



*Maestra Karina Olivo | Formadora de Líderes Emprendedoras y Gestión de Negocios*

- ✓ **Creíble,**
- ✓ **Identificable,**
- ✓ **Vendible**

# **CREANDO LA MARCA PERSONAL DESDE LA AUTORIDAD**

*Karina Olivo*

La abundancia de información lleva a la confusión cuando el mensaje parece ser similar pero el proceso no conecta con el camino de quien ejerce una Marca Personal y **con Autoridad**.

La Marca Personal es el camino más sencillo dentro de su grado de complejidad en los negocios, para dar inicio a un negocio, permite convertirte en el activo de alto valor de lo que vas a construir es decir, inicias contigo, continuas contigo misma y creces contigo misma, todo llevará tu sello tu nombre y ello lo convierte en algo más frágil por lo tanto requiere de una construcción sumamente **cautelosa y bien planeada** que al final del día como todo negocio como cualquier marca (incluso industrial) su base está en la planeación + planeación + planeación que resulta en una serie de estrategias de acuerdo al plan de su planeación y nos lleva a una estructura.

Convertirte en una marca de alto valor, una marca rentable te va a exigir y es importante que estés dispuesta a transformarte y poner en alto lo mejor de ti.

Ahora mostrarás lo mejor de ti misma.

---

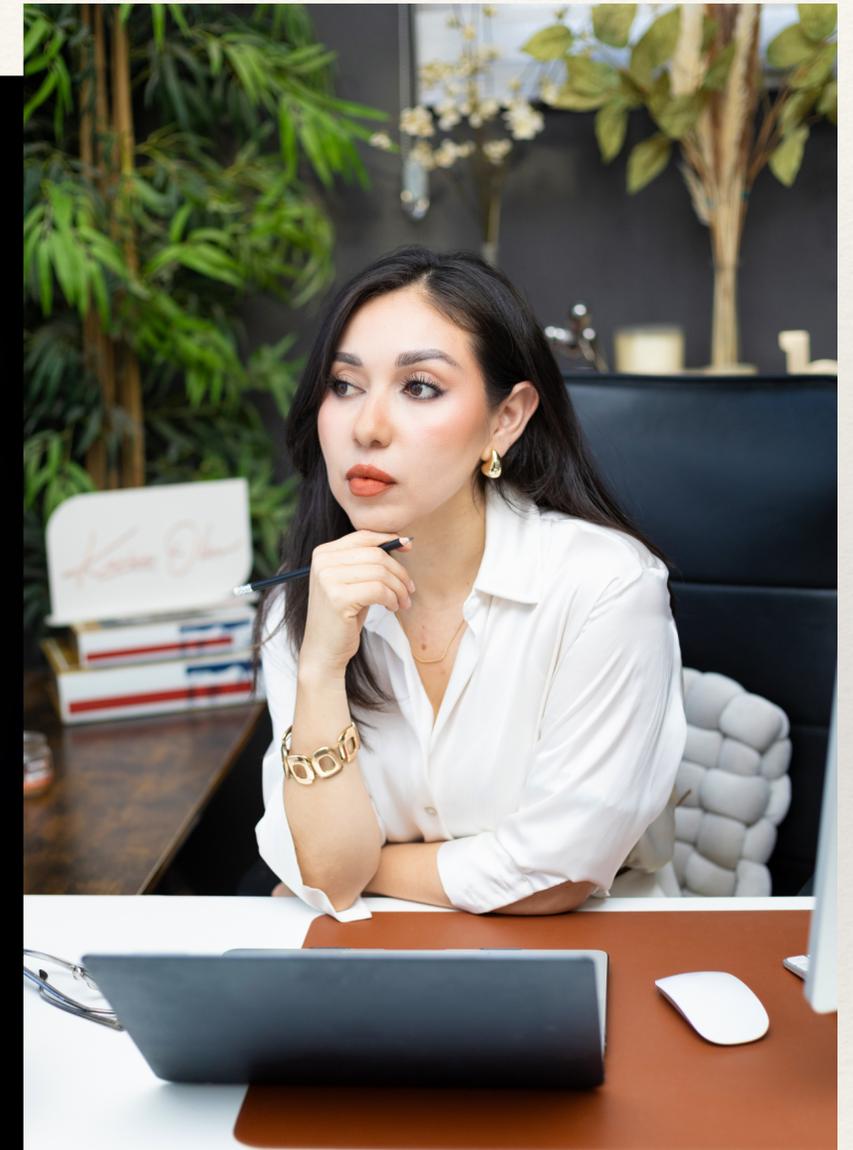
# CONTENIDO

---

- ❖ Introducción
- ❖ Qué es la Marca Personal.....3
- ❖ Cómo comenzar.....4
- ❖ Estructura.....9
- ❖ Imagen Branding .....20
- ❖ Plan de Acción.....21
- ❖ Plan Estratégico.....24

# QUÉ ES LA MARCA PERSONAL

- ❖ Todos creen saber como se construye una marca personal al repetir la frase de quién ha sido muy conocido por decir su visión de ello como fue:
- ❖ “Es lo que dicen de ti cuando no estás en la habitación”
- ❖ Eso es percepción 
- ❖ La Marca es por lo que TE COMPRAN por lo que se acercan a ti, por lo que TU representas para ellos. Tu evolución es parte de tu imagen, y como te ven te tratarán.



*Eres la Imagen de tu Organización*

## No eres lo que crees, sino lo que ven de ti

- ❖ El juego de la marca comienza en la construcción para dejar en superficie lo que realmente es el trasfondo de una marca, que sea visto y palpable así no solo será entendida y vista por ti, deja que otros con sus ojos vean lo que con los tuyos estás viendo. **Era de transformación.**
- ❖ Transmite la pasión que has encontrado para crearte como la Marca que aspiras.
- ❖ Quien te ve te analiza en micro segundos para juzgar si le gustas o no.
- ❖ No te esfuerces por mostrar lo que tiene que ser, sino quien verdaderamente eres.



# ¿Cómo comienzo con mi marca?

- ❖ Primer paso no busques la complejidad, iniciamos con lo siguiente:
- ❖Cuál es mi profesión - o qué es lo quiero vender de mi.
- ❖ Cuáles son mis fortalezas (identificalas)
- ❖ Cuáles son mis habilidades para presentarme en medios. (Digitales y no digitales)
- ❖ Cuales son mis mas grandes miedos en este medio para mostrar mi marca. (Identificalos)
- ❖ Cuáles son mis debilidades. (En conocimientos, actividades)

*Pasemos a registrarlo*



# ¿Cómo comienzo con mi marca?

- ❖ RESPONDE AQUI:
  - ❖Cuál es mi profesión - o qué es lo quiero vender de mi.
  - ❖ Cuáles son mis fortalezas (identificalas)
  - ❖ Cuáles son mis habilidades para presentarme en medios. (Digitales y no digitales)
- ❖ Cuales son mis mas grandes miedos en este medio para mostrar mi marca. (Identificalos)
- ❖ Cuáles son mis debilidades. (En conocimientos, actividades)





La clave para una **Marca Personal** esta en aquello que estás dispuesta a **construir** en ti, tu convicción y compromiso contigo misma, es tu evolución lo que hará que tu Marca sea Rentable, tu constancia que sea perdurable y tu disposición el que sea escalable.

*Karina Olivo*

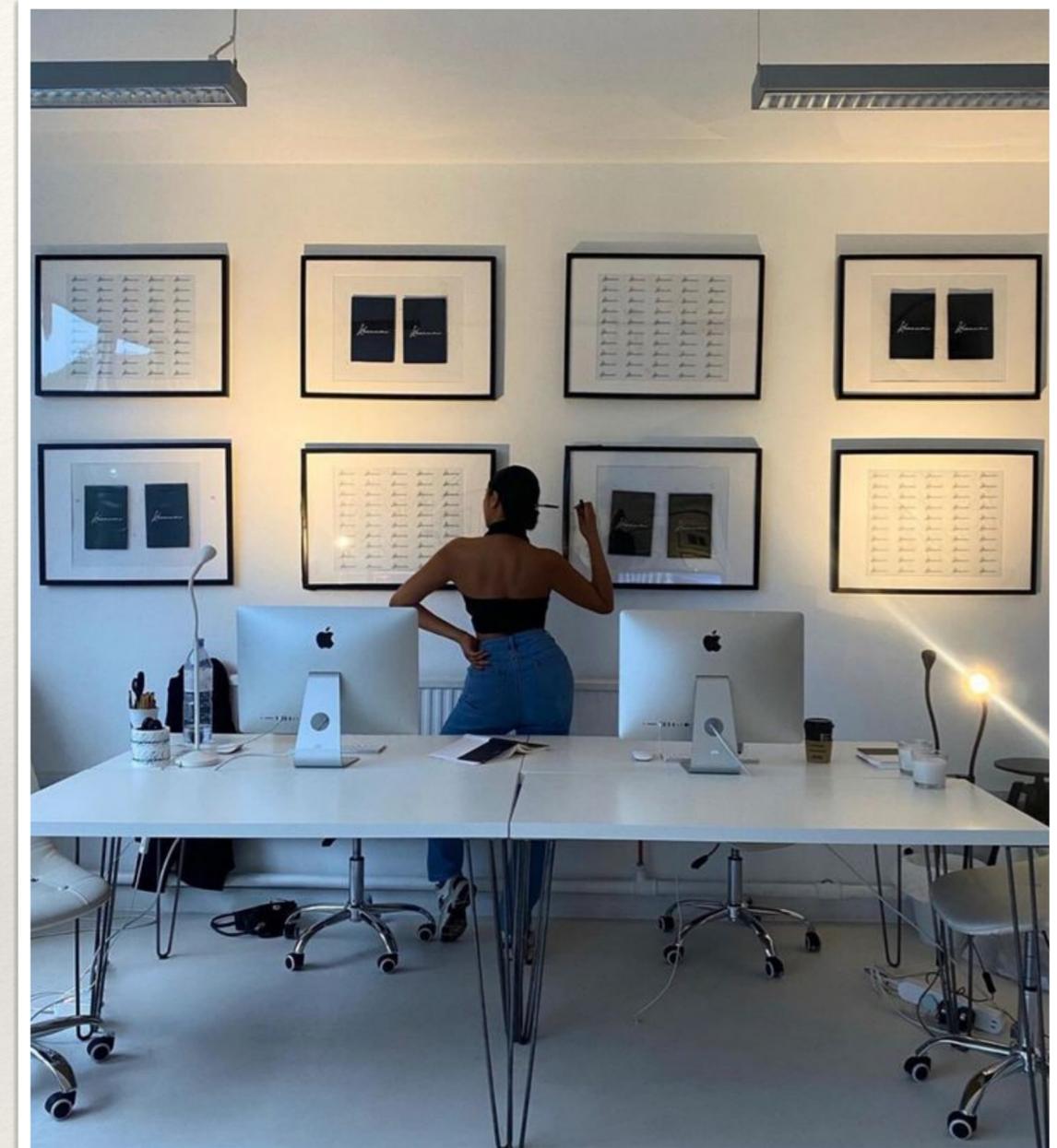
# & ahora qué sigue ..

## CLARIDAD Y ENFOQUE

---

La claridad y enfoque se convertirán en tema en el cual deberás **aferrarte**, evitar buscar o seguir cuentas para desarrollar tu propia esencia en una marca, crearás un plan de trabajo que te ayude a avanzar de forma eficiente si evitas distracciones.

El enfoque es para no perder la visión, evitar confusiones entre mejorar con cambiar, la visión se ajustará pero la esencia de tu visión es la que deberá de permanecer siempre.



# ESTRUCTURA

La estructura de una marca personal radica cien por cien en ti y lo que vas a desarrollar de ti como la marca, es decir,

- ❖ La integran tus valores, tus principios, tu ideología, tu visión, tus metas y objetivos, plan de negocios, estrategias, etcétera, por lo que ahora debes de definirlo detalladamente en el ámbito profesional y lo que de ti estarás puliendo para construir la esencia de tu marca personal como cada paso ejecutivo de tu negocio.
- ❖ Quién Soy, (quién eres hoy y en quién te estarás convirtiendo, lo que tu público objetivo y cliente final debe ver de ti hoy)
- ❖ ¿Por qué lo hago?, cuál es mi propósito de vida y de
- ❖ Qué slogan tengo o qué ideología me mueve, mi convicción más firme. Ejemplo: Marian Rojas Estape “como psiquiatra tengo la profesión más bella del mundo, vendemos felicidad” | Steve Jobs “Piensa fuera de la caja”



