

@Raquelroca



## HABILIDADES

¿Qué puedes hacer?  
¿Qué talentos, habilidades y conocimientos tienes?

### ENUMERA LAS MÁS RELEVANTES:

- Talentos innatos (lo que se te da bien)
- Habilidades prácticas (relacionadas con lo que ofreces)
- Otras habilidades (emocional, organizacional, social, etc.)
- Conocimiento, experiencia, conocimiento del área (relacionado y específico con lo que ofreces)

(Atributos): "Soy una persona muy..." Responsable, creativa, eficaz...  
(Habilidades) "Trabajando soy..." Capacidad de negociación, comunicación...



## IDENTIDAD

¿Quién eres?  
¿Qué te hace una persona especial a los ojos de tu Audiencia?

### CATEGORÍAS:

- Rasgos de tu personalidad
- Conocidos, red de personas y relaciones especiales
- Historia/herencia personal y profesional
- Cultura, intereses, pasiones, causas en las que crees
- Creencias, desafíos personales, ambiciones, valores
- Propósito (el último motivo o razón detrás de tus acciones)
- Visión (en quién te gustaría convertirte a mediano o largo plazo en el futuro)

## SECTOR

¿En qué área compites?  
¿cuál es tu mercado?



## MOTIVOS PARA CREER

¿Por qué la gente cree en ti?  
¿Qué tienes para que tu audiencia confíe en ti?

### ENUMERA HECHOS QUE PUEDAS PROBAR:

- Experiencia profesional, portfolio
- Resultados profesionales, cifras
- Cobertura mediática y/o citas
- Opiniones escritas y/o respaldo de personas de renombre
- Diplomas, certificados, prácticas
- Trabajos académicos, publicaciones (libros, artículos, etc.)
- Iniciativas y/o proyectos
- Estadísticas en las Redes Sociales...



## PROFESIÓN

¿Qué es lo que haces y como lo haces?  
Describe tu profesión o tipo de servicio que ofreces

### ELEMENTOS:

- Profesión (puesto de trabajo, papel, tareas especiales, servicios, etc.)
- Enfoque (especializado en, enfocado en, multidisciplinar, no convencional, a medida, etc.)
- Tipo de relación con el cliente (presencia física, a distancia, autoservicio, asistencia personal, etc.)
- Proceso de compra y venta (rango de precios, método de pago, etc.)
- Tipo de contrato de trabajo (si es aplicable y relevante)



## PROMESA

¿Qué le prometes a tu audiencia?  
¿Qué problemas deberían pensar que puedes resolver?  
¿Qué deseos deberían pensar que puedes satisfacer?  
¿Qué emociones deberían sentir cuando se relacionan contigo?  
¿Qué tipo de persona/organización les inspirarías a ser?

### BENEFICIOS:

- Funcional (problemas resueltos, riesgo reducido, reducción de costes)
- Emocional (sentirse más: a salvo, relajado, libre, competente, seguro, motivado, tranquilo)
- Experiencial (experiencias optimizadas o transformadoras, incremento en la utilidad, mejoras a nivel de actuación)
- Cultural (ideas que serán aprendidas, valores personificados)
- Social (sentirse más: reconocido, amado, respetado, conectado a otros, aceptado, admirado, importante, etc.)
- Aspiracional (el tipo de persona/organización que ellos piensan que podrían llegar a ser)
- Autoexpresión (el tipo de imagen que serías capaz de comunicar)



## POSICIONAMIENTO

(¿Por qué tú?)  
¿Qué elemento enfatizas para diferenciarte y así ser considerado por tu Audiencia?

### ELIGE EL ASPECTO MÁS RELEVANTE, CREÍBLE E IMPORTANTE DE LAS SIGUIENTES OPCIONES:

- Valores (especiales e inspiradores en los que crees que influyen todo lo que haces)
- Recursos (cosas especiales, tecnología, y tu valor añadido)
- Oferta (tu enfoque personal, aspectos concretos de las cosas que ofreces que te diferencian de los demás)
- Habilidades (las cosas que haces particularmente bien)

Objetivo (grupo específico de personas y organizaciones en las que te enfocas)



## COMUNICACIÓN ANALÓGICA Y DIGITAL

(¿Cómo te conocen?)  
¿Cómo te haces conocido entre tu Audiencia?  
¿Cómo creas una relación sólida y fuerte con tu Audiencia?  
¿Cómo enfatizas tu Posicionamiento en el mercado?

### BENEFICIOS:

- Imagen Personal, apariencia
- Identidad Visual (logo, gráficos, etc.)
- Identidad Verbal (biografía, CV, eslogan, etc.)
- Tono de voz
- Storytelling (narración)
- Libros, Publicaciones
- Socios, Patrocinadores, Publicidad, Propaganda
- Prensa, los Medios, Relaciones Públicas, Conexiones, Red de contacto, Eventos, Concursos, Presentaciones, Charlas Públicas
- Marketing Digital, Redes Sociales (LinkedIn, Twitter, etc.)
- Plataformas de Reclutamiento



## AUDIENCIA

(¿Quién necesita saber que existes?)  
¿A qué personas o grupos de personas necesitas llegar para poder alcanzar tu objetivo?  
¿Quién influye a esas personas?  
¿En qué lugares o comunidades puedes encontrarlos?

### CATEGORÍAS:

- Clientes, clientes de tus clientes (si es aplicable)
- Jefe, jefe de tus clientes (si es aplicable)
- Profesores, profesores universitarios, académicos, mentores
- Managers, compañeros de trabajo y/o antiguos compañeros de trabajo
- Reclutadores, empresa de selección de personal, cazatalentos
- Contactos personales
- Personas de Influencia (periodistas, bloggers, críticos, etc.)
- Usuarios, seguidores, fans
- Comunidades, centros de influencia, Instituciones, Asociaciones
- Opinión Pública

## COMPETIDORES

¿Con qué tipo de personas, servicios y productos te comparas?



## INVERSIONES

(¿Qué necesitas?)  
¿En qué actividades, recursos y/o socios inviertes para crear con éxito tu Marca Personal?

### DETALLA Y CUANTIFICA CÓMO INVIERTES EN:

- Activos/acciones, tiempo personal y recursos físicos (ej. tiempo diario que dedicas a las redes sociales)
- Marketing, comunicación (ej. frecuencia con la que publicas al mes)
- Proveedores, consultores, socios (ej. diseñador de web, coach, etc.)
- Educación, cursos (ej. master ejecutivo, clases de cómo hablar en público, etc.)
- Desarrollo de la propiedad intelectual



## RESULTADOS

(¿Qué es lo que consigues?)  
¿Qué resultados obtienes gracias a tu Marca Personal?

### ESBOZO DE Y CUÁNTO SU MARCA PERSONAL LE AYUDA A OBTENER:

1. Reconocido: te das a conocer y tu audiencia te reconoce
2. Incluye: quien te conoce, entiende lo que haces y lo que ofreces.
3. Valorado: quien entiende lo que haces, sabe cómo puedes ayudarlo.
4. Apreciado: quien te valora, entiende tu posición y te considera como una de las posibles opciones.
5. Elegido: Quien aprecia tu valor, le gustas y te elige sobre los otros.
6. Consolidado: quien te elige, te consolida a lo largo del tiempo (lealtad)
7. Recomendado: tu Audiencia te recomienda a otros, y corre la voz



# CANVAS MARCA PERSONAL

DISEÑADO POR  
(tu nombre)

OBJETIVO  
(qué quieres conseguir)

@Raquelroca

