

**E-BOOK**

# Marca Personal: 3 Pasos Para Crear La Tuya



---

**AUTOR:**

HÉCTOR JIMÉNEZ R.  
CONSULTOR INTERNACIONAL DE MARCA PERSONAL

---

# UN POCO DE HISTORIA...



## PERSONAL BRANDING

Según diferentes estudios, se puede suponer que el concepto de marca personal se empezó a desarrollar por el padre del management -**Peter Drucker**- cuando por los años 70 empezó a hablar del "trabajador del conocimiento". Luego en 1997 **Tom Peters**, a quienes la mayoría de las personas le adjudican ser el padre del concepto del personal branding por su artículo "**The brand called you**", desarrolla con mayor profundidad la idea y plantea básicamente diez aspectos para tener en cuenta a la hora de desarrollar su marca propia.

---

# LA FUNDAMENTACIÓN:

Teniendo en cuenta que en el diario vivir hacemos una venta continua de nosotros mismos; esta debe hacerse de manera profesional, estratégica, adecuada, dinámica y estructurada. Como se hace para una **marca empresarial**, pues hallamos una bidireccionalidad en la cual: Las empresas y sus productos deben sentir, tener esencia y sentimientos como las personas. Pero de igual forma, las personas deben ser productos en constante negociación.

Es de vital importancia denotar que, la llegada de los Millennials ha logrado generar el terreno perfecto para poder sembrar esta semilla maravillosa llamada **"Marca Personal"**. La misma que dejará unos frutos enormes al mundo, cambiará el rumbo de la vida de las personas. Pasando de buscar la motivación para obtener la **inspiración**, dejando de hacer acciones para convertirlas en **proyectos**, y finalmente, dejando de cautivar para empezar a **seducir**.

## LA RAZÓN DE SER:

La construcción de una marca personal es un trabajo del día a día, el resultado de un proceso y no una casualidad. Por tal motivo en las consultorías que realizo, siempre ejecuto tres pasos que garantizan en un muy alto porcentaje la obtención de los objetivos anhelados. Por tal motivo, los quiero compartir con vos el día de hoy, con el fin de aportar algo en la planificación de tu Marca Personal:





## Encontrar esencia: primer paso en la construcción de tu marca personal

SUPONE EL 50% DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN, YA QUE EN ESTA ETAPA VAS A ENCONTRAR LO MEJOR QUE TIENES PARA QUE SEA LA MATERIA PRIMA DE TU MARCA PERSONAL. ES FUNDAMENTAL PARA QUE TE CENTRES EN TUS FORTALEZAS Y NO EN TUS DEBILIDADES.

Es tan importante y fundamental esta etapa debido a que en la misma encontraremos y definiremos a materia prima con la que vamos a emprender el proyecto. Definiremos las políticas de privacidad, ética, reacción, relación con todo lo que le rodea. Dicha esencia parte del trabajo de entrenamiento de una tendencia nueva que he creado de manera innovadora y que se llama **MarketCoach**. Donde en un ejercicio de introspección basada en la matriz de los seis campos, se hace un análisis de la marca personal y su **relación consigo mismo, familia, entorno, trabajo, pareja y sexualidad**.

Como cierre óptimo de esta primera etapa se debe hacer un trabajo muy fuerte, consciente y a la medida de la construcción o fortalecimiento del **carácter**. De igual forma se debería sumar los factores de ética, hábitos y valores. La espiritualidad hace su presencia en esta área, sin ninguna predisposición o prejuizgamiento, simplemente en un acompañamiento u orientación para que sea de **una sola vía** y no multicanal. Ya que es vital que una Marca Personal tenga vocación en lo que quiera, pero que crea en un ente superior que le guíe y le **dé preceptos de vida**.



