



MARCA PERSONAL POST COVID 19

EMPLEABILIDAD Y DESARROLLO PROFESIONAL
EN LA NUEVA NORMALIDAD

MANUEL SCHNEER / ELVIA ZACHER

INTRODUCCIÓN

Este momento que vivimos es muy especial y, como siempre sucede, uno puede tener una visión del vaso medio vacío o medio lleno. La oportunidad existe porque nos abre un espacio de tiempo para el análisis y la reflexión, para evaluar lo que hemos hecho y lo que hacemos. Para considerar con tranquilidad lo que haremos.

ESTE ES UN TIEMPO DE SATURACIÓN DE INFORMACIÓN Y DE PROPUESTAS DE TODO TIPO, ALGUNAS CORRECTAS Y OTRAS TOTALMENTE DESUBICADAS Y HASTA DELIRANTES

Si analizamos el contenido de tanta comunicación en las redes y los medios de información, vemos que esta crisis golpea muy fuerte a quienes esperan tener control y creen que existe un único camino viable a seguir en la vida. El Covid 19 nos ha dado una bofetada de realidad, demostrando nuestra vulnerabilidad como seres humanos y como sociedad, sumergiéndonos en esta crisis para obligarnos a reflexionar acerca de la validez de las formas e incluso de nuestras convicciones más profundas.

Hemos producido este contenido combinando nuestra diversidad, experiencias y aprendizajes, esperando que pueda ser de suma ayuda para quienes buscan introducirse en el mercado laboral por primera vez, aquellos a los que esta crisis los dejó sin trabajo, pero especialmente pensando en todas las personas que han tomado conciencia que su realidad poco se parece a lo que ellos desean y están viendo una oportunidad para reinventarse y empezar a construir la vida que desean.

¡Ánimo! esto pasará, lo superaremos y aprenderemos muchísimo

Sobre nosotros



MANUEL SCHNEER

Sociólogo y Psicólogo. Consultor especializado en marketing y marca personal. Director de Axios Business Consultants. Autor de los libros "Construyendo la propia marca" de Editorial Granica, "Tú eres tu propia marca" Editorial Norma; "Come Costruire il tuo Brand" Editorial Guerrini de Milán y "El equilibrio del Éxito" de Editorial Norma editados en Argentina, España, Italia y Colombia.



ELVIA ZACHER

Lic. en Administración de Empresas con amplia experiencia en multinacionales del sector financiero, telecomunicaciones y consultoría. Creadora de [DigitallyOnline.com](https://www.digitallyonline.com). consultora de marketing estratégico para negocios con sensibilidad que buscan potenciarse a través de los medios digitales. Especialista en transformación digital Docente y facilitadora.

AUTOCONOCIMIENTO Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL:

LA IMPORTANCIA DE DIAGNÓSTICOS CORRECTOS

Recordemos que:

- Hacer un diagnóstico correcto nos permite comprender donde estamos parados y ver posibles caminos futuros a emprender.
- Un diagnóstico incorrecto nos puede llevar a resultados desfavorables y a una pérdida de tiempo y esfuerzos.
- Para poder diagnosticar es necesaria una doble visión: hacia dentro de nosotros mismos y hacia el afuera, el contexto donde desarrollamos nuestro accionar laboral y profesional.
- Resulta fundamental contar con la información adecuada, por lo que es clave poder formular las preguntas correctas. La realidad es caótica y la ordenamos con las preguntas adecuadas.

PENSAR ESTRATÉGICAMENTE

- No quedemos pegados a los hechos del aquí y ahora. Proyectemos un futuro donde seamos protagonistas y no espectadores.
- Analicemos los cambios que afectan a nuestros mercados, segmentos, competidores y productos y servicios que se ofrecen, transformemos datos en información relevante.
- El tener configurado este futuro, con escenarios posibles, nos permitirá anticiparnos y lograr ventajas competitivas.
- La evolución de nuestro negocio puede tener diferentes rumbos, si podemos determinar hacia dónde va dicho negocio, estaremos en condiciones de prepararnos para enfrentar los desafíos futuros. Hay un negocio actual en el que estamos y otro futuro en el que queremos estar, éstos no siempre coinciden.
- Las variables del contexto impactan sobre nuestro negocio de diferente forma, poder apreciar cómo impactan y qué respuesta tendremos será clave.

UNA NUEVA NORMALIDAD

Hay que asumir que el mercado laboral configura una realidad muy diferente a la que afrontaron las generaciones anteriores:

- Tener trabajo asegurado para toda la vida hoy se asemeja más a ganar la lotería que una realidad
- La actualización tecnológica es una obligación, en cualquier profesión, todos podemos desarrollar una dimensión on line de nuestra profesión y hay una urgencia marcada por el mercado que nos incita a rentabilizarla
- Las profesiones tecnológicas son furor pero hay una creciente necesidad de perfiles que sepan coordinarlas y hacer de "traductores" entre las partes tecnológicas y las de negocio
- Los trabajos rutinarios tienden a desaparecer porque la automatización es una realidad, si no hay valor agregado está comprobado que las máquinas pueden hacerlo mejor
- Se necesita más empatía y capacidad de análisis en todas las profesiones para impulsar el cambio de los modelos masivos a los personalizados, si bien las capacidades técnicas no dan más oportunidades las habilidades blandas marcan la diferencia
- El mundo freelance es una realidad cada vez más común, especialmente por la filosofía de las generaciones más jóvenes y el avance de la tecnología, existe una oportunidad muy importante para las personas con muchas especialidades aunque claramente deberán empujar el cambio de mentalidad
- Tener dominio de idiomas ya no es un extra sino un imprescindible para cualquier profesión así como desarrollar habilidades de expresión oral y escrita
- El título no es garantía de nada, vale más la actualización y demostrar la flexibilidad de adaptación a diferentes ambientes laboral. La titulitis muestra deficiencias principalmente porque las metodologías y las herramientas pierden vigencia rápidamente, por eso crecen los formatos de capacitación on line, en modalidad no académica, más breves y ágiles, con una preponderancia de lo pragmático
- El mundo se enfrenta a clientes de todas las edades, y las organizaciones reúnen personas de distintas generaciones, hay que fomentar una buena convivencia entre los distintos modelos mentales para aprovechar las capacidades, experiencias y lo mejor de cada uno
- Cada vez más se deben tener en cuenta los valores de las organizaciones porque es un aspecto que no cambia, y que, frecuentemente son los mayores generadores de desmotivación y malestar

- Estos tiempos de teletrabajo forzoso ha demostrado a las empresas que esta nueva modalidad funciona, y que puede ser sumamente provechoso en distintos aspectos, por lo que probablemente los anime a probar otras modalidades de trabajo, por ejemplo en proyectos de duración determinada con especialistas multiculturales, ajenos a la organización, que les brinden una mirada más objetiva y experiencias en ámbitos diferentes
- La única realidad es el cambio, ya no podemos exigir o esperar estabilidad o predictibilidad, deberemos acostumbrarnos a movernos en contextos convulsos, cuestionar todo y estar abiertos a nuevas alternativas

ALGUNAS PREGUNTAS CLAVE SOBRE NOSOTROS

- ¿Se cuál es mi objetivo y qué es lo que quiero en los próximos tiempos?
- ¿ Estoy en el negocio adecuado? ¿ Mis mercados y segmentos que atiendo son los correctos?
- ¿ Soy competitivo? ¿ Utilizo la tecnología adecuada?
- ¿ Son mis productos y servicios diferentes a los de la competencia o soy uno más en la multitud de ofertas que existen?
- ¿ Me estoy capacitando adecuadamente para ser más competitivo? ¿ Tengo acceso y manejo la información adecuada y actualizada respecto de mi negocio?
- ¿ Me estoy comunicando adecuadamente? ¿ Cómo estoy posicionado, cómo me ven los clientes actuales y potenciales? ¿ Estoy utilizando las herramientas de adecuadas?

AUTOEVALUACIÓN: un ejercicio personal

Parece algo que cae de maduro pero sin un objetivo bien definido y claro es imposible avanzar, por esto es imprescindible determinar:

¿A DÓNDE QUIERO LLEGAR?	Escribe tu objetivo profesional y personal...
¿QUÉ TIPO DE VIDA QUIERO TENER?	¿Deseo formar una familia? ¿Viajar? ¿Conocer mucha gente?
¿CUÁNTO DINERO NECESITO GANAR POR MES /	Cuantifica, para poder trazar un plan hay que especificar al máximo

AÑO? ¿ES VIABLE LOGRARLO EN EL MERCADO AL QUE PIENSO DIRIGIRME?	
¿QUÉ TIPO DE VIDA PROFESIONAL QUIERO: TENER UN TRABAJO O MONTAR UN NEGOCIO?	Analiza cuidadosamente y determina los puntos positivos y negativos de tu opción Luego de haber hecho este análisis ¿Sigues pensando lo mismo?
¿QUIÉN ES MI CLIENTE OBJETIVO?	Describe detalladamente a tú cliente, edad, dónde se encuentra, cómo es su situación económica, que busca, cuáles son sus deseos, qué insatisfacciones tiene
¿QUÉ HABILIDADES NECESITO TENER PARA DESEMPEÑARME EN EL ÁMBITO PROFESIONAL ELEGIDO?	¿Cuáles son las que tengo y cuáles las que tendré que desarrollar?

UN RECORDATORIO DE MARKETING Y VENTAS

- Una objeción habitual es “ no sé cómo venderme” y esto es colocar a las ventas como la primer prioridad en tu accionar de negocios.
- Pero lo que pocos se preguntan es “ como hago para que me compren”, en lugar de cómo hago para salir a vender.
- Lo importante es tener visibilidad y que tus clientes, mercados y segmentos perciban tu existencia y el carácter diferencial de tus productos y servicios.
- Tus productos y servicios no son para todos, esto es imposible. De ahí la importancia de la segmentación, es decir poder definir los clientes potenciales, mercados y segmentos donde tienes mayor posibilidad de ser exitoso.
- El posicionamiento es fundamental, ¿ cómo quieres que te vean? ¿ qué imagen quieres proyectar? ¿Cómo te presentarás públicamente?
- Y las herramientas de comunicación que definas serán clave: ¿ cómo harás tu red de relaciones? ¿Cómo utilizarás las redes sociales? ¿ Cuánto te expondrás personalmente en tus contactos?
- Y será fundamental que planifiques, que configures un plan mínimo de acciones que te permitan estar presente competitivamente en tus mercados y segmentos.

TU MARCA PERSONAL

- Tu marca personal es lo que te permitirá diferenciarte.
- Configurar tu marca implica diseñar los puntos clave sobre los que asentarás tu perfil: quién eres, por qué eres diferente, que beneficios tendrán tus clientes al contratarte y qué personalidad quieres transmitir.

- Recuerda que si eres indiferenciado, estás sujeto a la guerra de precios. Si tus clientes te son fieles y te reconocen aceptarán pagar un precio mayor por tus productos y servicios.
- En un momento donde todos se imitan los unos a los otros, tener un perfil diferente marca una diferencia enorme al posicionarte.

MARCA PERSONAL EN EL MUNDO ON LINE

Después de haber visto una migración masiva forzosa al ámbito on line debido al cierre de los canales presenciales nadie puede dudar que debe tener presencia en Internet es imprescindible, ya sea que busquemos un carrera corporativa o desarrollar un proyecto propio.

A la hora de pensar en nuestra exposición pública cabe hacer algunas recomendaciones:

- Si deseamos utilizar de forma diferenciada las redes sociales algunas para publicitarnos profesionalmente y otras para nuestra vida personal y social, hay que destacar que los buscadores no harán esta distinción. Cuando alguien introduzca nuestro nombre (una práctica muy común especialmente entre reclutadores y responsables de selección de personal) llegará a toda la información acerca de nosotros que se encuentra expuesta en Internet, siendo los datos de las redes sociales los que aparecerán entre los primeros resultados de la búsqueda. Para evitar una sobreexposición de la vida personal es recomendable cuidar la configuración de seguridad de perfiles y publicaciones, de modo de controlar quien puede ver cada una de ellas.
- Evitar el efecto "Tinder" asegurándose que la imagen que exponemos se corresponda adecuadamente con la realidad, evitar fotos antiguas o con mucho "ruido" que dificulte que las personas nos reconozcan. Esto aplica también a Whatsapp, si utilizamos un único teléfono para el ámbito personal y el laboral, debemos evitar utilizar imágenes impersonales, consideremos que en muchos casos será de las primeras referencias que cuenten aquellas personas que buscan hacerse una imagen nuestra.
- Coherencia. Cualquier publicación o referencia a nuestra marca o trabajo debe mantener una misma línea, una correspondencia. Parece una obviedad pero en muchos casos se subestima, lo que decimos de nosotros debe corresponderse con la imagen que proyectamos en los diferentes lugares sino provoca desconfianza.

¿QUE LUGARES SON MEJORES PARA PUBLICITARME?

Tal como venimos hablando, debemos tener presencia donde está el cliente potencial, cuestión que nos obliga a determinar quién es, qué hábitos tiene, cómo se informa, dónde busca cuando tiene una duda o necesita

encontrar algo en especial. En esa línea, uno debe optar por tener presencia en las redes sociales donde sus clientes o las personas que realizan búsquedas y selección de talento se encuentran.

Existe un amplio abanico de aplicaciones que pueden ser útiles para comunicarse pero debemos ser conscientes que es muy difícil mantener y dotar de contenido muchos espacios, por lo que nuestra decisión debe concentrarse en los lugares que mayor retorno a nuestra inversión de tiempo y esfuerzo pueden llegar a hacer como principio de eficiencia.

Quizás uno de los primeras consideraciones debe centrarse en qué edad tienen nuestra audiencia objetivo, ya que está demostrado que la utilización de redes sociales y aplicaciones varía sustancialmente en torno a esto. Por ejemplo Facebook está más vinculado a mayores de 35 mientras que Tik Tok cuenta con un público más joven y se asocia más a entretenimiento.

Hoy contar con un perfil en LinkedIn es irrenunciable, la red social profesional por excelencia es la referencia a la hora de buscar especialistas o perfiles que se adhieran a las competencias exigidas. Por eso debemos mantener actualizado nuestro espacio allí, hacer networking e incluso mostrarse activo compartiendo tanto contenido propio como material relevante en el sector donde uno busca posicionarse.

Las páginas web y los blogs también forman parte del pack imprescindible. Los sitios web son una nueva versión mejorada de los tradicionales currículum vitae, fundamentalmente porque permiten enriquecer el relato con contenido multimedia, disminuir al máximo los textos y exhibir evidencias de cómo nos desempeñamos profesionalmente, qué trabajos y éxitos hemos conquistado hasta ahora. En este sentido hay dos cuestiones clave: la capacidad de comunicar de forma eficiente pero sobre todo amena y el diseño de usabilidad de la web, es fundamental que la persona que pasee por ella sienta que puede hacerlo de forma fluida, sin problemas ni complicaciones visuales y técnica.

Al momento de elegir una dirección en internet, vale la pena invertir para reservar dominios, y hay dos opciones más recomendadas:

- Nuestro nombre y apellido punto com
- Una construcción de palabras clave que representen el campo de acción donde nos desempeñamos

REDES SOCIALES MASIVAS

En relación a los canales digitales abordaremos los masivos, porque concentran un mayor número de la audiencia on line, aunque no hay que restar importancia a aquellas aplicaciones que aún no teniendo grandes volúmenes de tráfico se han concentrado en determinadas áreas y que pueden ser muy útiles para el networking y exposición de perfiles profesionales muy especializados.

