

El ABC del branding personal para emprendedoras: tips de expertas



Si comenzaste tu negocio y no sabes cuál es tu **branding**, no te preocupes, esto le pasó también a muchas emprendedoras.

Lo primero que debes hacer **es tener en claro**: quién eres, tus valores, el cambio que quieres ver en el mundo y qué estás haciendo para atraer ese cambio.

Wendy Crespi, [CEO de Crespi & Consultores](#) explica que **“el branding personal es visibilidad. Nosotras somos hoy nuestro propio anuncio y producto. Nos convertimos en publicidad de nuestro negocio”**.

El **branding** personal tiene como objetivo **dejar una huella en los demás**. Tu trabajo será gestionarla. Es tu reputación. El branding personal debe estar basado en el autoconocimiento.



width="901" loading="lazy">

Construye tu branding

¿Cómo te presentas ante los demás, cómo te gustaría que te vieran?, esa es la pregunta inicial, dice **Cynthia Marcos Vidaurri**, coordinadora de Comunicación del [Instituto de la Mujer de Guadalupe](#).

*"Responde estas preguntas acerca de ti y tu marca: quién soy, qué quiero, a quién me dirijo y con quién compito, a partir de ahí debes trazar estrategias, pero **sin perder la autenticidad**."*

*"No puedes hablarle a todo el mundo, debe ser a tu similar, con quien compartas intereses afines. No se trata de limitarte, sino de localizar esfuerzos", indica **Wendy Crespi**.*

En cuanto a la **competencia: hay que conocerla.**

*"No son tus enemigos, investiga si son afines para crear vinculación y si no la hay, entonces hay que buscar la manera de resaltar la diferenciación. **Todo con una buena comunicación**", agrega Crespi.*

¿Qué redes sociales me convienen?

Si no estás en redes no existes. Hoy todo se busca a través de Google. La gente mira las recomendaciones de los negocios en redes sociales, así que es necesario abrirlas.

Al comienzo no tendrás la solvencia para un equipo de redes sociales, te toca a ti hacer todo, por eso es importante antes de digitalizarte: investiga, **define bien tu nicho** y a partir de ahí comienza. Pero ten en cuenta que el triunfo se logra en equipo.

“No te satures en redes. Tú sola no puedes con todas, escoge una, debe ser la que más te convenga, en mi caso fue LinkedIn, pero quizá para ti sea Instagram. Necesitas un equipo, pero al inicio hay que enfocarse en una sola”, aconseja Marisela Garcia, fundadora de [Global Women in Venture Initiative](#).

Para elegir tus redes sociales hay que segmentar con inteligencia, *“¿de qué edad es la gente que te sigue?, esa respuesta te dirá a qué redes debes invertir tu tiempo. Y sé constante, quizá no 10 post al día, pero que esté viva”*, agrega **Cynthia Marcos Vidaurri**.



width="900" loading="lazy">

¿Redes sociales personales o de mi marca?

Sin duda debes tener un **perfil especial para ti y otro para tu marca**, pero no significa que debas descuidar tus redes personales porque estas también son parte de tu publicidad.

"Hay dos pilares para emprender: el personal y el laboral. Yo recomiendo que dediques 20% de tus esfuerzos a vender porque perneea 500 % más una recomendación que cualquier estrategia de venta.

"En ese sentido, no descuides hablar de ti en tus redes, pero sí respeta el 20% de venta y prioriza las recomendaciones", explica Wendy.

Para trascender fronteras

Marisela García, fundadora de Global Women in Venture Initiative, trabaja desde Estados Unidos y explica que muchas veces la internacionalización no es el primer paso, sino que a veces llega 5 años después de la venta nacional.

El orden de eso no es importante, pero sí lo que se hace a partir de esa decisión.

"Lo primero es que tu website debe tener la opción de convertir todo el contenido a los idiomas a los que quieres llegar. Segundo, elige tu mercado principal y a partir de ello busca alianzas correctas para lograr tus objetivos", dice García.

El idioma depende de tus clientes, pero debes priorizar quién te da más monetización, y después hacia quién quieres llegar.

Por último genera la vinculación de fuerza: comunidad en tus redes sociales. Ten una red de mentores que te guíen desde el inicio. Haz una red de apoyo entre emprendedoras, así todas pueden ayudarse cuando comparten sus conocimientos y experiencias en triunfos y fracasos.

8ª edición de INCmty

INCmty tiene como eje rector '**Digital inclusion & sustainable future**', para promover la reducción de la brecha digital e impulsar el desarrollo social hacia un futuro sostenible.

*"En el contexto actual, el **ecosistema emprendedor demanda espacios donde se concentren mentes innovadoras** con propuestas de negocios que aportan algo más a la sociedad y al planeta", subrayó Josué Delgado, director de INCmty.*

Durante 5 días de actividades se están llevando a cabo **más de 200 actividades en línea**, entre conferencias, talleres, pitches, meetups y experiencias de networking.

LEE TAMBIÉN:

ESPECIAL DE COBERTURA DE INCmty 2020: