

Branding personal: El inventario de tu propia marca

Como en todas las marcas, tienes que demostrar claramente qué representas.

Para poder hacerlo tienes que estar seguro qué es lo que quieres representar y en qué medida lo haces bien actualmente.

A continuación te ofrecemos un simple y efectivo ejercicio para descubrir el inventario personal de tu marca.

1. Identifica los descriptores de tu marca personal

Haz un “brainstorming” contigo mismo y reflexiona acerca de cuáles son los cinco adjetivos que mejor describen cómo eres y cómo apareces (o cómo quieres aparecer). Estos adjetivos deben estar relacionados a lo que haces y las personas con quienes te relacionas (por ejemplo lo que tus clientes esperarían o necesitarían encontrar).

Para hacerte más fácil la elección de tus adjetivos personales puedes utilizar los 55 adjetivos de la “ventana de Johari” detallados debajo. (Más información en: http://en.wikipedia.org/wiki/Johari_window).

- | | | | | |
|-------------------|----------------------|-----------------|---------------------------------|---------------|
| • amable | • colaborador | • feliz | • lógico | • receptivo |
| • amistoso | • complejo | • flexible | • maduro | • reflexivo |
| • amoroso | • comprensivo | • generoso | • modesto | • relajado |
| • animoso | • confiable | • gracioso | • nervioso | • religioso |
| • audaz | • conocedor | • hábil | • observador | • sabio |
| • asertivo | • digno | • idealista | • organizado | • seguro |
| • auto-consciente | • digno de confianza | • independiente | • orgulloso | • sentimental |
| • buscador | • espontáneo | • ingenioso | • paciente | • tímido |
| • capaz | • energético | • inteligente | • poderoso | • tranquilo |
| • cálido | • extrovertido | • introvertido | • preocupado
(por los demás) | • valiente |

2. Clasifícalos

Una vez que has identificado los adjetivos que más describen tu marca personal tienes que evaluar el grado en el que te representan actualmente. Si te sientes cómodo, puedes también pedirle a un amigo o colega que te evalúe desde su punto de vista. Esto te dará una impresión más imparcial de cómo se percibe realmente tu marca personal.

La evaluación o el ranking debería estar entre 1 (no de acuerdo) y 10 (totalmente de acuerdo).

Si tu ranking es bajo significa que tienes que trabajar en este aspecto para crear una marca personal más equilibrada.

3. Crea tu lema o “tagline”

Finalmente intenta crear un lema o eslogan memorable que resuma tu marca personal en pocas palabras. (Puedes consultarlo también en <http://en.wikipedia.org/wiki/Tagline>).