

Tips para crear marca personal y destacar como profesionalista



Definir quién eres y qué ofreces como profesionalista es la puerta para posicionarte entre el público como la mejor opción, este debe ser el objetivo de tu **branding personal**.

Para lograrlo, lo más importante es que diseñes un conglomerado de ideas que quieras compartir con los demás y que te identifiquen fácilmente como un **experto en tu área**.

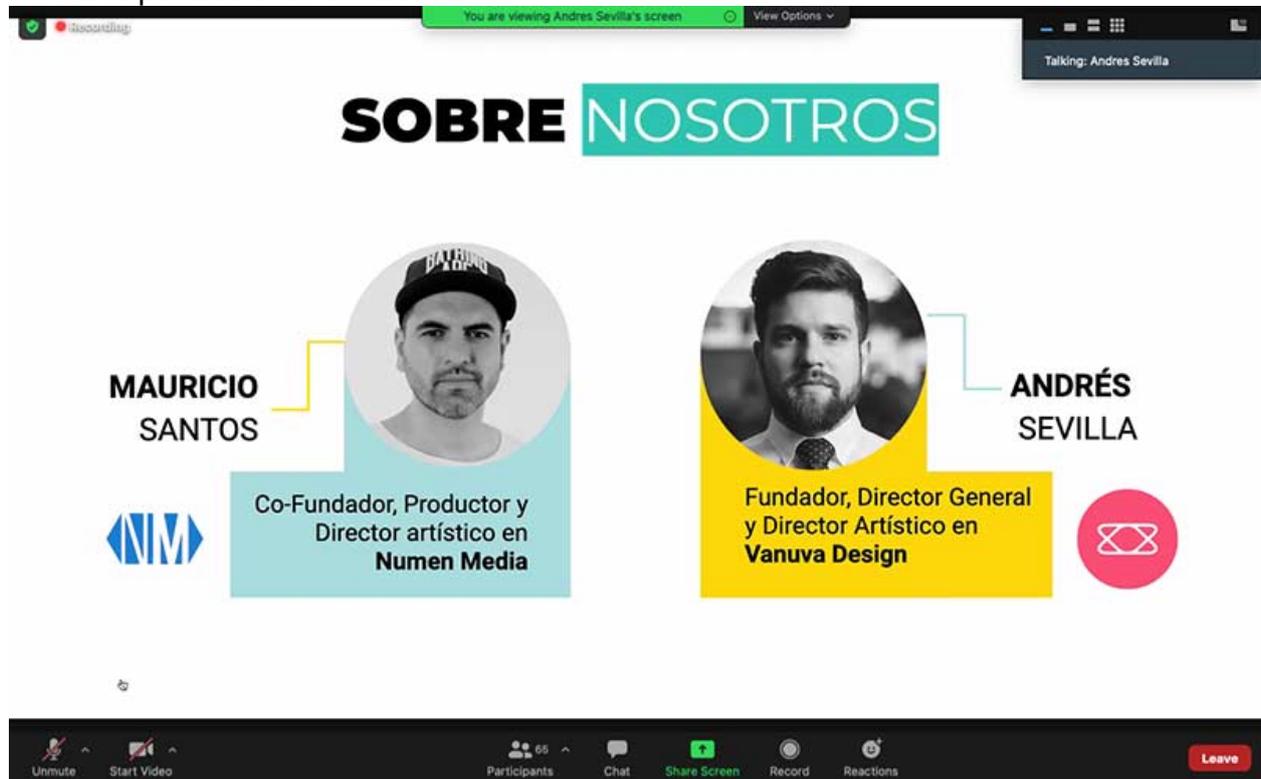
Así lo compartieron los directivos de Vanuva, y Numen Media, quienes brindaron algunos consejos para ayudar a crear la **marca personal** a través de diversas **herramientas digitales y tecnológicas**.

Ambas **empresas son originarias de Monterrey**, por un lado, **Vanuva** es una agencia de diseño multidisciplinaria es su portafolio destacan proyectos para marcas como Almonte, SEGUSA y el Municipio de Monterrey.

