tik Tok, Tik Tok



La Generación Z está muy familiarizada con los medios sociales (redes sociales). Se puede aprovechar esta habilidad para construir marca personal. En este sentido, es vital utilizar plataformas como Instagram, Twitter, LinkedIn o TikTok, para compartir contenido relacionado con nuestros intereses, proyectos y logros.

Después de un planteamiento estratégico de la marca personal, mi recomendación es que las personas se aseguren de mantener coherencia entre su imagen y voz en todas las plataformas, y utilizar las herramientas disponibles para mostrar sus habilidades y talentos de forma creativa.

Uno de los medios sociales de mayor consumo y de mayor crecimiento en los últimos 3 años en Ecuador es TikTok, que tiene varios cuestionamientos a favor y en contra por la cantidad y diversidad de contenidos. TikTok se basa en la creatividad y la autenticidad. Sin embargo, en torno a la marca personal, es recomendable utilizar la plataforma para mostrar la personalidad y habilidades únicas. Bajo esta premisa, es clave crear contenido entretenido, educativo o inspirador que sea relevante para nuestra área de experiencia.

Cuéntame una historia en Instagram



Contar historias es innato en el ser humano, es un acto humano fundamental que implica la narración de eventos, experiencias o ideas en forma de relato secuencial. Las historias tienen el poder de cautivar, informar, emocionar y conectar con las personas en un nivel profundo.

Contar historias no se limita solo a la ficción, sino que abarca diversos contextos, como la literatura, el cine, la publicidad, el periodismo, el marketing y la comunicación en general. El storytelling es una herramienta poderosa para transmitir mensajes, enseñar lecciones, crear empatía, influir en las opiniones y construir identidades.

Las historias de Instagram son una excelente manera de compartir contenido efímero y auténtico, además nos permiten utilizar funciones como encuestas, preguntas y desafíos, para involucrar a nuestra comunidad y generar interacción.

Las personas se conectan con historias auténticas. Compartir experiencias personales, reflexiones o aprendizajes relacionados con nuestra marca, ayudará a establecer una conexión más profunda con la audiencia. En lugar de contar una historia completa en una sola publicación, se puede analizar la posibilidad de dividirla en varias partes para crear una serie de publicaciones. Esto mantendrá a nuestros públicos interesados y deseando ver más.

Recordemos que cada historia es única, y nuestra marca personal se construye a través de nuestra autenticidad y la forma en que conectamos con la audiencia. Por tal motivo, es vital identificar nuestras fortalezas, nuestras pasiones y los valores que nos impulsan, para utilizar historias relevantes y significativas que nos permitan comunicar quienes somos y que podemos ofrecer al mundo.

Influencers y marca personal



En la tendencia de análisis del marketing de influencia, han nacido los llamados influencers (Loret, 2018). Esta categoría hace referencia a los íconos de las comunidades digitales, quienes, de alguna forma, son los prescriptores modernos debido, en gran parte, a su alto nivel de generación de confianza y de contenido hacia su público objetivo (Estrada, 2020).

Desde el punto de vista del marketing, se puede indagar que un influencer es una figura mediática, comúnmente una celebridad que tiene la potestad y el poder para recomendar diversos aspectos. Con esta acción, se transforma en un prescriptor de marca.

El surgimiento de estos nuevos prescriptores digitales, llamados influencers, los convierte en los personajes ideales para alcanzar al principal objetivo de las organizaciones comerciales, que se centra en enganchar a los consumidores, para así generar una mayor utilidad y visualización.

El marketing de influencia añade cierta sinergia entre el prescriptor y la marca, si el grupo objetivo de la organización comercial comparte características e intereses con la comunidad del influencer (Estrada, 2020).

Si podemos considerarnos estas figuras, lo ideal es que las marcas afines a nuestras destrezas y habilidades nos contraten para cumplir sus objetivos empresariales. Si no es el caso, también es posible establecer alianzas que nos permitan fortalecer nuestra imagen.

Tener una asociación con un influencer relevante puede ayudarnos a aumentar nuestra visibilidad y credibilidad. Se debe considerar la posibilidad de colaborar con influencers en diferentes iniciativas. Esto puede incluir campañas conjuntas, publicaciones patrocinadas, eventos en vivo o intercambios de contenido. Estas colaboraciones nos permiten llegar a una audiencia más amplia y establecer conexiones con seguidores potenciales.

Es importante recordar que, aunque los influencers pueden ayudar a aumentar la visibilidad y el alcance de nuestra marca personal, el núcleo de la marca sigue siendo nuestra identidad y la forma en que nos relacionamos. En última instancia, construir una marca personal sólida requiere consistencia, autenticidad y proporcionar valor genuino.

Finalmente, si tuviera que dar un consejo ahora a los estudiantes y, en general a todos, este sería: ***Nunca dejes de aprender y crecer. Mantente actualizado en tu campo de interés y busca oportunidades para adquirir nuevas habilidades.***

Artículo escrito y dedicado con cariño a mis estudiantes del sexto ciclo de Asesoría y Media Training de la Carrera de Comunicación de la UTPL, participantes del Reto UTPL: Posicionamiento de la denominación: Lojano Café de Origen.

Referencias:

Estrada, J. C. (2020). El marketing de influencias y su efecto en la conducta de compra del consumidor millennial. Scielo, 99. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2020000200099

Lloret, C. (2018). Consumo y uso de medios de comunicación de estudiantes del colegio de Bachillerato Manuela Garaicoa de Calderón de Cuenca en tiempos de convergencia. Cuenca: CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA.