

▶ CASO DE ÉXITO EN CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCA PERSONAL

MARCA PERSONAL PARA UN COMERCIAL EXPERIENCIADO

MARTA FERNÁNDEZ-GONZÁLEZ ▶ AiM DESARROLLO PROFESIONAL ▶ 27/08/2018



AiM desarrollo profesional,
emprendimiento y formación
laboral

www.aimdesarrolloprofesional.com
aim@aimdesarrolloprofesional.com
Whatsapp 678937860

CASO DE ÉXITO EN CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCA PERSONAL

MARCA PERSONAL PARA UN COMERCIAL EXPERIENCIADO

Mi nombre, como muchos ya sabéis, es Marta Fernández González. Hace unos meses uní mi experiencia como orientadora laboral en España a mi interés por ayudarte a cambiar tu rumbo laboral haciéndote destacar entre el resto de profesionales. Crear y sobre todo mover una marca no es un camino fácil, sin embargo con apoyo profesional es posible hacerlo.

La importancia de la marca personal, como explico en el curso que impartiré online del 4 al 14 de septiembre y al que puedes apuntarte aquí <https://bit.ly/2MjiUCY> hasta el 30 de agosto es precisamente que tenerla desarrollada te da visibilidad frente a otros profesionales de tu sector, estés buscando empleo o buscando clientes porque seas emprendedor.

Para conseguir este objetivo necesitamos crear la marca, buscar los canales adecuados para colocarla, colocarla y promocionarla. Muchas cosas ¿verdad?

En este caso de éxito te presento el trabajo realizado con la marca personal de uno de los últimos participantes en mi [programa de orientación laboral premium](#), aunque igualmente trabajo la marca fuera de estos programas en sesiones específicas (puedes verlo en el apartado de servicios de mi web www.aimdesarrolloprofesional.com).

El objetivo de este programa es lograr tu inserción laboral de forma acorde a tu perfil y de la forma más organizada posible. Mi orientación se basa en un trabajo conjunto entre las dos partes, tú y yo, porque de nada sirve mi implicación en un caso si la persona orientada no pone nada de su parte.

Los destinatarios de los programas premium son profesionales normalmente con varios años de experiencia y formación universitaria y complementaria que buscan trabajo

o cambiar de empleo, muchos de ellos procedentes de Latinoamérica.

David

David es peruano. Tiene un perfil comercial 100% y lleva toda la vida vendiendo seguros, capacitando y últimamente cada vez más implicado en temas de coaching.

Al iniciar su programa de orientación premium su objetivo profesional era trabajar en su sector en España, en una empresa a la que poder aportar todo su conocimiento, experiencia y capacidad de liderazgo y proactividad, que son muchas. Desde luego que la actitud de las personas a las que oriento hace mucho por el éxito de mis programas.

David ya va decidido a conseguir su objetivo. En nada estará en España teniendo entrevistas y con su rumbo profesional superclaro y definido.

El programa de orientación de modalidad premium en el que participa incluye la creación y promoción de la marca personal. En el caso de David yo me encargué, obviamente contando con sus ideas y participación, de crear su marca y de comenzar a moverla. En el programa premium habitualmente trabajamos en sesiones online en las que se explican las tareas a realizar por el orientado de forma que sea él quien vaya dando los pasos necesarios para desarrollar su marca. Sin embargo en este caso, y a sugerencia de David, yo me encargué de todo. Esto me dio la idea de ofrecer a mis clientes ambas posibilidades: sesiones online o realizar yo todo el proceso que conlleva crear una marca.

Creación de la marca desde LinkedIn

Como tantos profesionales David ya contaba con un perfil en LinkedIn, aspecto clave para trabajar marca personal. Sin embargo el perfil adolecía de los típicos fallos:

- Fotos de perfil y fondo poco llamativas.
- Titular profesional monótono.
- Extracto desaprovechado.
- Falta de recomendaciones.
- Poca actividad y contactos.

A la hora de crear una marca empezamos por contestar a unas preguntas relacionadas con objetivos, con qué nos diferencia del resto de profesionales o con cuál será el tono de esa marca. Todo esto lo veremos en el curso de septiembre.

Definido y claro todo esto después de alguna conversación entre David y yo el siguiente paso era decidir los canales más

adecuados para colocar la marca creada. De esto hablaré en el siguiente apartado, pero quedaba claro que, teniendo ya LinkedIn creado, era cuestión de comenzar revisando y modificando su perfil en esa red para introducir su marca.

Para ello hice varias cosas, siempre teniendo en cuenta las contestaciones a las preguntas para definir la marca personal:

1. Cambiar fotos. La de perfil de ahora muestra un profesional formal pero cercano y la de fondo se relaciona con la profesión de David, un apretón de manos que expresa un acuerdo comercial:



2. Colocar un titular en el que se vieran las capacidades y objetivos:

Consultor comercial senior con perfil 100% comercial, especialista en Banca seguros
#liderazgo #ventas #comercial #ONO

3. Sacar mucho más provecho del extracto. Ahora se puede leer en él el perfil de David, sus objetivos, capacidades, qué puede hacer por una empresa e incluso hemos colocado su cv en PDF.
4. Mejorar la parte de experiencia y formación incluyendo algo más de información.
5. Introducir una certificación y una recomendación.
6. Comenzar a hacer contactos desde el buscador, sobre todo, puesto que ellos son los destinatarios de esta marca, con profesionales del sector seguros en España y empleadores y reclutadores de diversas compañías aseguradoras.

Colocación de marca en otros canales

Después del paso dado en LinkedIn, aunque posteriormente volveríamos sobre esta red, lo siguiente era colocar el discurso de marca que habíamos creado en otros canales.

Después de hablar del tema determinamos que los mejores eran estos dos:

- Facebook, porque permite colocar fotos, videos, escribir y compartir de forma sencilla y David ya estaba habituado a su uso.
- Un blog personal, en el que colocar también aspectos de su trabajo comercial y desde el que compartirlos. Además le acababan de crear uno en Wordpress.

Descartamos otros canales por predominar en ellos la fotografía o los mensajes cortos que no nos servían para la imagen que queríamos transmitir.

Así con esto ya claro creé una página de empresa en Facebook con el nombre de David y la coetilla “consultor de seguros” de forma que ya solo con el nombre producía una llamada de atención. En ese perfil coloqué las fotos de perfil y de fondo que había colocado en LinkedIn, con pequeñas variaciones de encuadre, introduje todos los datos de contacto necesarios y configuré todos los aspectos de la página de empresa necesarios para su funcionamiento. Asimismo comencé invitando a los contactos de David en Facebook a unirse a esta nueva página suya.

Respecto al blog al estar ya creado mi misión fue en ese momento realizar el cambio de fotos que ya conocemos y que incluyen el tono de su marca personal y colocar en su parte inferior los links a sus perfiles de LinkedIn y Facebook (y lo mismo con todos los perfiles: que todos aparezcan en todos).

Aquí tenéis alguna foto de ese blog:



PORQUE DEBERIA TENER UN SEGURO?



Y por fin llegamos a la promoción de la marca

Como le explicaba a él no basta con crear una marca y que tenga una imagen bonita y colocarla. Hay que hacer algo con ella para que el tenerla nos sirva para lograr nuestros objetivos.

Y ese algo es mover la marca personal usando diferentes estrategias en esos canales en los que la hemos colocado:

- Dar likes, compartir.
- Compartir comentando.
- Crear nuestro propio contenido.

Obviamente el contenido a compartir y crear debe ser de interés para la audiencia y relacionado con el objetivo profesional al que aspiramos.

Un primer paso fue, desde los perfiles de David, comenzar a dar likes y compartir informaciones de otras personas comentando algo de interés. También con la idea de dejarle marcado cómo puede hacerlo de ahora en adelante. Después comencé a compartir alguna noticia relacionada con el mercado asegurador usando hashtags interesantes para comentarlas y, como colofón en un primer momento, creé una publicación a modo de resumen acerca del perfil de David usando la información de su discurso de marca (objetivos, destinatarios, cualidades diferenciadoras).

Este es un extracto de ese primer contenido propio:

100% comercial de seguros

Publicada en 16/08/2018

Buenos días a todos,

Aprovecho este espacio para presentarme con motivo de la apertura de este blog y de mi nueva página en Facebook, de la cual podreis encontrar link en la parte inferior.

Soy especialista en consultoría de seguros con quince años de experiencia (perfil senior). En este tiempo me he desempeñado de consultor con grandes equipos a mi cargo, dirigiendo, supervisando y formando personas y también en la parte técnica de los siniestros.

Me considero un profesional proactivo y emprendedor, con dotes de liderazgo y de gestión de equipos. Mi perfil es comercial

Estamos trabajando en ello...

El trabajo con la marca personal es continuo, no acaba. Por ello mi trabajo con la de David continúa.

Mis programas de orientación o mis servicios de marca personal tienen un seguimiento ilimitado, por eso mi relación contigo nunca termina del todo.

Si quieres unirte a David, María, José, Alison o Erick y participar de mis apoyos solo tienes que ponerte en contacto conmigo:

Por LinkedIn: <https://bit.ly/2L0x8XX>

Email: aim@aimdesarrolloprofesional.com

Whatsapp: +34 678937860

Busco a mi próximo caso de éxito...