Mientras que **Numen Media** es una agencia audiovisual con clientes como Oxxo, Red Bull, National Geographic y Live Out, por mencionar algunos.

Los especialistas fueron parte de Ruta E, evento de las industrias creativas organizado por la **Escuela de Arquitectura, Arte y Diseño**, en colaboración con la **Escuela de Humanidades y Educación** creado para orientar a alumnos y egresados en temas de **empleabilidad y emprendimiento**.

La masterclass de empleabilidad 'Branding profesional' se llevó a cabo de manera virtual el pasado 7 de octubre.



1. Crear tu marca personal requiere tiempo

Uno de los primeros pasos para generar tu branding es conocer tu **misión como profesional**.

Además de destacar **qué valores te definen** de los demás incluyendo tu **actitud, habilidades, personalidad, objetivos y visión**, aseguró **Andrés Sevilla**, quien además es **profesor en la carrera de Diseño Industrial** del campus Monterrey.

“Tu vida profesional también es un proyecto y los más grandes proyectos siempre inician con un por qué”, explicó.

2. Lo más valioso en una persona es la congruencia

Ser **consistente en aquello que te define**, agregó Sevilla, es la clave para quedarte en la memoria de las personas, por ejemplo, **usar siempre el mismo nombre o pseudónimo**.

“Tiene que haber similitud en las acciones que haces, es decir en todas tus redes identifícate con el mismo nombre, además es tu carta de presentación”.

3. Ser creativo implica ampliar el horizonte

La persona que se considera **creativa** no puede cerrarse a otras tendencias a lo mejor no te gusta la política o los deportes, pero esa experiencia va sumando a tu currículum, señaló Mauricio Santos.

*“Debes tener **personalidad y un estilo propio**, pero además ser consciente que no todas las personas van a digerir de la misma manera tu parte creativa”.*

4. Construye tu portafolio

El portafolio profesional debe constar de tres proyectos principales:

- **Complejos:** relata de principio a fin la resolución de un problema.
- **Sencillos:** presume una habilidad para resolver un problema de manera directa y corta.
- **Adicionales:** muestra habilidades concretas en proyectos sin mostrar procesos.

*“Agrega **proyectos** que has desarrollado elegidos específicamente para el empleo que estás postulando y **sé concreto**, recuerda que los reclutadores revisan muchísimos portafolios al día”, compartió Santos.*

5. Redes sociales indispensables para darte a conocer

Los cuatro canales principales para que la gente te conozca en **redes sociales** son LinkedIn, Behance, Facebook e Instagram, puntualizó **Mauricio Santos**.

Cada uno tiene herramientas para **destacar tus habilidades** como historial de estudios, portafolios, grupos de empleo y referencia a tu personalidad creativa.

“Obviamente cada empresa tiene su proceso de contratación, pero movernos a través de diferentes redes digitales nos da más posibilidades de ser conocidos”.

6. Ante todo, mantén una buena actitud

Algo que siguen y seguirán buscado las empresas son candidatos con **valores como la proactividad, cumplimiento, gestión del tiempo y el auto aprendizaje**.

“Como creativo debes tener una buena actitud, desde el salón de clases debes trabajarlas porque hay cosas como la desorganización y la falta de interés que no son aceptadas en una empresa”, reconoció Andrés Sevilla.

FORTALECE TU BRANDING PERSONAL



CONÓCETE (debilidades y fortalezas)



CAPACÍTATE en tendencias y herramientas



EXPLORA en México y el extranjero



NO TE CONFORMES ni te compares con otros

Fuente: Masterclass de empleabilidad
'Branding profesional'

CONECTA

Las noticias del Tec

SEGURAMENTE QUERRÁS LEER TAMBIÉN:

Definen la ruta hacia el éxito en las industrias creativasDefinen la ruta hacia el éxito en las industrias creativas

Con más de 900 participantes concluyó la séptima edición de Ruta E festival enfocado a conectar el emprendimiento y la empleabilidad con las industrias creativas
tec.mx