

Academia HS

Manual de
**MARKETING
PERSONAL**



Home Solution

LA HERRAMIENTA CORRECTA

www.homesolution.net

INTRODUCCIÓN

El Marketing Personal es un factor muy importante para alcanzar el éxito profesional y personal, ya que permite, a quien lo efectúe de manera correcta, "vender" efectivamente su imagen, para lograr los objetivos o metas propuestas.

Para realizar un Marketing Personal exitoso se deben seguir los siguientes pasos:

VISIÓN Y OBJETIVOS PERSONALES

Elaboración de Metas personales, escenarios laborales, escenarios personales y desarrollo de la visión.

CONÓCETE A TI MISMO

¿Quién Soy?, ¿Cuál es mi personalidad?, Reconocimiento de fortalezas y debilidades.

ATERRIZA TUS DESEOS, DESARROLLE TUS OBJETIVOS

Sincerar deseos, examinar objetivos, clasificar.

CUÁL ES MI MERCADO OBJETIVO

¿A quién le quieres llegar?

POSICIÓNATE EN EL MERCADO

¿Cómo te ven los demás? ¿Cómo quieres que te vean?, ¿Analiza tu entorno?

ELIGE UN MARKETING MIX

Producto, Precio, Plaza, Promoción.

PLAN DE ACCIÓN Y EVALUACIÓN EN EL PROCESO PERSONAL

Pon tu plan en marcha, evaluación del proceso.

NO TE DUERMAS EN LOS LAURELES

Es fácil llegar pero duro mantenerse.



Este manual es una invitación potencies tus competencias, desarrolles nuevas y seas el profesional que deseas ser.

¿Qué es Marketing?

Son las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, anticipándose a los deseos de los consumidores, y también desarrollar productos aptos para el mercado.

¿Qué es Marketing Personal?

El **Marketing Personal**, básicamente es venderse a sí mismo, mostrando la mejor cara, sin mentiras, conociéndose muy bien y resaltando lo mejor de sí para ser seleccionado.

EL MARKETING PERSONAL ESTÁ SUJETO A CUATRO ELEMENTOS

NO se puede crear un estereotipo de Marketing Personal, ya que este está sujeto a la condiciones de una persona.

Debe adaptarse a las necesidades de quienes rodean a la persona.

El entorno está cambiando continuamente, ya que la persona se mueve en escenarios diferentes en su vida cotidiana.

Debe tener dos metas diferenciadas: Una en el ámbito Personal y otra en el Profesional.

Importancia del Marketing Personal

Hoy en día es necesario contar con un buen Marketing Personal para posicionarse como un profesional valioso en el sector en el que uno se desenvuelve, y, tal vez, para constituirse como alguien influyente. Todo depende del trabajo que se haga referente a la construcción y promoción de Su marca personal. **Puedes ser un muy buen profesional, pero si no lo saben las personas que deberían, nadie reconocerá ese mérito.**

PERO, ¿CÓMO PUEDES TENER ÉXITO A LA HORA DE REALIZAR MARKETING PERSONAL?

La respuesta es sencilla pero llevarla a cabo requiere de un gran esfuerzo:

Debe realizarse un Plan de Marketing. Si, el mismo que se emplea para cumplir determinado objetivo con un producto o servicio. La diferencia es que ahora será empleado de forma personal.

Manual de Marketing Personal

Ninguna marca se posiciona de la noche a la mañana y sin esfuerzo alguno. Lo primero que necesitas es definir la marca, el ¿Quién Eres?, ¿Qué haces?, ¿Cómo lo haces?, ¿Qué te hace diferente de los demás? **Debes hacer un trabajo muy personal de autoconocimiento y reconocimiento**, debes saber qué personalidad tiene el “producto que ofreces”, identificar competencias, características propias y valor diferenciador, como también tus fortalezas y debilidades.

Para lograr todo esto debes tener un orden. Como bien se dijo anteriormente, el plan de Marketing se ha reestructurado de tal forma que lo puedas aplicar de forma personal y así alcanzar tus objetivos propuestos a nivel personal o profesional.

A continuación, te presentamos una guía para que logres un Marketing Personal exitoso.

PASO 1

VISIÓN Y OBJETIVOS PERSONALES

MIS METAS PERSONALES

Primero que nada, debes fijar tu visión y objetivos personales, ya que serán la guía del camino que recorrerás en todo este proceso. ¿Por qué?, esta visión establece la direccionalidad hacia la cual orientar tus objetivos a corto y mediano plazo. Este es el punto de partida ¿Qué quieres lograr en tu vida personal? ¿En tu vida profesional? ¿En tu vida laboral?

MI ESCENARIO LABORAL

Ahora debes centrarte en tu entorno laboral. En base al siguiente gráfico, trabaja primero el escenario según cada cuadro y, por último, imagina cómo te encontraras personal y laboralmente, como también que rol quieres jugar en este nuevo escenario.

Haz un dibujo de ti mismo(a), de cómo te quieres ver dentro de 30 días, 6 meses o 1 año.



ESCENARIOS PERSONALES

En el día a día se convive en muchos entornos a nivel personal. Dejando de lado el campo estrictamente laboral ¿Qué quieres lograr en cada uno de estos ámbitos? ¿Dónde y cómo te ves en un mes, en un año?

CLASIFICA

Ahora, se deben clasificar los objetivos según el tiempo en el que se llevarán a cabo y según su tipo, sea personal, profesional o laboral. Para esto, se debe llenar la siguiente tabla, se puede hacer en una hoja de Papel, en un documento en computador, en un pliego de cartulina o donde quiera, **la idea es no perder de vista nunca la tabla para que, día a día, se revise qué cosas se hizo y qué falta por hacer.**

Se puede pegar frente a la cama, tenerla en la carpeta cotidiana, en la puerta de la habitación, en la oficina, donde prefiera, la idea es sentirse cómodo(a) haciendo el ejercicio.

OBJETIVOS	TIEMPOS DE EJECUCIÓN		
	30 DÍAS	6 MESES	1 AÑO
PERSONALES			
PROFESIONALES			
EMPRESARIALES			

PASO 2**¿CUÁL ES EL MERCADO OBJETIVO?**

Una vez analizada la parte interna se debe preguntar: ¿Cuál es mi mercado objetivo? ¿A quién le voy a llegar? ¿Cómo les voy a llegar?

¿A QUIÉN LE QUIERES LLEGAR?

Todo producto o servicio debe ir dirigido a un público objetivo, tu no eres la excepción. Debes encontrar un mercado al cual dirigirse y al que vas a satisfacer de la mejor manera. Esto no es fácil, se deben determinar cuáles serán los clientes potenciales.

Una vez se determine con seguridad cuales serán los clientes potenciales, es hora de pensar de qué forma te vas a dirigir a cada uno.

1. Utilizando la misma estrategia para todos.
2. Utilizando una estrategia diferente para cada segmento.
3. Utilizando una estrategia para cada individuo.

A esto se le conoce como Marketing no diferenciado, Marketing Diferenciado y Marketing Uno a Uno respectivamente.

Si se va a utilizar un Marketing no diferenciado se debe buscar una estrategia única para llegarle a los consumidores como conjunto. Por otro lado, si se va a utilizar un marketing diferenciado se debe, como primera medida, segmentar a los clientes para luego desarrollar una estrategia para cada segmento.

Por último si se va a utilizar un Marketing Uno a Uno el esfuerzo será doble, ya que se deberá encontrar una estrategia para cada individuo al cual se va a llegar.

Luego de definir a quién se le va a llegar y qué tipo de marketing se va a utilizar es momento de pasar al siguiente paso.



PASO 3

POSICIÓNATE EN EL MERCADO

Ahora es tiempo de posicionarse en el mercado. Primero se debe reflexionar sobre las capacidades y habilidades, sobre aquellas actividades que se pueden desarrollar de la mejor manera, sobre las potencialidades, carencias, intereses y sobre cómo desarrollar las relaciones con los demás.

¿CÓMO TE VEN LOS DEMÁS?

Otro aspecto que se debe tener muy en cuenta es la imagen. Debes analizar cómo te ven los demás, qué imagen proyectas y qué factores influyen para alcanzar esa imagen.

Una vez analizado cómo eres percibido por las personas que te rodean, es tiempo de conocer cuál es el efecto que generas en los demás.

¿CÓMO QUIERES QUE TE VEAN?

Una vez hecho este análisis, debes tener ya suficiente información como para poder crear/identificar ese aspecto diferenciador que te hará único(a) y diferente de la competencia y por lo que las personas te preferirán.

¿Cuál es la propuesta de valor?

Para sobresalir en cualquier tipo de mercado y ser la opción número uno entre los clientes (grupo objetivo) se debe tener un valor diferencial sobre la competencia, pero lo más importante es saber comunicar dicho valor.

Por mucho que se posea un gran valor, si este no se logra comunicar de manera correcta, el grupo objetivo no podrá percibirlo, y todo será en vano.

ANALIZA EL ENTORNO

• Identifica cuál es la competencia

Ahora, algo que se debe tener en cuenta para posicionarse en el mercado es el entorno al que se estará expuesto ¿Quién es mi competencia? ¿Qué tienen ellos que yo no tengo? ¿Cómo puedo sobresalir? Es aquí donde debes agarrar lápiz y papel y anotar las oportunidades y amenazas que se encuentran a tu alrededor.

• Reconoce las oportunidades y Amenazas

RECONOCE OPORTUNIDADES

Aquí es donde debes estudiar el entorno para encontrar cuales son los proyectos que puedes poner en marcha y ver que opciones laborales puedes aprovechar. Debes estudiar cual es el momento ideal para explotar tus cualidades ya que si se espera mucho es posible que otra persona aparezca y cubra esa necesidad. Es en este momento donde te debes plantear una misión y una visión para saber a dónde quieres llegar en el corto y largo plazo, y como quieres que te perciban.

IDENTIFICAR LAS AMENAZAS

Es muy importante identificar tanto las amenazas personales como las amenazas profesionales. Como sucede con una empresa, hay diferentes aspectos que pueden poner en peligro la supervivencia de tu organización, como por ejemplo, la aparición de nuevos competidores.

Amenazas personales: Se deben identificar qué peligros enfrentas en tu círculo cercano ¿Alguien está robando tus ideas?

Amenazas profesionales: Se debe identificar la competencia ¿Qué ofrecen?. También debes identificar aquellas cuestiones que pueden poner en peligro tu puesto en la organización.

Una vez se reconozcan las oportunidades y amenazas, se puede pasar al siguiente paso.

PASO 4**ELIGE EL MARKETING MIX**

Ya sabes cómo eres y cómo te ven los demás. Ahora, debes averiguar cómo satisfacer a el potencial 'comprador': empleador, proveedor o cliente; es hora de elegir un Marketing mix.

TU ERES EL PRODUCTO

El producto eres TÚ, para poder mejorar lo que ofreces, debes tener muy en claro quién eres, conocer tus capacidades y debilidades, no subestimar el nivel de competitividad, saber qué debes cambiar, tanto en lo que respecta a tu imagen como a la forma en que te comunicas.

POTENCIALIZA LAS FORTALEZAS

Una de las mejores formas de perfeccionar un producto es potenciar sus puntos más fuertes. Para este paso se debe tomar las fortalezas reconocidas anteriormente.

**¿QUÉ DEBO ELEGIR?**

¿Qué es lo que quieres lograr? ¿En qué debes invertir el tiempo?

¿Qué es mejor, avanzar en lo que sabes, aprender lo que no conoces o profundizar acerca de lo que sabes poco? Muchas personas deciden aprender cosas nuevas y mejorar en cosas en las que no son muy hábiles. Por tanto ¿Cuál es la próxima tarea? Aquella que esté en consonancia con tus fortalezas.

¿CÓMO TE BENEFICIARÍA POTENCIAR TUS FORTALEZAS?

Al potenciar tus fortalezas mejorarás en las tareas que te gusta hacer y te enfrentarás a nuevos retos dentro de tus áreas de interés. Te verán como un experto en tus facetas clave, como una persona que aporta ideas innovadoras. Mejorarás muy rápidamente, hacer lo que te gusta y tener las habilidades para hacerlo son los principales ingredientes para el éxito. Con motivación y conocimiento alcanzarás las metas que te hayas propuesto.

¿CÓMO APROVECHAR TUS FORTALEZAS?

Ahora debes concentrarte en tus Oportunidades y Amenazas. La mejor forma de superar las amenazas es utilizando tus fortalezas para hacerlo, esto además fructificará tus oportunidades. Para esto, debes crear una serie de estrategias que te ayudarán en este proceso.

ESTRATEGIA FA (FORTALEZAS VS AMENAZAS)

La idea principal es utilizar las fortalezas personales para contrarrestar a las amenazas del entorno (como se dijo en el ítem anterior). Esto, sin embargo, no quiere decir que debas salir al ambiente externo a buscar amenazas, sino todo lo contrario, debes utilizar tus fortalezas de una manera cuidadosa y discrecional cuando creas lo amerita.

PRECIO

Algo que es difícil de dimensionar, tanto personal como profesionalmente, es determinar el valor de lo que haces y que ambos (la persona a la que le ofreces tu servicio y tu) estén satisfechos. Hay que tener en cuenta que el precio que fijas va de acuerdo al mercado al que te diriges y no a unos costos propios o a un deseo de remuneración específico.

Lo primero que debes hacer es establecer los cálculos partiendo del precio alcanzable en el mercado. Solamente puedes trabajar en dos direcciones. Puedes aumentar el precio, o minimizar el valor de intercambio.

No solo debes tener en cuenta el precio que pagaría tu cliente potencial, sino también qué precio puede ofrecer o está ofreciendo tu competencia.

Una vez hayas fijado el precio base, calcula los costos de implementación, como también utilidad que obtendrías.

PLAZA

Una vez definas tú precio es momento de seguir con el siguiente paso. Ahora es momento de pensar que canal vas a usar para llegarle a tu público objetivo de la mejor manera. Debes comenzar a preguntarte ¿Dónde Debo ser visto? ¿Donde debo dejarme ver? y ¿A que lugares debo asistir?

• ¿Dónde debes ser visto? ¿Dónde debes dejarte ver?

Todas las personas que se encuentran en tu entorno deben ser capaces de percibir lo bueno que eres y lo mucho que puedes ofrecer. Es por esta razón que debes saber en que lugares y momentos debes ser visto y dejarte ver.

Debes procurar asistir a todas aquellas convenciones, fiestas, ferias, talleres y demás actividades sociales vinculadas a tu profesión para cultivar relaciones o también con el fin de dictar alguna conferencia que te ponga en el mapa de todos.

PROMOCIÓN

Es en este momento donde debes comenzar a pensar y definir todas aquellas herramientas que vas a utilizar para promocionarte en tu público objetivo.



¿QUÉ MÉTODOS DEBES UTILIZAR PARA DARTE A CONOCER?

Existen muchas herramientas que puedes usar para darte a conocer. Puedes aplicar cualquiera de estas dependiendo, tanto de tus gustos como de tu personalidad:

Una herramienta muy común son las **tarjetas de presentación**, debes mantenerlas contigo en todo momento y repartirlas cuando creas propicio.

Otra herramienta que puedes usar es la creación de **tu propia página web** en donde puedes brindarle información importante a tus clientes sobre lo que haces, formas de contacto, horarios de conferencias, reuniones, seminarios y otras actividades en las que participes. Por otro lado no debes brindar más información que la vital, ya que la competencia siempre está atenta a nuevos rivales y pueden usar esa información para beneficio propio.

Otra herramienta que puedes usar son **las redes sociales** (Facebook, Ning, Twitter) para crear vínculos más estrechos con las personas.

Por último las **redes profesionales**, como LinkedIn, Home Solution o Xing también son muy útiles para darte a conocer en un contexto más profesional.

¿CÓMO LLAMAR LA ATENCIÓN DEL ENTORNO?

Debes resaltar todas aquellas cualidades personales que te hacen único y que aportaran valor para el consumidor.

PASO 5

PLAN DE ACCIÓN Y EVALUACIÓN EN EL PROCESO PERSONAL

PON TU PLAN EN MARCHA

De acuerdo a los objetivos planteados en un principio, determina las actividades puntuales que debes realizar para alcanzar los objetivos propuestos.

EVALÚA TU PROCESO

Retoma la visión y los objetivos priorizados e imagina...

¿Qué premio me voy a dar al haber cumplido mis objetivos el día? (Poner la fecha dentro de un año)

Debes tener en cuenta que esta evaluación debes hacerla de la forma más objetiva posible ¿He logrado lo que esperaba para cada momento que evalúe? ¿Qué faltó? ¿Qué puedo hacer para lograrlo?

PASO 6

NO TE DUERMAS EN LOS LAURELES

Una vez que se haya despegado, es importante no bajar la guardia. Hay que seguir trabajando duro para poder obtener los resultados esperados. **La clave del marketing personal es establecer relaciones de largo plazo con las personas de tu entorno para crear un ambiente de confianza, honestidad, aprecio entre las partes involucradas.**

ES FÁCIL LLEGAR PERO MUY DURO MANTENERSE

Procura buscar la manera de seguir presionándote y motivándote al máximo para no caer en un abismo de incertidumbre. Debes seguir aprendiendo e informándote continuamente.

Otro aspecto que te puede ayudar para seguir aprendiendo y aumentando tu conocimiento es buscar siempre estar rodeado de excelentes profesionales. Ellos tendrán más experiencia y conocimientos, por lo que tu puedes aprender y luego aplicarlo a tu propio entorno laboral o personal.

También es muy importante en esta fase la gestión correcta del tiempo. Debes procurar organizar todos tus compromisos en una agenda y asignarle a cada uno un tiempo adecuado. Debes evitar la acumulación de cosas para no caer en la desesperación, lo que conlleva a tener un desempeño pobre.

CONCLUSIONES

Es claro que para hacer un buen marketing personal lo más importante es potencializarte como "producto" antes de mostrarlo al mercado al que quieres llegar.

Para lograrlo, lo primero que debes hacer es definir qué quieres hacer, qué es lo que quieres lograr, fijarte la(s) meta(s) u objetivo(s) que quieres alcanzar, dónde quieres llegar, qué debes hacer para alcanzarlo(s).

Una vez hecho esto debes trabajar en tu aspecto físico, en todo lo externo: Tu postura, cómo te ves, cómo te ven los demás, lo que comunicas (verbal y no verbalmente), etc.

Por otro lado, cabe recordar que debes realizar un plan de acción, algo con lo que te puedas guiar día a día para alcanzar esas metas fijadas. **Recuerda, el plan de acción va a corto, mediano y largo plazo, y debes fijarlo de tal forma que puedas evaluarlo constantemente.** Y no bajas la guardia, el hecho de que termines este proceso una vez no significa que después no haya nada por mejorar, el ser humano está en constante cambio y, por ende, debes estar replanteándote cosas periódicamente.

Recuerda que el marketing personal no se hace una vez en la vida, este vive en tu día a día hasta el final de tus tiempos y, por ende, no debes descuidar ninguno de sus aspectos si quieres tener éxito personal, profesional y laboral.



Home Solution

www.homesolution.net