- **Facebook** será útil profesionalmente si tenemos una página desde donde exponemos lo que hacemos, sobre todo porque ya que tiene aplicaciones específicas para realizar publicidad e interactuar con la audiencia además de brindar una batería de indicadores muy útiles para evaluar nuestro desempeño y nuestro mercado. Un perfil personal no es recomendable pues su alcance y funcionalidad son limitados.
- **Twitter** como plataforma de microblogging su verdadero potencial está vinculado a profesiones individuales como especialistas, periodistas, comunicadores. Es sumamente útil para informarse, descubrir tendencias y hacer networking a la vez que se puede activar la difusión de las producciones propias desarrolladas en otros canales
- **Instagram**, es la estrella que más brilla en estos últimos tiempo, concentra mucho tráfico de perfiles muy variados de personas aunque la mayoría lo toma como un punto de esparcimiento. Su formato facilita la navegabilidad y el contenido que allí se encuentra está vinculado con la dimensión estética, por esto es mucho más propicio para quienes tienen productos físicos o producen tangibles. La conocida Pinterest puede asemejarse mucho pero en los últimos tiempos ha perdido bastante atractivo entre los usuarios.
- **Youtube** es la plataforma para compartir contenido audiovisual más relevante a nivel global porque ayuda a optimizar el posicionamiento orgánico (SEO), este es el motivo por el que ha crecido exponencialmente en seguidores y aún más su tiempo de uso. Hay que destacar que, el uso de Internet, ha deteriorado mucho la capacidad de concentración de las personas y el tiempo que dedican a leer en Internet se sigue reduciendo, por eso los formatos interactivos y dinámicos, enriquecidos visualmente, son una buena alternativa para llamar la atención. El éxito radica en la capacidad de producir contenido audiovisual de calidad, con buen sonido, pero sobre todo que quien expone tenga buena relación con la cámara, sea atractivo, llame la atención en su sector y cuente con una buena capacidad de oratoria, siendo capaz de condensar en poco tiempo temáticas de interés y pragmatismo. Hay que considerar que otras plataformas de video blogging también están aumentando su participación en el mercado, ya sea el formato stories de Instagram de duración muy acotada o también Instagram TV para videos más extensos.

Cabe destacar que, en función a nuestro campo de acción profesional y la capacidad de comunicación que poseamos otras soluciones también pueden enriquecer nuestra estrategia de difusión y comunicación con clientes. Por ejemplo, hay que considerar que si somos buenos comunicadores el formato podcast puede ser un excelente medio de entablar un vínculo recurrente y frecuente, ya que ha demostrado que el número de usuarios crece de manera sostenida, y manifiestan hábitos de uso intensivo y gran fidelidad.

La nueva normalidad que deberemos enfrentar también nos exige abrazar la virtualidad en la comercialización por lo que deberemos ser eficientes en elegir canales que nos permitan llegar a los clientes, concretar ventas e incluso prestar servicio a través de Internet. La realidad nos ha demostrado que quienes han podido salir mejor parados de esta situación crítica son aquellos que ya tenían un tienda on line que les permite seguir obteniendo ingresos aún cuando no puede haber presencia física, y continuar ejerciendo su labor a distancia. En los próximos tiempos todos deberemos fortalecer este aspecto profesional

FRECUENCIA RECOMENDADA DE PUBLICACIONES POR CANAL	
	<i>Hasta 3 semanales</i>
	<i>2 semanales</i>
	<i>Una publicación diaria</i>
	<i>Uso diario, admite publicaciones recurrentes</i>
	<i>Una o dos semanales, idealmente respetando días y horas de publicación para facilitar una rutina</i>

FUTURO: ALGUNOS CONCEPTOS CLAVE SOBRE TU PROYECTO

- Desarrollamos un proyecto personal y un proyecto profesional/laboral, y ambos tienen que confluir en un proyecto de vida.
- Dicho proyecto de vida debe buscar un equilibrio entre el proyecto personal y el profesional/laboral. Esto está directamente relacionado con la calidad de vida que quieres tener.
- Pero además la definición de un sentido para tu vida, aquellas cosas que te dan mayor satisfacción y que constituyen un agregado de valor para ti mismo y tu entorno familiar y comunitario serán elementos fundamentales para estar en paz contigo mismo y con la alegría de estar en el camino adecuado.
- Tu vida se compone de diferentes planos y buscas desarrollarlos: tu profesión, tu familia, tu economía, tus afectos; pero este desarrollo no es a cualquier precio. Por eso es importante diferenciar el “éxito” del “logro”. El éxito puede ser efímero, el logro te da una satisfacción interior por haber alcanzado tus objetivos.
- Recuerda no hay una fórmula única para alcanzar el éxito, pero tu felicidad llegará sólo si logras tener la vida que quieres

¿TE GUSTÓ?

Estamos ansiosos por saber tu opinión, para escribirnos sólo tienes hacer [click aquí](#)