

## **MODULE 4 PERSONAL BRANDING, STORY TELLING AND MARKETING**

### 1. ¿Qué es la marca o Branding personal?

Es la percepción que los demás tienen de una persona y como ésta se presenta así misma en el mundo, tanto en el ámbito profesional como personal.

Es la imagen pública que una persona proyecta de sí misma a través de su presencia *on line* y *off line*, sus habilidades y experiencia, su reputación y su comportamiento en público.

### **10 claves para crear tu Marca o Branding Personal**

1. Identifica tus fortalezas: Identifica qué te hace único y diferente de los demás.
2. Define tu público objetivo: ¿A quién quieres llegar? ¿Quiénes son tus potenciales clientes? ¿Cuáles son sus necesidades y deseos?
3. Crea un logo y una paleta de colores: ¿Qué reflejen tu personalidad y estilo? Utiliza estos elementos en todas tus comunicaciones.
4. Crea un sitio web: ¿Qué refleja tu marca personal y que sea fácil de navegar? Incluye información sobre ti, tus servicios y cómo contactarte.
5. Crea tu perfil en RR.SS. (redes sociales): Participa en las redes sociales que son relevantes para tu público objetivo. Publica contenido interesante y útil e interactúa con tu audiencia.
6. Crea contenido de calidad: Relevante y útil para tu público objetivo, como artículos de blog, videos, infografías, etc.

Recuerda que tampoco es necesario estar en TODAS las RRSS que debes estar en todas aquellas que puedas ADMINISTRAR: La pronta respuesta a las consultas, a las opiniones, habla de ti y de tu marca. Subir contenido de calidad, perfectamente redactado (sin errores) y seleccionado es otro punto que debes prestar atención.

7. Asiste a eventos: Asiste a eventos relacionados con tu área de especialización. Esto te permitirá conocer gente nueva y establecer contactos.

8. Crea alianzas/colaboraciones: Con personas o empresas que compartan tus valores y que puedan ayudarte a promocionar tu marca personal.

“Rodéate de los mejores” dicen que somos el promedio de las 6 (seis) personas que nos rodean, establecer alianzas que alimenten tu Branding Personal es muy enriquecedor. Sé selectivo, familiarízate y relaciónate con quien quieras, pero a la hora de trabajar o de hacer alianzas focaliza en ¿qué beneficio aparejará esto? Si es tan sólo un buen rato – que no es menor, pero no productivo- organiza una comida, una cena etc. pero de índole familiar/amistad.

9. Se auténtico: Tu marca personal debe reflejar quién eres realmente. Sé auténtico y honesto en todo lo que hagas y digas.

10. Crea un mensaje clave: Claro y conciso que defina quién eres y qué ofreces. Este mensaje debe ser fácil de recordar y comunicar.

Se coherente en tu comunicación verbal y no verbal, online y de la vida real. Tarea difícil, pero posible y recuerda que el EJEMPLO, el COMO lo haces, es lo que nos va a potenciar. DEJAR HUELLAS, MARCAR es lo que debemos conseguir en el caminito de la vida y del emprendimiento, no queda atrás, es una arista más a contemplar. **ADELANTE!**

## 2. ¿Qué es el Storytelling?



Es una técnica que consiste en comunicar información, ideas o conceptos a través de una historia o relato.

Se trata de una herramienta muy poderosa que ayuda a conectar emocionalmente con el público y

a transmitir mensajes de forma más efectiva.

Se basa en la premisa de que las historias tienen el poder de capturar la atención, despertar emociones y conectar con las personas de una manera más profunda que los simples hechos o datos.

Verás que se “confunde” o mejor dicho, se engarza a tu “Marca personal” pues claro, la narración de tu historia de vida – siendo esto tu Storytelling- es la base de tu Branding Personal. ¿Cómo hacer que el otro empatice con tu historia? ¿Cómo emocionar al interlocutor, hasta hacer que éste quiera ayudarte, quiera evitarte dolor, quiera apoyar tu misión?

## **7 claves para crear tu Storytelling**

1. Identifica tu mensaje clave: Asegúrate que sea relevante para tu cliente, que le solucione un problema. ¿Por qué le cuento mi historia a esta persona? ¿Realmente le sería interesante? ¿Empatizaría conmigo?

Se trata de transmitir el significado y el propósito detrás de un negocio o una marca. Ayuda a comunicar la visión, los valores y la misión de la empresa de una manera atractiva y memorable.

2. Conecta a través de la emoción: Utiliza detalles que ayuden a la audiencia a imaginar la historia en su mente y emociones que les permitan conectarse con los personajes. Se enfoca en despertar emociones y conectar con la audiencia. Al contar una historia, se pueden generar sentimientos de empatía, simpatía o identificación, lo que permite que la audiencia se sienta más involucrada y conectada con la historia y el mensaje que se está transmitiendo

3. Utiliza un lenguaje sencillo: Para qué lo entienda tu público y se sienta bien leyéndote y/o escuchándote.

4. Estructura tu historia: Una historia efectiva tiene un comienzo, un desarrollo y un final. Ten en cuenta que las historias son más fáciles de recordar que los datos o la información puramente descriptiva. El storytelling aprovecha la estructura narrativa para crear un impacto duradero en la mente de las personas, lo que hace que el mensaje sea más memorable y tenga mayor probabilidad de ser recordado y compartido.

