



ISCP

**INSTITUTO SALVADOREÑO
DE CONTADORES PÚBLICOS**

PATRICIO NAVAS

**PERSONAL
BRANDING**

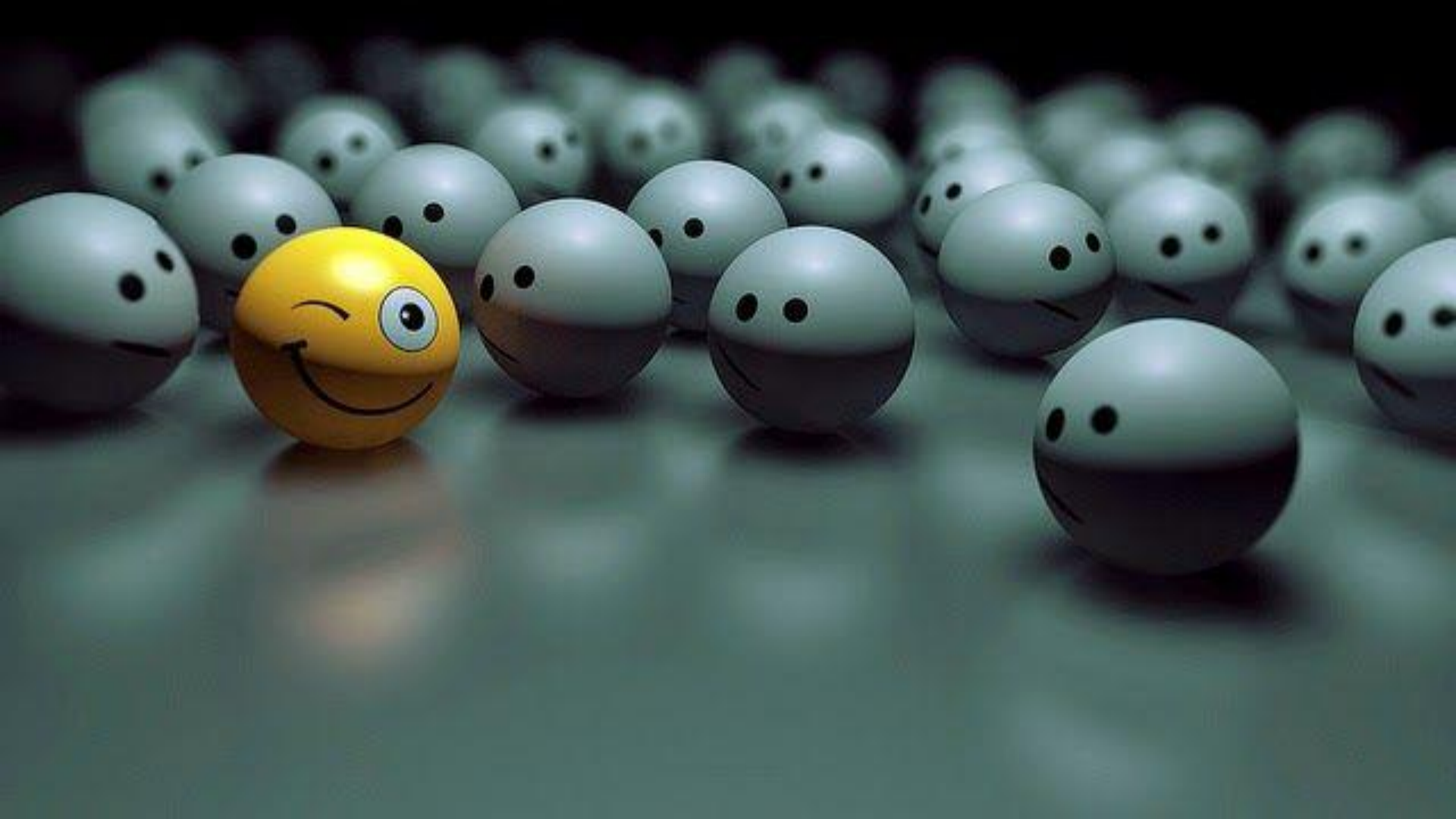


DESDE EL LIDERAZGO, UNA REVISIÓN QUE POTENCIE MI PERFIL PERSONAL Y PROFESIONAL

PATRICIO NAVAS

A hand with a pointing finger is positioned behind the text. The text is contained within a red speech bubble with a white starburst background. The entire graphic is set against a yellow background with a black dot pattern.

