De Emprendedor a

PROFESIONAL DIGITAL

TU MARCA, ¿TE DEFINE?

argomedia

TU TALENTO, TU NEGOCIO

Introducción

"Marca personal o personal branding" es un concepto que nació de la mano del escritor y hombre de negocios, Tome Peters, en el año 1997; por una publicación llamada "The Brand Called You".

Este concepto hace referencia a "dejar huella en la mente de una persona", por lo que cuando se habla de "marca personal", se hace referencia a las estrategias que, como persona, de forma individual, pone en marcha para posicionarse en un nicho de mercado muy concreto.

Decidir considerarte a sí mismo(a) como un servicio/producto, pone el foco en las estrategias, formas o acciones que deberás realizar para posicionarte y alcanzar ventas.

Desarrollar una marca personal efectiva y con credibilidad te permitirá:

- ***Conocerte a ti mismo(a).*** Si no te conoces, ¿cómo puedes venderte?.
- Saber ***cómo actuar*** en cada situación.
- Saber ***cómo comunicarte*** con los demás.
- Saber ***qué metodología*** sigue tu negocio.
- Posicionarte como un ***experto*** en algo, como un ***referente*** en tu nicho de mercado.
- Al pensar en ti, ***te relacionen*** con tu profesión y tus actividades de negocios.
- Aprender a ***vender los beneficios*** de lo que haces.
- ***Aportar valor*** a tu comunidad, resolviendo problemas específicos.
- ***Diferenciarte*** de otras marcas, con tu toque único e inigualable.
- ***Crear contenid***o para tu web, redes sociales y demás plataformas educacionales.

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Clave 1: Define tu negocio

Como marca personal que eres, es importante que conviertas, en cierta en medida en un “Thougth Leader”, es decir, en un “líder pensador”, que quiero decirte, que tienes que convertirte en alguien que conoce muy bien su negocio, su nicho y tiene expertis sobre el tema que desarrollo o vende.

Recuerda: ¡Lanzarte a la piscina, no solo requiere que sepas nadar, también debes aprender a reconocer en qué momento es más adecuado solo flotar!

La creación de la marca personal, es un proceso que trasciende a tu actividad de negocio o lo que haces, es un proceso que te permite construir, explorar y tener claridad del valor que aportas a tu comunidad, comunicarte de manera efectiva y diferenciarte de otras marcas.

En este proceso trabajaremos con 3 elementos claves para definir tu negocio:

1. **Modelo de negocio + Categoría de negocio**
2. **Nicho**
3. **Diferenciación**

Elemento 1:
Modelo de negocio + categoría de negocio

La categoría de tu negocio tiene que dejar claro, la forma en la que ganas dinero.

Por ejemplo:

Si tu categoría de negocio es “YouTuber”, se sabe que su modelo de negocios, es monetización de sus videos (es decir, que YouTube pueda colocar anuncios en tus videos”, monetización de tu canal de YouTube con Google AdSense (esto, si el canal tiene un mínimo de1000 suscriptores y 4000 horas de reproducción), ¿ves? y todo eso lo sabemos solo con la categoría del negocio.

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Algunos ejemplos de categoría de negocios son:

- YouTuber
- Formador(a)
- Consultor(a) de negocios
- Community Manager
- Coach de vida
- Coach & trainer
- Director de Marketing
- Asistente virtual

Ahora te toca a ti, ¿cuál es tu modelo de negocio y tu categoría de negocio?

Mi categoría de negocio es:

Porque mi modelo de negocio es:

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Elemento 2:
Nicho de mercado

Tu nicho de mercado, es una cantidad de personas específicas a la cual educarás, formarás, crearas una relación de confianza y por ende podrás ofertar tus servicios.

Algunos ejemplos de nicho de mercado:

- Mujeres emprendedoras
- Hombres divorciados
- Personal trainer
- Medianas y grandes empresas
- Ejecutivos de alto nivel
- Freelancer
- Coaches de vida

¿Cuál es tu nicho de mercado?

Elemento 3:
Diferenciación

Una vez que definas tu modelo de negocio + categoría de negocio y tu nicho, es momento de analizar ¿qué te hace diferente?

El qué te hace diferente, no debe de ser algo concretamente innovador, sino que puede ser algo pequeño, sencillo, pero que incentive la confianza con tu comunidad, por ejemplo: el tono con el que hablas o desarrollas tus mensajes.

DE EMPRENDEDOR A PROFESIONAL DIGITAL | TU MARCA, ¿TE DEFINE?
ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Algunos ejemplos de diferenciación:

- Personalidad o marca
- Metodología propia
- Conocimiento especial
- Área de especialización

¿Cuál es tu diferenciación en el mercado de tu nicho?

- _____

- _____

Con lo que antes has descrito, desarrolla tu discurso, lo importante es que sea coherente e igual en todos tus medios de comunicación.

Por ejemplo:

1. Coach de vida especializado en ayudar a mujeres divorciadas a reforzar su autoestima y afrontar cambios con un programa online que aplica la metodología XYZ.

2. Escuela de inglés online para trabajadores hoteleros con suscripción mensual y clases grupales de conversación en directo.

Para crear el discurso anterior utiliza una de las siguientes fórmulas para construir ese mismo discurso:

1.

Categoría de negocio **+** *especializado en* **+** *nicho de mercado* **+** *diferenciación*

2.

Categoría de negocio **para +** *nicho de mercado* **con +** *modelo de negocio*

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Acá un ejemplo:

Community Manager

(Categoría de negocio)

Especializado en lanzamientos y embudos de ventas

(nicho de mercado)

Para la venta de cursos y programas

(diferenciación)

¿Cuál es tu discurso?

DE EMPRENDEDOR A PROFESIONAL DIGITAL | TU MARCA, ¿TE DEFINE?
ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Clave 2: ¿Qué te impulsa? ¿Por qué luchas?

La clave es crear identidad, tu negocio va sobre ti, y tu marca va sobre tu negocio.

Es por eso, que debes realmente saber qué te motiva y qué te hace transitar por el camino de emprender, de crear, de ayudar a otros.

Si ese camino lo tienes claro, podrás fácilmente identificar contenido para tu nicho, dolores, necesidades, problemas, beneficios, porque recuerda: **"creas comunidad, a partir de tus vivencias".**

Entonces,

¿Por qué luchas?

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

¿Qué te hace levantarte por las mañanas diariamente?

¿Por qué te levantas todos los días para ayudar a la gente con tu negocio?

¿Cuál es tu pasión?

DE EMPRENDEDOR A PROFESIONAL DIGITAL | TU MARCA, ¿TE DEFINE?
ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

¿Qué te motiva?

¿Por qué haces lo que haces?

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Clave 3: ¿Cuáles son tus 3 valores fundamentales? Tu columna vertebral

Toda marca personal, que va sobre una persona, tú, trabaja, colabora, imagina, crea, por una serie de vivencias, valores y creencias.

Para desarrollar un estilo o una identidad específica, es necesario que puedas identificar esos pilares (Valores) que te motivan a continuar, a rechazar un trabajo, una situación, etc.

Esa caracterización, te permitirá ser único(a) en tu nicho de mercado y tomar decisiones en cuanto a lo que deseas lograr y no a lo que desean que logres. Recuerda, que tu marca, va sobre ti.

Identificar tus valores, te permitirá tener claridad de:

- ¿Con qué valores quiero que la gente me perciba?
- ¿Con qué valores escojo ser y estar en este mundo?
- ¿Con qué valores me quiero definir en el mundo?
- ¿Qué significa ese valor para mí?

A continuación, te comparto una lista de valores. Escoge 3 valores y explica brevemente porqué identifican tu marca.

1. *Audacia*
2. *Altruismo*
3. *Alegría*
4. *Compromiso*
5. *Compasión*
6. *Competitividad*
7. *Cooperación*
8. *Creatividad*
9. *Confianza*
10. *Determinación*
11. *Devoción*
12. *Disciplina*
13. *Discreción*
14. *Eficacia*
15. *Eficiencia*
16. *Empatía*
17. *Entusiasmo*
18. *Igualdad*
19. *Pericia*
20. *Expresividad*
21. *Fe*
22. *Fidelidad*
23. *Honestidad*
24. *Honor*
25. *Humildad*
26. *Ingenio*
27. *Perspicacia*
28. *Inteligencia*
29. *Intuición*
30. *Liderazgo*
31. *Innovación*
32. *Profesionalidad*
33. *Amor*
34. *Lealtad*
35. *Obediencia*
36. *Originalidad*

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

37. *Piedad*
38. *Positivismo*
39. *Autocontrol*
40. *Prudencia*
41. *Desinterés*
42. *Confianza en sí mismo*
43. *Sinceridad*
44. *Honestidad*
45. *Responsabilidad*
46. *Solidaridad*
47. *Alegría*
48. *Puntualidad*
49. *Respeto*
50. *Lealtad*
51. *Generosidad*
52. *Compasión*
53. *Servicio*
54. *Amistad*
55. *Sensibilidad*
56. *Serenidad*
57. *Sencillez*
58. *Espontaneidad*
59. *Trabajo en equipo*
60. *Templanza*
61. *Gratitud*
62. *Tolerancia*
63. *Integridad*
64. *Comprensión*
65. *Visión*
66. *Modernidad*
67. *Frescura*
68. *Progresismo*

¿Qué valores representan tu marca personal? ¿Porqué?

Valor 1: _____

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Valor 2: _____

Valor 3: _____

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Valor 4: _____

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Clave 4: Qué pilares sostienen tu metodología?

Tu proceso, tu método o servicios, son un proceso, un camino, por donde invitas a transitar a las personas para que logren un objetivo.

Identificar los pilares que sostienen "eso que vendes" es esclarecer, no sólo los resultados, sino también el proceso por el cuál las personas conocerán y verán resultados.

Por ejemplo: En el caso de Argomedia, para el método de "Emprendedor a Profesional Digital", se trabajan sobre la base de cuatro pilares fundamentales:

Pilar 1: Audiencia / Nicho específico

Pilar 2: Comunidad / Personas

Pilar 3: Sistema Automatizado de ventas (Funnel)

Pilar 4: Mindset / Foco / Productividad

Define los pilares que rigen tu metodología:

Pilar 1: _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

DE EMPRENDEDOR A PROFESIONAL DIGITAL | TU MARCA, ¿TE DEFINE?
ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

Pilar 2: _____

Pilar 3: _____

Pilar 4: _____

ARGOMEDIA, INC | COPYRIGHT© 2022

argomedia