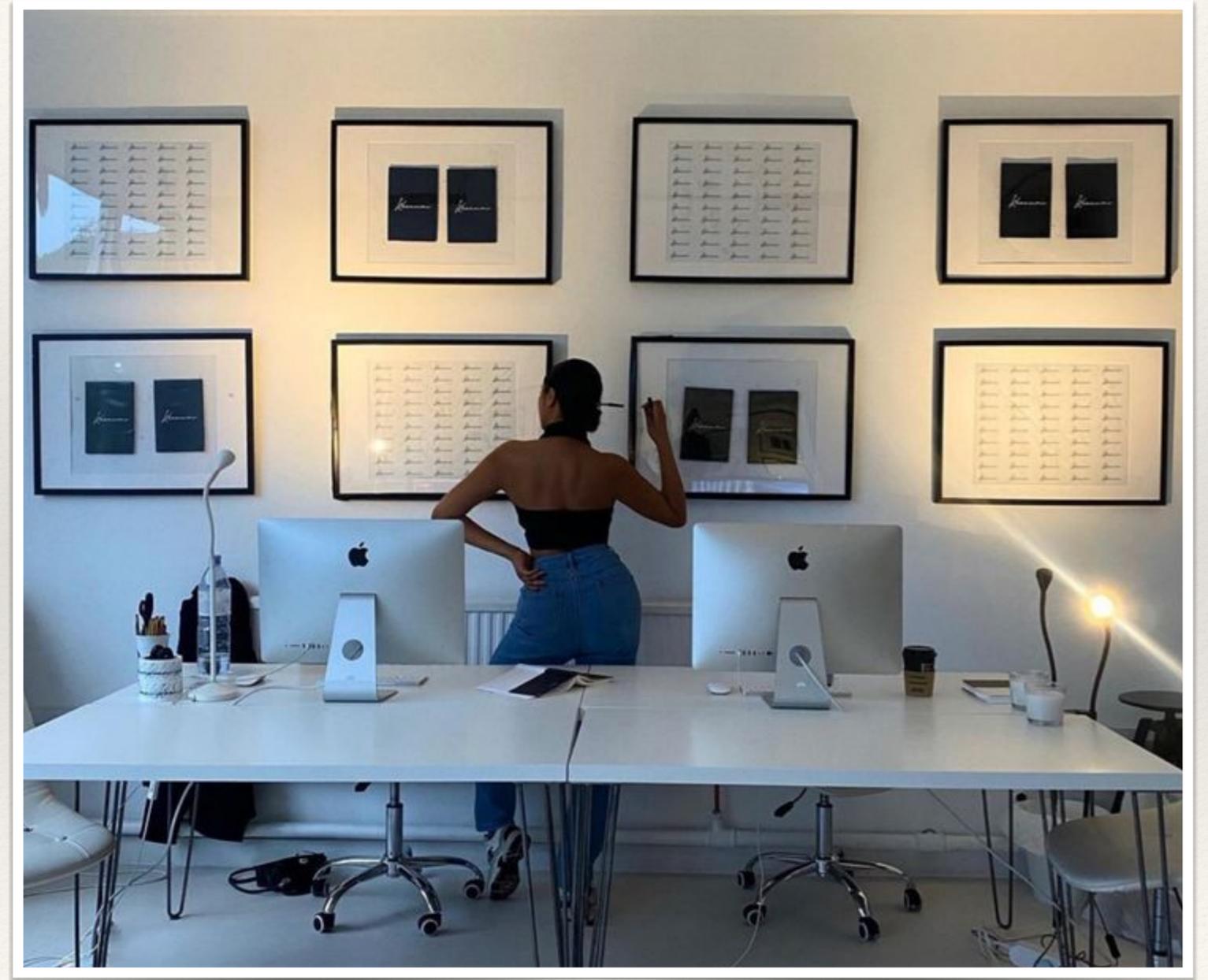
# ESTRUCTURA - Workbook

❖ Quién Soy, (quién eres hoy y en quién te estarás convirtiendo, lo que tu público objetivo y cliente final debe ver de ti hoy)

❖ ¿Qué quiero que se vea de mi?

❖

**Workbook**

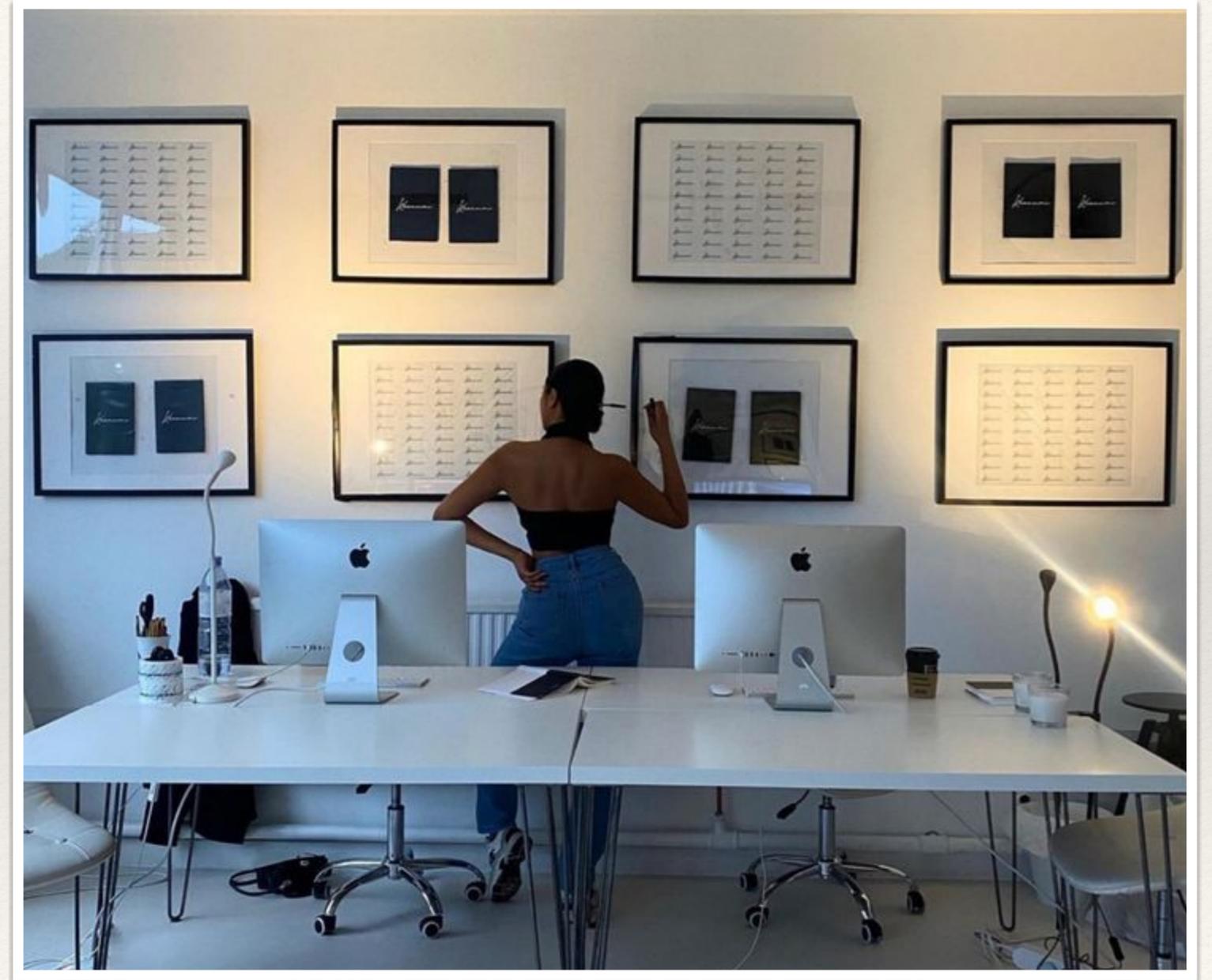


# ESTRUCTURA-Workbook

❖ Por qué lo hago, cuál es mi propósito de Negocio y de marca.

❖Cuál es mi propósito de Vida.