**¿QUIÉN
ERES?**







**¿QUÉ ES UNA
MARCA PERSONAL?**

**CONSTRUCCIÓN SISTEMATIZADA DE UN PROYECTO
DE VIDA PERSONAL Y O PROFESIONAL**

**PROYECCIÓN ESTRATÉGICA
MERCADOLÓGICA O
COMUNICACIONAL DE QUIÉN
SOY YO**

**CONSTRUCCIÓN CONSCIENTE Y
PLANIFICADA DE UN PERFIL
PLANIFICADO**

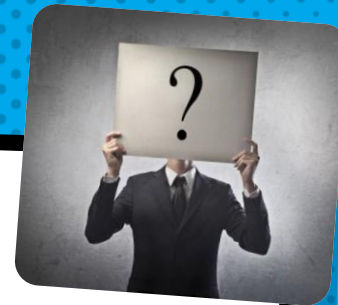
**RAZÓN DE SER QUE NOS DIFERENCIA
ANTE LOS DEMÁS...**

**SELLO QUE DEJO EN MI ENTORNO Y
SEMEJANTES SOBRE MÍ**

YO



COMUNICACIÓN



1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.

Real Academia de la Lengua Española

TODO COMUNICA...

IMAGEN



1. f. Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.
2. f. Estatua, efigie o pintura de una divinidad o de un personaje sagrado.
3. f. Ópt. Reproducción de la figura de un objeto por la combinación de los rayos de luz que proceden de él.
4. f. Ret. Recreación de la realidad a través de elementos imaginarios fundados en una intuición o visión del artista que debe ser descifrada, como en las monedas en enjambres furiosos.

Real Academia de la Lengua Española

TODO COMUNICA...

IDENTIDAD



1. Cualidad de idéntico.
2. f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.
3. f. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
4. f. Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca.

Real Academia de la Lengua Española

TODO COMUNICA...

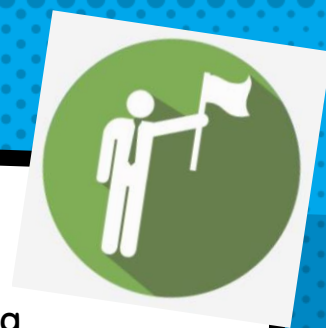
LIDERAZGO


1. m. y f. Persona que dirige o conduce un partido político, un grupo social u otra colectividad.
2. m. y f. Persona o entidad que va a la cabeza entre los de su clase, especialmente en una competición deportiva.

Real Academia de la Lengua Española

Función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para si mismo y el grupo, equipo u organización que precede, inspirando al resto a alcanzar una meta en común.

TODO COMUNICA...



A man with glasses is holding a white sign with black text. The sign says "Soy mi marca, ¿Y tú?". In the top right corner of the sign, there is a small logo that says "uhu" with a red dot. The background shows a blurred office setting with a laptop and a person in a blue shirt.

Soy mi
marca, ¿Y tú?

uhu

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo.

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores.



LA MARCA ! ! !

EXPERIENCIAS/EXPECTATIVAS/MEMORIAS/RECUERDOS/MOMENTOS





1.

***FORMULA PARA DEFINIR
UNA MARCA***

- **Identidad + imagen = MARCA**
- **Marca + estrategia de marca = VALOR DE LA MARCA**

**"IDENTIFICAR Y COMUNICAR
AQUELLO QUE NOS HACE
DESTACAR, SER RELEVANTES,
DIFERENTES Y VISIBLES EN UN
ENTORNO HOMOGÉNEO,
COMPETITIVO Y CAMBIANTE..."**