Una historia única y auténtica puede destacar frente a la competencia y ayudar a construir una identidad sólida para la marca.

Puede ser utilizado en diferentes plataformas y canales de comunicación, como redes sociales, blogs, videos, presentaciones, entre otros. Cada formato puede requerir una adaptación de la historia, pero la esencia y el mensaje central deben mantenerse consistentes.

5. Incorpora personajes con personalidades bien definidas que ayuden a transmitir tu mensaje.

6. Conoce a tu audiencia: Qué les interesa, que les preocupa, que es relevante para ellos.

Respecto a los puntos 5.6 es importante conocer bien a su audiencia y adaptar la historia a su contexto. Cada historia debe estar diseñada para alcanzar un objetivo específico, ya sea inspirar, persuadir, motivar a la acción o generar un cambio.

7. Práctica: Cuántas más veces compartas tu historia, más, mejor será.

Pide feedback y aplica la mejora continua.

Animarte, como emprendedor, a utilizar el storytelling como parte de tu estrategia de comunicación puede ayudarte a contar tu historia de manera impactante y efectiva.

Veamos ejemplos:

[Un emprendedor gastronómico:](#)

"Mi historia comienza en el corazón de mi hogar, la cocina de mi abuela. Desde muy joven, me fascinaba verla preparar platos deliciosos con ingredientes frescos y

lentos de amor. Cada sabor y aroma despertaban en mí una pasión indescriptible por la gastronomía. Con el tiempo, esa pasión se convirtió en mi propósito de vida. Decidí embarcarme en un viaje culinario para descubrir los sabores del mundo y fusionarlos con mis raíces y tradiciones. Recorrí diferentes países, aprendí de chefs reconocidos y me sumergí en culturas culinarias diversas. Fue en ese proceso de exploración y aprendizaje que nació mi visión de crear un espacio donde los comensales pudieran experimentar una explosión de sabores, pero también sentirse como en casa. Quería que cada bocado contara una historia, que transportara a las personas a lugares lejanos y evocara recuerdos de momentos especiales.

Así nació [COCINARTE (*nombre del emprendimiento gastronómico*)], un sueño hecho realidad. Cada plato que creamos es el resultado de mi pasión, mi dedicación y mi deseo de compartir experiencias únicas a través de la comida. Cada ingrediente cuidadosamente seleccionado y cada técnica culinaria perfeccionada tienen un propósito: crear una conexión emocional con nuestros comensales. En nuestro restaurante, queremos que cada visita sea más que una simple comida. Queremos que sea un viaje sensorial, donde los aromas te transporten, los colores te cautiven y los sabores te sorprendan. Cada plato es una historia que cuenta nuestra pasión por la gastronomía y el respeto por las tradiciones culinarias. Pero nuestra historia no se detiene aquí. Estamos comprometidos con la sostenibilidad y el apoyo a los productores locales. Trabajamos en estrecha colaboración con agricultores y pescadores de la región para garantizar que nuestros ingredientes sean frescos, de la mejor calidad y respetuosos con el medio ambiente.

En definitiva, [nombre del emprendimiento gastronómico] es más que un restaurante. Es el resultado de mi viaje personal, mi amor por la gastronomía y mi deseo de compartir experiencias inolvidables a través de la comida. Te invitamos a unirse a nosotros en este viaje culinario y descubrir los sabores que cuentan nuestra historia".

#### Un emprendedor artesano:

"En un mundo donde la producción en masa y la uniformidad dominan, decidí tomar un camino diferente, un camino donde el valor de lo hecho a mano y la autenticidad

brillan. Desde que era niño, siempre tuve una pasión por crear cosas con mis propias manos, experimentar con diferentes materiales y dejar volar mi imaginación.

Mi amor por la artesanía comenzó cuando descubrí un viejo taller de carpintería en el sótano de la casa de mi abuelo. Me fascinaban las herramientas antiguas y la habilidad necesaria para convertir un trozo de madera en una obra de arte. Fue en ese taller que encontré mi vocación y decidí dedicar mi vida a la creación de objetos únicos y hermosos.

Desde entonces, he perfeccionado mis habilidades y he explorado diferentes disciplinas artesanales, desde la talla en madera hasta la cerámica y la joyería. Cada pieza que creo es el resultado de horas de trabajo paciente y meticuloso, de atención a los detalles y de un profundo respeto por los materiales que utilizo.

Mi objetivo como artesano es más que simplemente crear objetos estéticamente agradables. Quiero transmitir emociones y contar historias a través de mis creaciones. Cada pieza tiene su propia historia, su propia personalidad y su propia conexión con el mundo que me rodea.