❖



# ESTRUCTURA

- ❖ Qué slogan tengo, o qué ideología me mueve, mi convicción más firme. Ejemplo: Marian Rojas Estape “como psiquiatra tengo la profesión más bella del mundo, vendemos felicidad” |Steve Jobs “Piensa fuera de la caja”

- ❖ Tu auto conocimiento es poder al crear tu Marca.



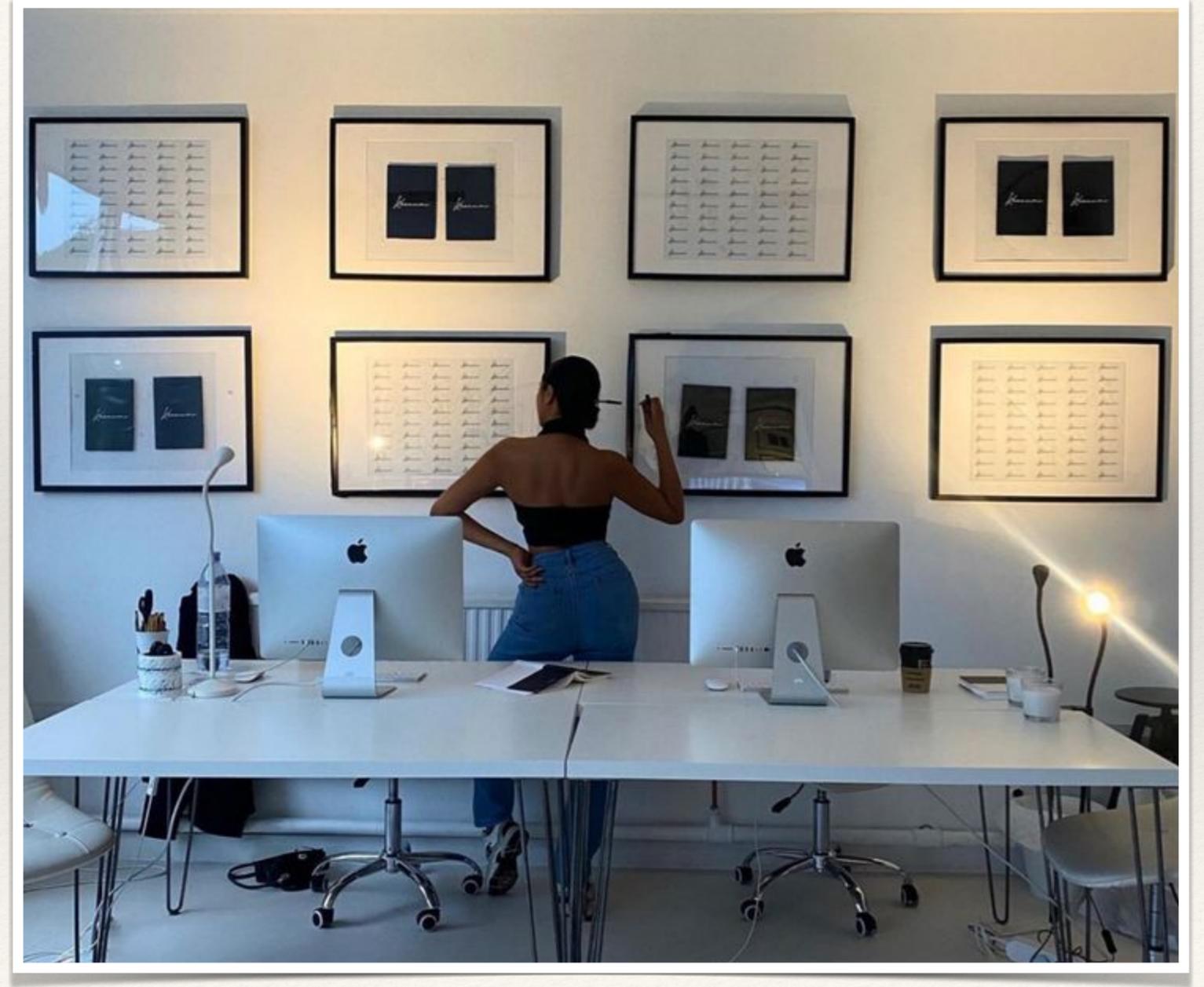
# ESTRUCTURA

- ❖ Para quién lo hago (define las características, necesidades, dolor que poseen)
- ❖ Qué valores poseo y defiendo
- ❖ Qué cultura de trabajo poseo
- ❖ Cómo me muestro ante los demás que sea congruente con quien soy cuando estoy a solas. ( Desde tu imagen hasta tu forma de hablarte)
- ❖ Lineamientos (qué límites poseo, Cómo trabajo, cómo me desarrollo, qué objetivos tengo a corto plazo en desarrollo personal,



# ESTRUCTURA

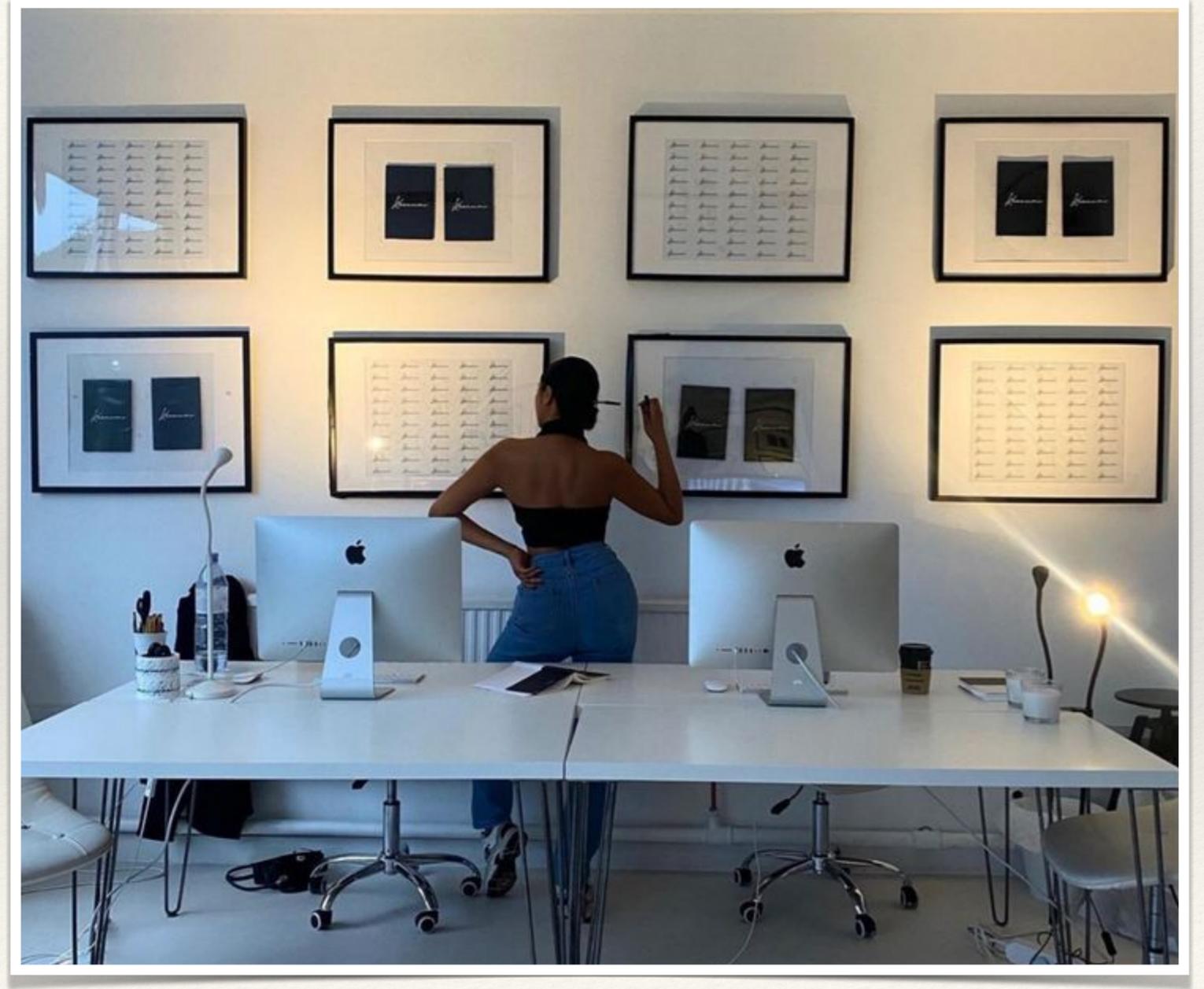
- ❖ Para quién lo hago (define las características, necesidades, dolor que poseen)