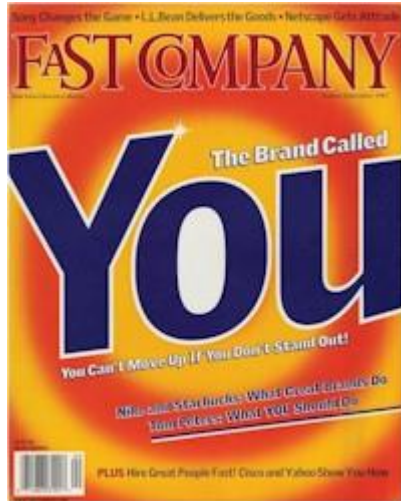
**MARKETING
PERSONAL /
ANDRÉS PÉREZ ORTEGA**

**"ES UN CONCEPTO DE DESARROLLO
PERSONAL CONSISTENTE EN
CONSIDERARSE UNO MISMO COMO
UNA MARCA, QUE AL IGUAL QUE LAS
MARCAS COMERCIALES, DEBE SER
ELABORADA, TRANSMITIDA Y
PROTEGIDA, CON ÁNIMO DE
DIFERENCIARSE Y CONSEGUIR MAYOR
ÉXITO EN LAS RELACIONES SOCIALES Y
PROFESIONALES.**

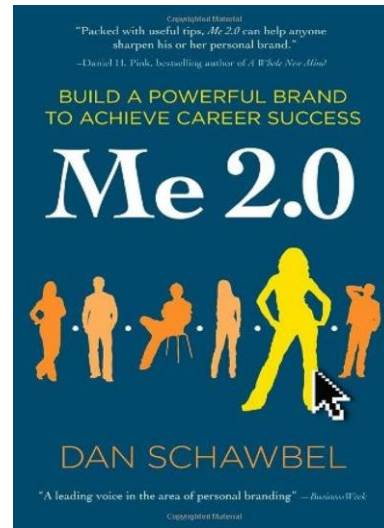
**PERSONAL
BRANDING/
RH POSITIVO**

BASES PRECURSORAS

×Tom Peters




×Dan Schawbel



"ALGUNOS TODAVÍA PIENSAN QUE EL CV ES ALGO QUE SE ESCRIBE, SE IMPRIME Y SE MANDA POR CARTA. NO, TU CV ESTÁ EN LA RED Y QUIEN QUIERA CONTRATARTE O QUIEN QUIERA PENSAR EN TI PARA UNA OPORTUNIDAD PROFESIONAL DE ALGÚN TIPO SE VA A METER EN LA RED Y MIRAR QUÉ HAS HECHO, SOBRE QUÉ HAS ESCRITO, DÓNDE ESTÁ ESA MARCA EN LA RED. ESTA ES LA INVERSIÓN QUE REALMENTE VALE LA PENA HACER"

PERSONAL BRANDING: NOMBRE + PROMESA DE MARCA



¿Cuál es tu
misión en la
vida?

¿Quién es tu
audiencia?

¿Cómo definirías
tu estilo?

PERSONAL BRANDING



THE OPRAH
MAGAZINE



¿CÓMO SE LLAMA TU MARCA?

- x Define tu misión en la vida
- x Delimita tu audiencia
- x Describe tu estilo en 2 palabras

Elige el nombre y promesa
de tu marca





TU MENSAJE

NICHO DE MERCADO





CONSTRUCCIÓN DE

IMAGEN 360



PERSONAL BRANDING

× Armonía en significados:

Cautivador

Personalidad

Significativo (Cuenta una historia)

× Requisitos:

Visual

Elástico

Global

Viable

× Nombre te hace pensar, imaginar y destacar

Los grupos no eligen lo más interesante, sino lo que es más fácil de asimilar



MANOS A LA OBRA

x PIENSA EN UN COLOR, ANIMAL, FIGURA GEOMÉTRICA Y FRASE QUE TE DEFINAN. RAZONA Y CONCEPTUALIZA EL POR QUÉ.





GENERA CONTENIDO

ESTABLECE PILARES





***CUIDA TU PERFIL
PROFESIONAL***



DEFINE TU PERFIL PROFESIONAL

(ESPECÍFICO)

**COMPARTE E INTERACTÚA CON
LA COMUNIDAD**

CREA CONTENIDOS

yo[®]

***LAS PERSONAS QUE CREEN
QUE TIENEN LA FACULTAD DE
EJERCER CIERTO GRADO DE
CONTROL SOBRE SUS VIDAS
SON MÁS SALUDABLES,
MÁS EFICAZ Y MÁS ÉXITO
QUE AQUELLOS QUE NO
TIENEN FE EN SU CAPACIDAD
PARA LLEVAR A CABO
CAMBIOS EN SUS VIDAS.
ALBERT BANDURA***



GRACIAS!



Patricio Navas

pnavas@pedagogica.edu.sv

@patricionavas 

Patricio Navas Cañadas 