# MATRIZ DE 6 CAMPOS:

**DE LA TÉCNICA DE POTENCIALIZACIÓN  
DEL SER LLAMADA MARKETCOACH**

**MATRIZ:**

**OBJETIVO:**

**BENEFICIO:**

**RELACIÓN CONSIGO MISMO**

LA DE CONOCERNOS REALMENTE

**AUTO ACEPTACIÓN**

**POTENCIAR  
AMOR PROPIO**

**RELACIÓN CON LA FAMILIA**

LA DEL PERDÓN Y EL AGRADECIMIENTO

**EQUILIBRIO EMOCIONAL**

**POTENCIAR LA  
RESILIENCIA**

**RELACIÓN CON EL ENTORNO**

LA DE ACTIVAR EL RADAR DE LAS  
OPORTUNIDADES

**POTENCIAR LAS  
RELACIONES PÚBLICAS**

**VISIÓN DE LIDERAZGO**



# MATRIZ DE 6 CAMPOS:

**DE LA TÉCNICA DE POTENCIALIZACIÓN  
DEL SER LLAMADA MARKETCOACH**

## **MATRIZ:**

## **OBJETIVO:**

## **BENEFICIO:**

**RELACIÓN CON EL TRABAJO**  
LA DE PASIÓN POR LO QUE HACEMOS

**TRABAJO COMO FACTOR  
DE CRECIMIENTO Y NO  
COMO CASTIGO**

**SABER SI NACÍ PARA  
EMPRENDEDOR O  
EMPLEADO**

**RELACIÓN CON LA PAREJA**  
LA DEL EQUILIBRIO EMOCIONAL

**AMOR COMO FUENTE DE  
CRECIMIENTO Y NO DE  
MANIPULACIÓN**

**DISFRUTAR DE LA  
COMPAÑÍA Y  
DE LA SOLEDAD**

**RELACIÓN CON LA SEXUALIDAD**  
LA DEL RESPETO POR MI CUERPO

**CONOCER LA DIFERENCIA  
ENTRE SEXO Y  
SEXUALIDAD**

**UN EROTISMO SIN  
LÍMITES Y  
SIN CULPAS**

---

# Valores agregados:

AL DESARROLLO DE LA MATRIZ DE 6 CAMPOS EN LA BÚSQUEDA DE LA ESENCIA DE TU MARCA PERSONAL



Generar las bases de una propuesta de valor real y con coherencia entre lo que pienso, siento, digo y hago.

Encontrar las fortalezas donde apoyaremos las bases y los fundamentos de tu Marca Personal

Cerrar creencias, miedos, dolores, resentimientos en el mayor porcentaje posible, de vivencias del pasado, que me pueden perjudicar en el presente y el futuro. No solo en el ámbito laboral sino el personal o familiar debido a que los aspectos antes mencionados pueden ser generadores de baja autoestima, irritabilidad, ensimismamiento o depresión.

**CERRAR CREENCIAS, MIEDOS, DOLORES, RESENTIMIENTOS EN EL MAYOR PORCENTAJE POSIBLE, DE VIVENCIAS DEL PASADO, QUE ME PUEDEN PERJUDICAR EN EL PRESENTE Y EL FUTURO.**

---

# Desarrollar la estrategia:

## Segundo paso en la construcción de tu marca personal

BASADO EN INBOUND MARKETING



OBJETIVO DEL PROYECTO



PLAN DE MARKETING PERSONAL



PLAN DE MARKETING DIGITAL

A la hora de generar la estrategia es vital saber el **objetivo SMART** que queremos alcanzar basados en las estrategias de marketing. Lo antes mencionado se basa principalmente en: dar a conocer el producto, aumentar las ventas o tener una mayor participación en el mercado. Adicionalmente también debe tener claro en esta etapa los recursos con los que se cuenta y la capacidad de desarrollo.

Para empezar esta gestión hay que conocer el mercado donde quiero introducir mi **Marca Personal**, saber ¿por qué quiere comprar mi marca? ¿Qué necesidad voy a cubrir con mis bienes o servicios? De igual forma en ese estudio podría generar otras preguntas que le puedan servir para segmentar su mercado objetivo, por ejemplo: ¿Cuál es el rango de edad? ¿Cuál es su estrato económico? ¿Cuál es su hábito de compra? ¿Qué lo motiva a comprar?

Vale la pena resaltar que, la estrategia que te llevará a obtener las metas y objetivos que te hayas trazado. Vendría siendo lo macro, pero también tendrás que encontrar lo micro, es decir las tácticas que te lleven en el paso a paso.

---

# Inbound Marketing

## TU ALIADO ESTRATÉGICO

Las técnicas invasivas del pasado y que hacen parte del outbound marketing, cada vez son menos efectivas y generan más rechazo entre las personas. Hoy en día lo más innovador y realmente competitivo es llevar tu proyecto a la personalización de la mano del **Inbound Marketing**. Al poder con tu proyecto solucionar una necesidad que cualquier persona pudiese tener, y que haciendo el trabajo correcto, podría terminar siendo un cliente potencial. El paso siguiente será el de enamorarlo para que se convierta en un **evangelizador de tu Marca Personal**.

Debes saber que el contenido es el rey. Que de la mano del mismo vamos a intentar generar una conexión con tu **Buyer Persona** a un nivel mucho más personalizado, dedicado y eficiente. Sabiendo que le hacemos sentir, cómo interactúa con nosotros, cuáles son sus gustos reales, yendo más allá del género o su estrato socio cultural. Lo anterior me permitirá encontrar realmente los **Pain Points**, fundamentales para generar un correcto **Buyer Journey**, que redunde en **ventas constantes y posicionamiento**.



---

# Plan de contenidos:

EL SECRETO PARA CONVERTIRTE EN UN REFERENTE DE MERCADO



Basado en la técnica AIDA, deberías generar un plan de contenidos para tu **Marca Personal**. No sin antes hacer el estudio y medición de búsqueda de tus palabras claves tanto para el **TOFU** (top of the funnel), es decir para llamar la atención de tu lead potencial. El **MOFU** (middle of the funnel); y el **BOFU** (bottom of the funnel). Donde ya llega a la parte más estrecha del embudo y donde estará muy interesado en los bienes o servicios que ofrece tu **Marca Personal**. Como dato adicional, nunca dejes de tener presente que debes generar contenido de primer nivel para cualquiera de las tres etapas que te he mencionado anteriormente.

**BASADO EN LA TÉCNICA  
AIDA, DEBERÍAS GENERAR  
UN PLAN DE CONTENIDOS  
PARA TU MARCA PERSONAL**

---

# Venta Profesional: Tercer Paso En La Construcción De Tu Marca Personal

RELACIONES PÚBLICAS COMERCIALES



EN EL TRABAJO



AL ENTORNO



EN PAREJA  
Y FAMILIA

**Vendernos laboralmente:** Esta área debe tener mucha valoración, ya sea a la hora de ir a conseguir empleo o a la hora de mantenerlo. Hablando de cómo conseguirlo, ten en cuenta los patrones básicos de sobriedad y protocolo empresarial. Como lo podría ser tu correo electrónico para enviar la hoja de vida, cómo realizar la misma, con las normas de cortesía a la hora de presentarse. Qué enviar, qué no, y una que es fundamental: Saber leer los anuncios, aplicar a lo que se ajusta a nuestro perfil y no caer en el error de "dispararle a todo lo que se mueve".

Empleo en muchos casos hay, lo que no hay es gente totalmente clara y capacitada para aplicar y cubrir esas vacantes. Si nos referimos a la hora de mantenerlo, no olvides nunca los parámetros de ética, lealtad, trabajo en equipo y de agradecimiento a la organización por tu crecimiento. Hablar mal de donde trabajas o trabajaste, no solo daña la imagen de dicha empresa, sino también la de tu **Marca Personal** en general, y te puede cerrar puertas a futuro, o ¿le darías empleo a alguien que va a salir a hablar mal de vos o tu compañía?

En tu **emprendimiento** no olvides que tu **Marca Personal es el sello de calidad del mismo**, así que acá toma una relevancia superlativa.

---

# Otros Frentes De Venta

DE TU MARCA PERSONAL



**Vendernos a nuestro entorno:** Acá se debe tener en cuenta a amigos, conocidos, colegas, competencia, partners, la sociedad, etc. Con base en lo anterior, se debe tener claro cómo comportarse en comunidad, redes sociales, equipos de comunicación, entre otros. Como un concepto de vida que sale de adentro de tu ser. Las relaciones públicas y el servicio al cliente, son vitales en esta fase. En temas de relaciones públicas siempre deben ser comerciales, generar posicionamiento y rentabilidad. En lo que se refiere a servicio al cliente, la premisa debe ser la voluntad de servicio **“por qué te nace y no porque te toca”**.

**Vendernos en pareja y familia:** Para este tema es bueno saber que no siempre las personas más llamativas físicamente son las que tienen un mayor poder de conquista. Caso contrario ocurre con las personas seductoras e interesantes, que sí lo logran conseguir.

En este ámbito también viene bien en el - **Marketing Personal** – el hacer cierre de mitos, creencias y modelos que nos han vendido, ya sea en la parte emocional o íntima. Esta última va muy ligada a los patrones de entrenamiento en **MarketCoach sexual**, que puede resumirse en **priorizar la calidad**, antes que la cantidad.

---

# Marca Personal

ENSEÑANDO DESDE LA EXPERIENCIA



Soy **Héctor Jiménez Rodríguez**, soy una **Marca Personal**, y desde hace 19 años me dedico a la innovación en el ser humano de la mano de la profesión de consultor de **Marca Personal**. Tanto en el diario vivir, como en el aspecto laboral, ya sea como ejecutivo o como emprendedor.

He desarrollado la técnica de entrenamiento y mejoramiento personal llamada **MarketCoach**, con la que tengo el sueño de dejar un legado. Por haber brindado al mundo una innovadora herramienta; que gestione mejores seres humanos, coherentes, con valores, principios, amor, respeto por Dios y la familia.

Otra de las cosas interesantes que busco con esta nueva forma de entrenamiento y potencialización del ser, es presentar al entrenador o facilitador como lo que es. **Un ser humano de carne y hueso**, que come, ríe, sufre, llora, se deprime, tiene problemas, siente, y en algún momento se enfurece. No como esa figura perfecta de un tipo totalmente equilibrado, siempre sonriente, y al que nada malo le pasa o le altera la vida. Por tal motivo al compartir mi conocimiento a quien quiere ser **facilitador de MarketCoach** le enseño para que hable con claridad, estando en el mismo nivel de la persona entrenada y no arriba de ella. Con las palabras que vienen a su cabeza, y no solo diciendo lo que las otras personas quieren escuchar, entre otras muchas cosas.

# MARCAS PERSONALES con el sello



**Dra. Lina Triana**  
Presidenta ISAPS



**Ezequiel López Peralta**  
Psicólogo - Sexólogo



**Dra. Carolina Victoria**  
Decana Facultad de Psicología  
Universidad Cooperativa de Colombia



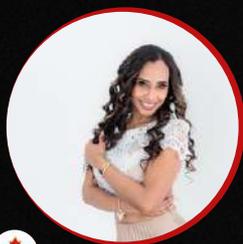
**Dr. Ricardo López Vega**  
Director Gestión Académica  
Universidad EAFIT Medellín



**Nancy Moreno Camargo**  
Psicoterapeuta Integral



**Dra. Luz Ángela Izquierdo**  
Médico Cirujano  
Estético - Obesólogo



**Tatiana Reales**  
Consultora de Turismo  
Médico Internacional



**Dra. Claudia Moreno**  
Agregada Comercial de la  
Embajada de Panamá en Colombia



**Katherine Prado**  
Psicóloga - Speaker TEDx



**Vivian Reyes**  
Mentora de Emprendedores



**María Cristina Ruiz**  
Directora OIT  
Seccional Valles



**Gina Paola Chávez**  
Periodista



**Nicolas Nocetti**  
Actor de TV, Cine y Teatro



**Dra. Diana Villegas**  
Directora Clínica  
odontológica



**Naty Cataño**  
Directora Agencia Digital  
Boomerang

## ¿Quieres ser parte de esta familia?



TE INVITO A ESCANEAR EL CÓDIGO QR PARA QUE PODAMOS TENER UN CONTACTO MÁS DIRECTO Y CERCANO

OTRAS VIAS DE CONTACTO:

HECTOR  
JIMENEZ



[www.hectorjimenez.net](http://www.hectorjimenez.net)

 /hectorjimenez.net

 @MarcaHectorJR

 @marcahectorjr