❖

# ESTRUCTURA

- ❖ Qué valores poseo y defiendo (como profesional)



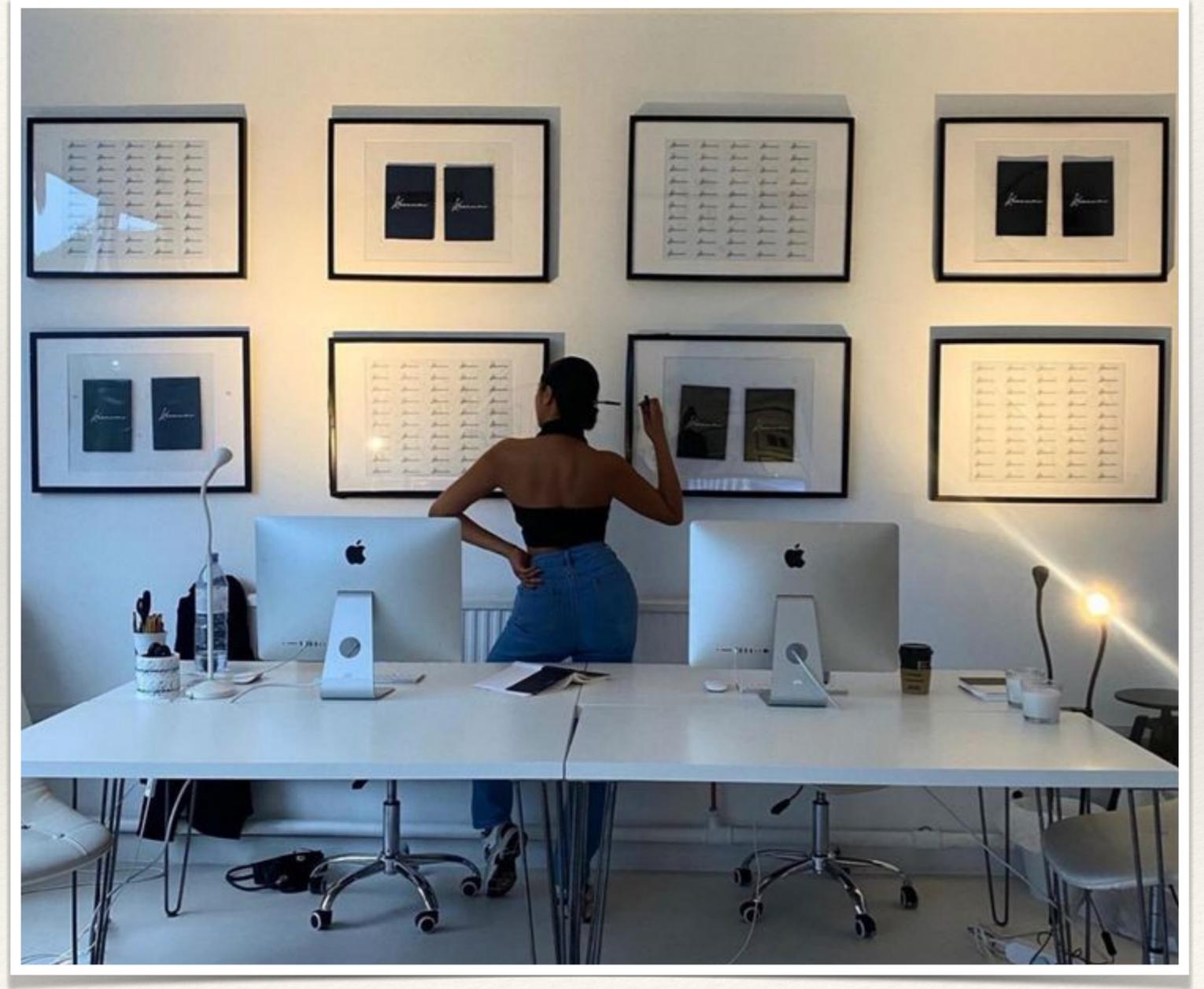
# Estructura

- ❖ Qué cultura de trabajo poseo. Describe tu ética y tu paso a paso en el orden de las cosas.



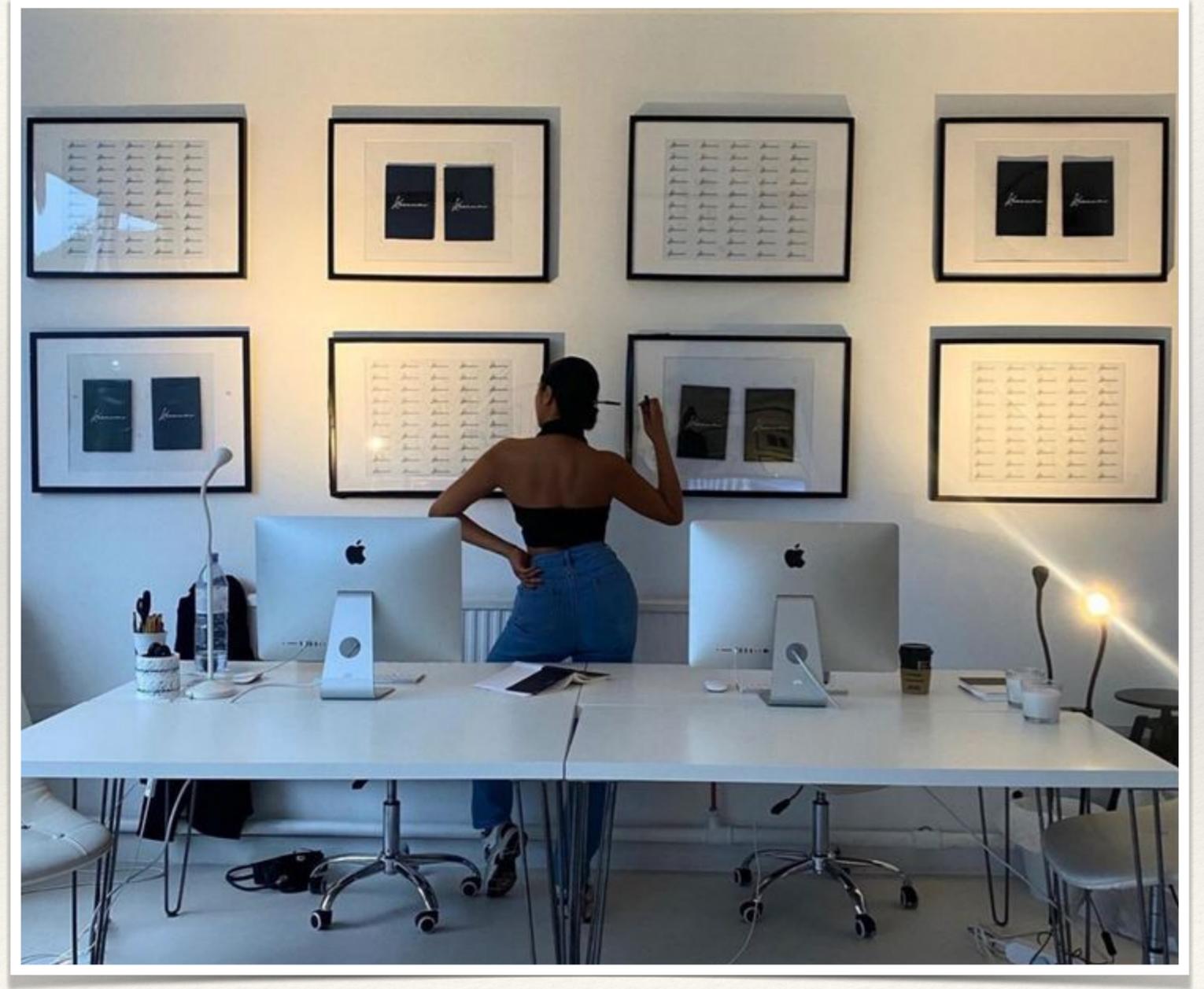
# ESTRUCTURA

- ❖ Cómo me muestro ante los demás que sea congruente con quien soy cuando estoy a solas. ( Desde tu imagen hasta tu forma de hablarte)



# ESTRUCTURA

- ❖ Construir una marca personal es un camino en el que tu visión profesional comienza a tomar forma cuando juntas cada palabra como un lineamiento y manual personal para darle vida a algo que se convertirá en tu compromiso hacía los demás, sin dejar de lado que inicia contigo y para ti misma. (Describe cuál es tu compromiso más grande en este proceso)



❖

# IMAGEN - BRANDING

- ❖ Tu imagen deberá de conectar con todo lo anterior, debes de comunicar en:
- ❖ Tonos, letras, voz, señales, etcétera para llevarla por una vía **congruente e identificable contigo.**
- ❖ Recuerda que lo que estás construyendo es tu versión deseable creíble vendible ahora tienes que hacerlo IDENTIFICABLE y DESEABLE.
- ❖ Tienes dos opciones para hacerlo, la 1ra a través de un profesional quien te realizará las preguntas adecuadas para ponerlo en marcha, la segunda es crear un collage de las marcas personales que ya comunican y son profesionales para identificar aquellos patrones que te comunican su fortalezas y líneas de empatía como ser deseable, juega con las tuyas crea bocetos hasta que logres integrar la que te representará o pondrá en lo visual tu nombre.



# IMAGEN - BRANDING

- ❖ Tu imagen juega un papel sumamente importante, déjame explicarlo con un ejemplo que nos lleve a hacer sentido con el significado real de la imagen en la marca personal.
- ❖ Ejemplo: Digamos que acudes a un restaurant a celebrar algo, vas a elegir el que consideras mejor para la ocasión, al llegar esperas una atención agradable atenta y eficiente, también buscarás que todo esté perfectamente bien ordenado, limpio, las mesas, las luces, la decoración y algo MUY importante esperas que el personal se encuentre uniformado o vestido para la ocasión, qué pasaría por tu mente si al pasar por la cocina te das cuenta que los cocineros no usan todos sus gorros, las filipinas que portan están desalineadas, observas los baños descuidados; ahora mismo tu percepción cambia de forma inmediata incluso desconfías de los alimentos, cuando vas con tu nutrióloga (ejemplo) y ella es sumamente cuidadosa en su persona pero al pararse observas que sus zapatos están muy descuidados, sucios también cambia tu percepción de la persona. Todo esto es imagen que comunica y vende o para la venta, es parte del generador de autoridad.



---

# PLAN DE ACCIÓN

---

- ❖ Crear el plan de acción será la base a dar marcha en la creación de estrategias, si te has dado cuenta aún no entramos en detalle del QUÉ VAS A VENDER, ¿sabes por qué? Porque primero es necesario crear la estrategia de AUTORIDAD de tu marca. Desde el momento que comienzas a darte a conocer ya se realizan juicios de ti.

# PLAN DE ACCIÓN

- ❖ Cómo voy a darme a conocer (Cómo voy a iniciar)
- ❖ Qué línea de comunicación emplearé. (Formato)
- ❖ Qué medios son los idóneos para mi marca. (RRSS Y MEDIOS DIGITALES)
- ❖ Con qué frecuencia. (Calendario)



Antes de pensar en tu Dream Life piensa en la de tu cliente

– *Karina Olivo*

---

# PLAN ESTRATEGICO

---

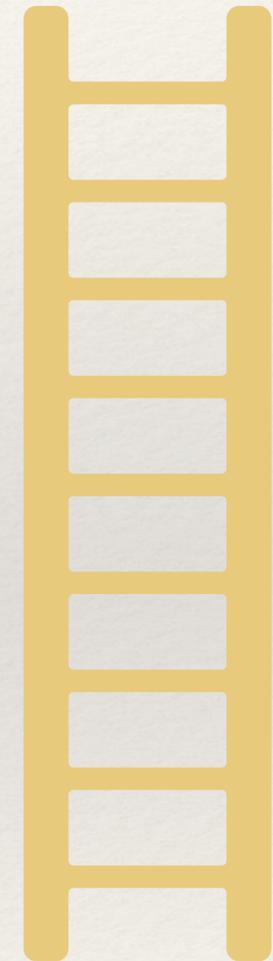
## TU PRODUCTO|SERVICIO

Crea la escalera de servicios de acuerdo a la escalera de valor que le suma tu cliente, piensa y crea Las soluciones que brindarás.

