

Mi marca

La anterior ocasión comenté en esta columna la importancia de trabajar nuestra persona como si fuera una marca. Así como las empresas desean tener una marca fuerte frente a su competencia para obtener el beneficio de la preferencia por parte de los consumidores, la marca personal es una forma en que podemos diferenciar nuestro trabajo en un entorno altamente competitivo. Si no diferenciamos nuestro trabajo, fácilmente podemos ser reemplazados, cosa que en épocas de crisis se convierte en algo relativamente común y que no deseamos nos suceda.

Considerar nuestra persona como proveedor de servicios modifica la percepción que tenemos de nosotros y lo que nuestro trabajo proyecta. En una frase: ya no existen empleos, solo clientes. Si queremos conservar nuestro trabajo en la empresa debemos ver a los demás como clientes y atenderlos como tales. Ser una buena marca significa lograr que la experiencia que el cliente (llámese compañero de trabajo, jefe, proveedor, comprador y otros públicos con los que tengo contacto) tenga cuando interactúa conmigo sea excepcional, agradable y que destaque sobre los demás, de tal forma que yo sea considerado valioso. Que pueda generar valor agregado importante.

De primera instancia suena lógico, pero las preguntas que surgen son ¿cómo lograr que me perciban como una marca poderosa? ¿cómo desarrollarme para ser una marca fuerte que impacte el entorno en el que me desempeño? ¿cómo obtener la preferencia por la gente que me rodea?

Una marca personal está compuesta por una combinación única de conocimientos, habilidades, personalidad, experiencia, valores e imagen. Para desarrollar la marca personal es importante primeramente identificar objetivamente cada uno de éstos puntos en nuestra persona para poder trabajar en ellos, mejorarlos y transmitir aquellas cosas que son realmente importantes para nuestros clientes. La marca personal debe transmitir beneficios relevantes y para ello hay que trabajar en mis valores personales y profesionales. Significa determinar qué puedo aportar a la organización, a mis compañeros de trabajo, de forma diferente al resto de los demás.

En pocas palabras, definir qué tengo yo que los demás profesionales no tienen, ¿en qué aspectos debo desarrollar mi persona a fin de cumplir con mis objetivos de marca?

Dentro de los valores que debemos destacar está la calidad de nuestro servicio personal; siempre bien hecho, bien presentado, esforzándonos por superar las expectativas del otro. La disponibilidad es algo que siempre será bienvenido por el jefe y los compañeros de trabajo; muchas veces se requiere que laboremos fuera de horarios de trabajo, especialmente cuando surgen emergencias. La facilidad para relacionarse nos ayuda a crear una buena imagen de nuestra persona; poner atención a los detalles simples que son relevantes como una sonrisa, un buen saludo, que cuando nos vean tengamos una expresión de “quiero ayudarte”. Estar continuamente desarrollando nuestra persona, tanto de

habilidades personales como técnicas. El leer y capacitarse siempre será una excelente inversión tanto de dinero como de tiempo.

Si desarrollamos bien nuestra marca personal seremos bien recordados, tomados en cuenta y nos identificarán como primera opción.

M.M. Víctor Siliceo P.
Catedrático de la Universidad Iberoamericana
Campus Tijuana
www.victorsiliceo.com