En un mundo dominado por la producción masiva y el consumismo desenfrenado, creo en la importancia de apreciar la belleza de lo hecho a mano, de valorar la singularidad de cada objeto y de apoyar el trabajo de los artesanos locales.

Cuando alguien elige una de mis piezas, no solo adquiere un objeto, sino que se lleva consigo una parte de mi pasión y mi alma. Cada pieza es una expresión de mi creatividad y un reflejo de mi visión artística. Quiero que mis creaciones sean apreciadas y disfrutadas por generaciones, transmitiendo una historia de amor por el oficio y la dedicación a la calidad.

Te invito a unirme a mí en este viaje artesanal, a explorar el mundo de la creación hecha a mano y a experimentar la belleza y la autenticidad de las piezas únicas. Juntos, podemos apoyar y preservar el arte de la artesanía y mantener vivo el espíritu de la creatividad y la individualidad en un mundo cada vez más estandarizado".

## ¿Qué es el Marketing?

El marketing es el conjunto de actividades que una empresa o entidad lleva a cabo para **promover y vender sus productos o servicios**. Es una disciplina que busca identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y desarrollar estrategias para satisfacerlos de manera rentable.

El marketing implica entender al consumidor, investigar el mercado, diseñar productos o servicios que se ajusten a las necesidades identificadas, fijar precios competitivos, desarrollar estrategias de distribución efectivas y crear comunicaciones persuasivas para promocionar y vender los productos o servicios.

El **objetivo principal del marketing es establecer y mantener relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas con los clientes**. Para lograrlo, se utilizan diversas técnicas y herramientas, como la publicidad, las relaciones públicas, las ventas, el marketing en línea, la investigación de mercado, entre otras.

El marketing **también abarca la gestión de la marca, que implica construir una imagen y reputación positiva** para la empresa o producto en la mente de los consumidores. Esto se logra a través de la creación de identidad de marca, el posicionamiento estratégico y la gestión de la comunicación de la marca.

En resumen, el marketing es una función esencial para el éxito de cualquier empresa u organización, ya que permite identificar y satisfacer las necesidades del mercado, construir relaciones sólidas con los clientes y generar valor para todas las partes involucradas.

## El Plan de Marketing

Un plan de marketing es un documento estratégico que establece las acciones y tácticas que una empresa o entidad llevará a cabo para **alcanzar sus objetivos de marketing**. Es una guía detallada que describe las estrategias, tácticas, actividades

y recursos necesarios para implementar y ejecutar las iniciativas de marketing de manera efectiva.

## Las 7 fases del Plan de Marketing

- 1. Análisis de la situación:** Esta fase implica realizar una evaluación exhaustiva del entorno externo e interno de la empresa. Se analiza el mercado, la competencia, las tendencias, los clientes y se identifican las fortalezas y debilidades internas. Esta etapa es fundamental para comprender el contexto en el que opera la empresa y establecer las bases del plan de marketing.
- 2. Definición de objetivos:** En esta fase, se establecen los objetivos de marketing que se desean alcanzar. Los objetivos deben ser claros, específicos, medibles y alineados con los objetivos generales de la empresa. **Pueden incluir aumentar las ventas, expandir la cuota de mercado, mejorar el reconocimiento de la marca, entre otros.**
- 3. Estrategia de marketing:** Se define la estrategia general que se seguirá para alcanzar los objetivos establecidos. Esto implica determinar el posicionamiento deseado en el mercado, seleccionar los segmentos de mercado a los que se dirigirá y decidir cómo se diferenciará de la competencia.  
  
Mezcla de marketing: También conocida como las "4P del marketing" (producto, precio, distribución y promoción), se detallan las decisiones específicas relacionadas con cada elemento de la mezcla de marketing. Se define cómo se diseñarán los productos o servicios, cómo se establecerán los precios, cómo se distribuirán y cómo se promocionarán.
- 4. Plan de acción:** En esta etapa, se elabora un plan detallado de las tácticas y actividades que se llevarán a cabo para implementar la estrategia de marketing. Se establecen los plazos, los responsables, los recursos necesarios y los presupuestos asignados a cada actividad.
- 5. Calendarización:** Esta fase implica ejecutar el plan de acción de acuerdo con los plazos establecidos. Se llevan a cabo las actividades de marketing, se ponen en marcha las estrategias de promoción, se lanzan productos o



servicios, se establecen alianzas estratégicas, entre otras acciones planificadas.

6. **Presupuesto:** Calcula tus gastos y tus ganancias.
7. **Evaluación y control:** En esta última etapa, se realiza un seguimiento y evaluación del desempeño del plan de marketing. Se miden los resultados obtenidos, se comparan con los objetivos establecidos y se identifican las áreas de mejora. Con base en estos análisis, se toman decisiones para ajustar y mejorar las acciones de marketing en el futuro.