Inicia con uno de ellos:

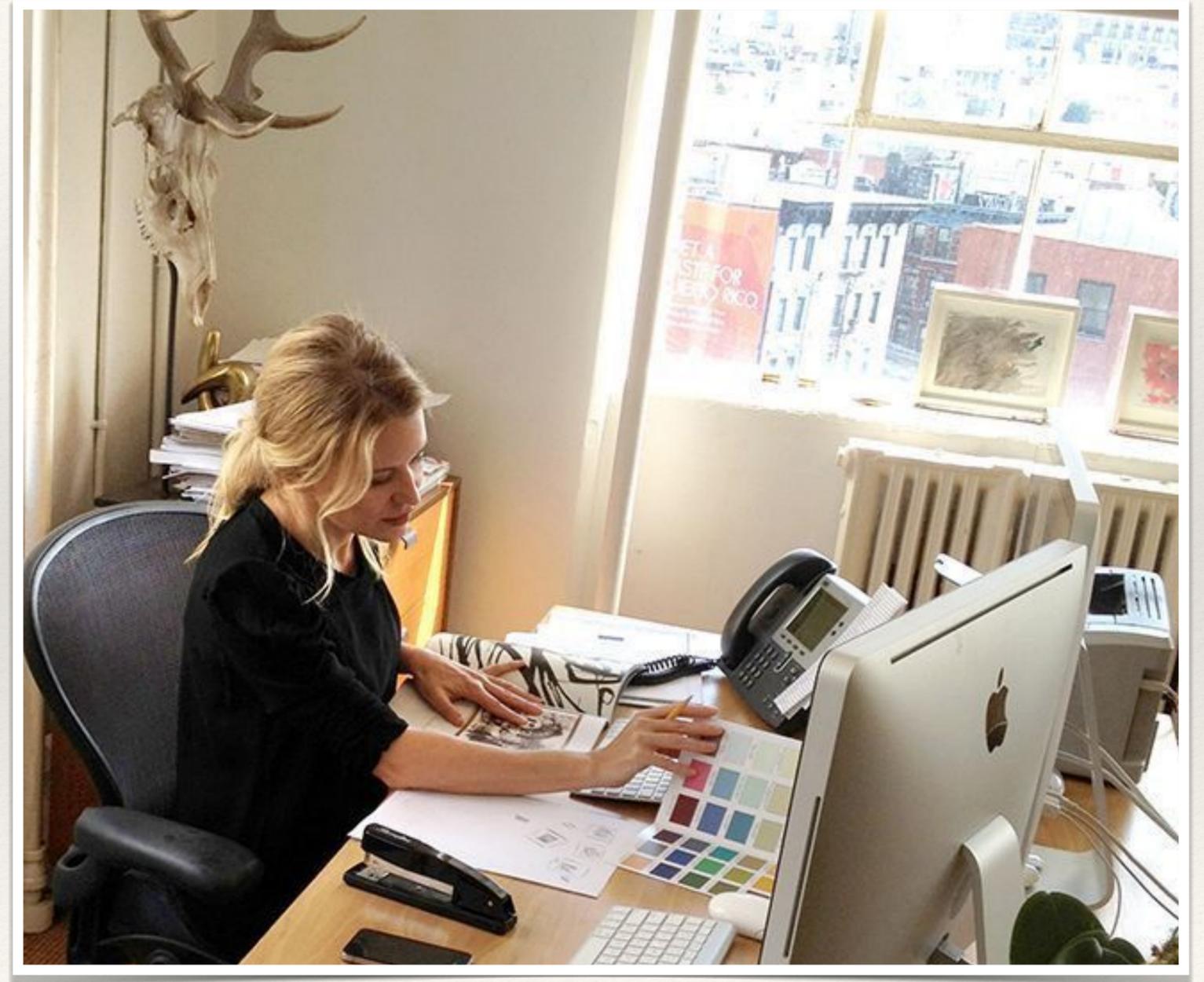
Servicio:

Solución:



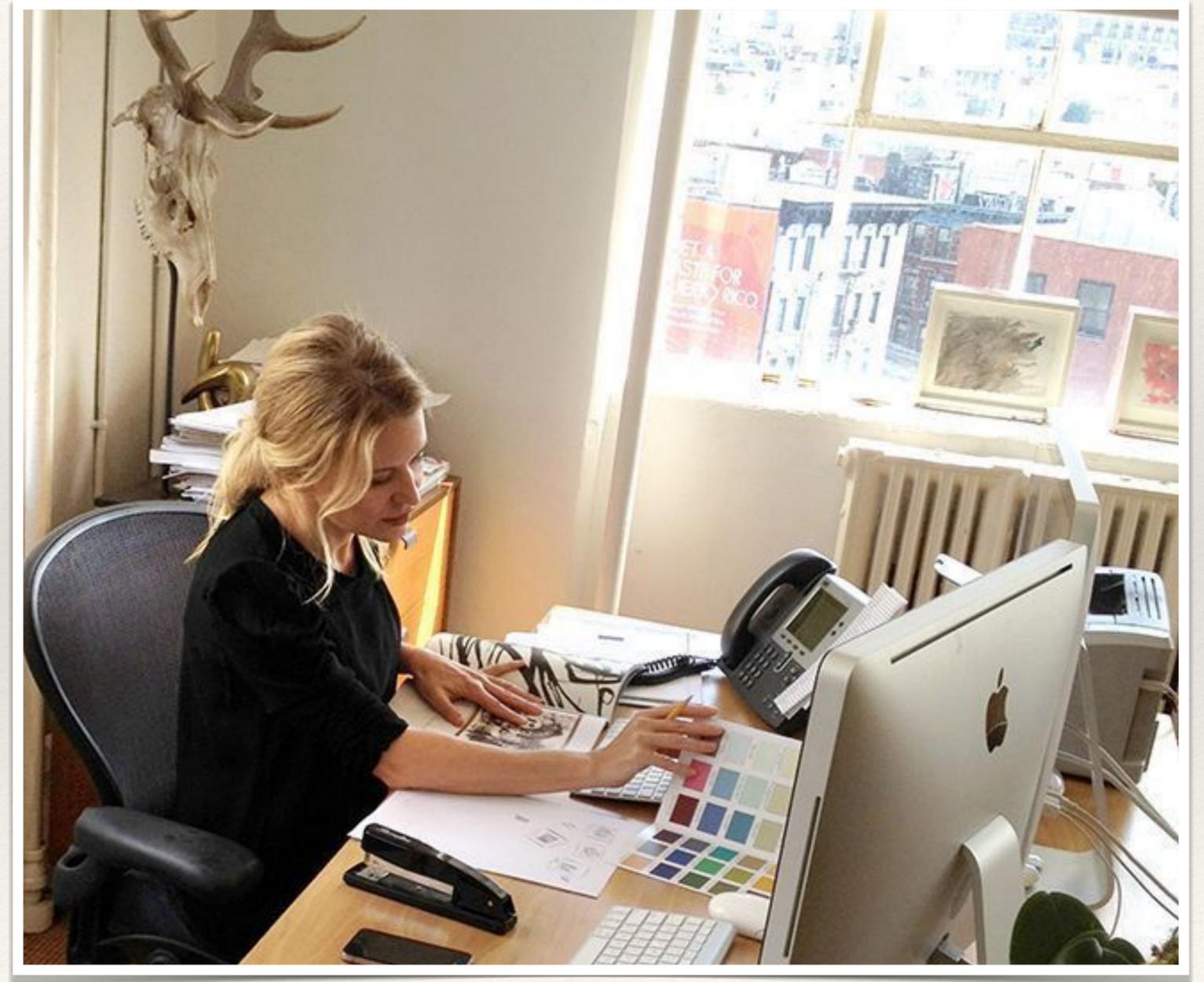
# LA ESTRATEGIA

- ❖ Aplicarás estrategias para cada parte del proceso, no pierdas de vista el resultado final que deseas cumplir en tu cliente.
- ❖ Considera el tiempo del proceso y la facilidad con la que deberá sentirse para tu cliente.
- ❖ Tu prioridad es construirle un camino mas simple y viable a tu cliente.



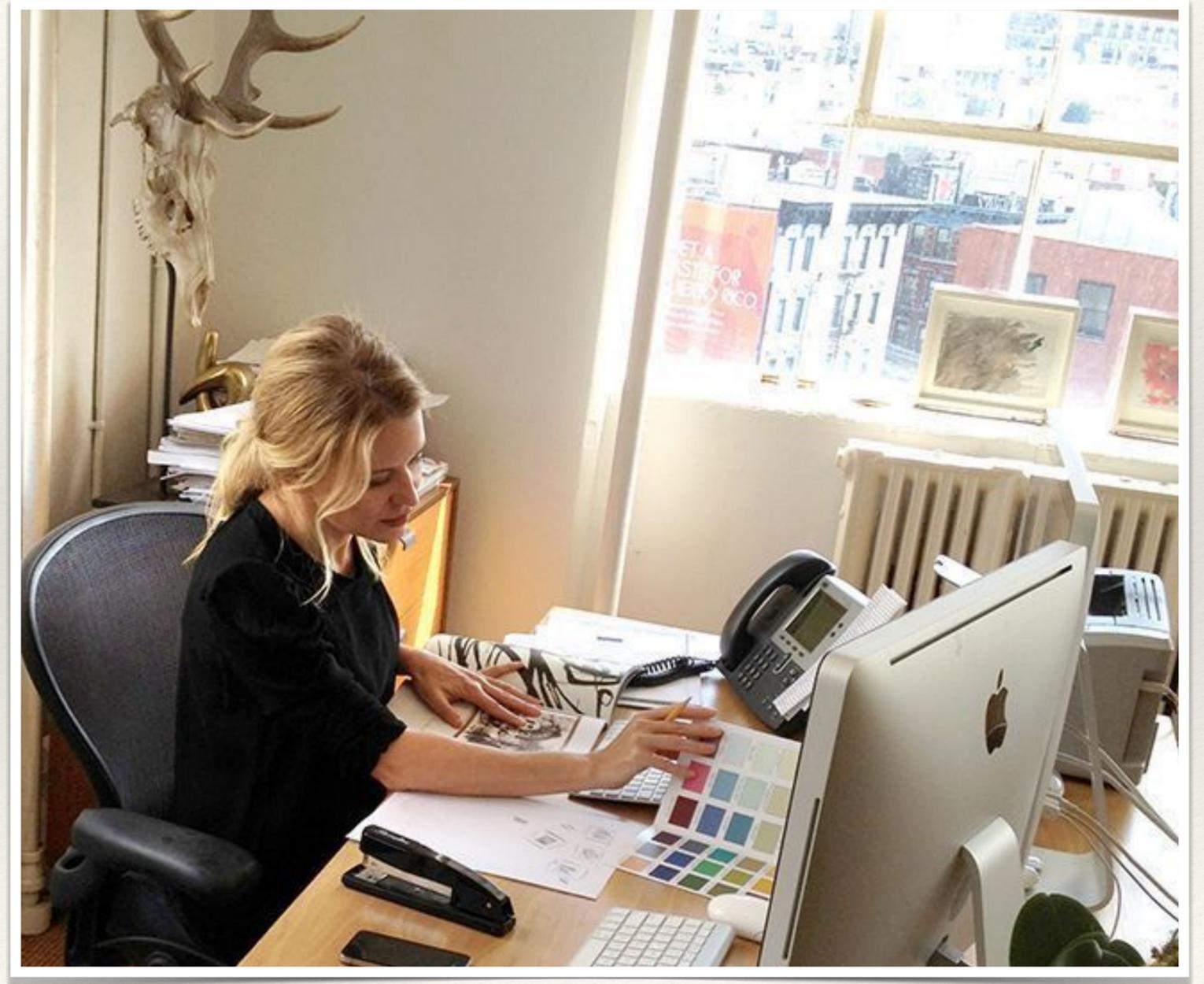
# LA ESTRATEGIA

- ❖ El juego de la estrategia lleva varios pasos y tácticas que deberás aprender a aplicar, en los que intervienen objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- ❖ Objetivos de venta, de la marca, del mismo servicio, etc.
- ❖ Planea en base al resultado que deseas replicar.
- ❖ Crea un Branding específico para tu nombre, tu marca considerando la reputación que deseas prevalezca referente a ti, la autoridad ya estarás forjando aplicando todo lo anterior.



# LA ESTRATEGIA

- ❖ La marca Personal posee alternativas de crecimiento exponenciales por lo que ***estarás abriendo puertas en todo tu camino***, tan solo note saltes tu estructura y cada 2 a 5 años como mínimo revisa para actualizarla de acuerdo a tu crecimiento y desarrollo.
- ❖ No temas mostrarte y mostrar todo lo que comuniqué tu base tu estructura como ser humano confiable, vendible y HUMANO.
- ❖ Si eres mentor, coach, speaker, realtor, profesionista (abogada, nutrióloga, etc) podrás aplicar perfectamente esta guía. No hay límites para vivir y capitalizar tus talentos y dones.



## Karina Olivo



*Maestra Karina Olivo - Capitalizando tus dones.*

Licenciada en Administración de Empresas, maestra en Administración de Negocios y Emprendimiento.

Más de 22 años siendo emprendedora, socia, profesional en el mundo de los negocios.

Me encantará ayudarte a capitalizar tu Marca [escribeme a karina@karinaolivo.com](mailto:karina@karinaolivo.com) con el asunto: AUTORIDAD o en mi lio tienes link a WhatsApp.