

Marca Personal

A) Comienza a plantearte las siguientes preguntas antes de empezar a desarrollar y gestionar una marca personal.

1. ¿Cuál es el verdadero objetivo para crear la marca personal?
2. ¿Quién está detrás de tu marca?
3. ¿Qué es exactamente lo que se quiere conseguir a corto, mediano y largo
4. plazo? Por ejemplo: Conseguir clientes para trabajar como freelancer.
5. ¿Qué otros factores han influido para querer desarrollar una marca personal?
6. ¿Qué otras cosas que le gustaría conseguir a través de su marca personal? Por ejemplo: Conseguir invitaciones a congresos y a formaciones mediante instituciones educativas.
7. ¿Cuáles son los valores que te hacen único? Por ejemplo: Eres perfeccionista y apasionado con lo que haces, así que tus resultados siempre transmitirán esos valores, además de que no crees en cobrar precios muy elevados y siempre ofreces packs muy competitivos.

B) De tu carrera profesional...

1. ¿Qué es lo que más te gusta hacer?
2. ¿Cómo querés que sea tu perfil profesional?
3. ¿Qué trabajo te mantendría felizmente desvelado?

Por ejemplo: Eres muy buen diseñador, pero lo que de verdad te apasiona es escribir sobre los temas que tienes experiencia y de nuevos que llaman la atención.

C) Resume los hitos profesionales más importantes que has conseguido en los últimos años de tu carrera como profesional.

Por ejemplo:

Premio al mejor emprendedor

Publicación de un libro

Formación en las mejores instituciones

¿Qué vas a ofrecer?

Define todos los servicios que como marca personal puedes ofrecer. Por ejemplo: Consultoría y diseño de proyectos webs.

D) Si te dieran la oportunidad de describirte en menos de 200 caracteres

¿Qué dirías? Escribe en un par de líneas cómo describirías tu futura marca personal. Menos es más ;) OJO: No vale copiar la BIO de Twitter o Instagram ;)

Si te dieran la oportunidad de describirte en menos de 1000 caracteres, ¿Qué dirías? Ya tienes tu descripción corta, ahora toca elaborar una más larga que contenga más detalles.

Cliente Ideal

Pautas y Preguntas para crear al cliente ideal

En esta primera etapa de nuestro viaje vamos a analizar los tipos de clientes a los que nos vamos a dirigir, clientes a los que deseamos llegar con nuestra iniciativa.

Nuestro objetivo es agrupar a nuestros clientes de manera definida en segmentos homogéneos atendiendo a variables tales como diferencias en sus necesidades, comportamientos, forma de acceder a ellos, tipo de relaciones, rentabilidad, necesidades comunes y singulares, gustos, etc... Es posible que tengamos uno o varios segmentos de clientes, pero si deseamos tener más penetración en alguno debemos de prestarle especial atención.

La premisa que no debemos perder de vista es analizar si nuestra idea satisface una necesidad de nuestro segmento de cliente objetivo y cómo aportamos valor.

Y una cosa más para poder pasar de etapa, no intentes encajar la idea tal y como la ves tú a los clientes, sino darle una vuelta de tuerca, mira desde otra perspectiva, ponte en la piel del cliente, de tus fans, de los futuros seguidores de tu idea y piensa, ve, observa, escucha, analiza, racionaliza lo que ellos te dicen, de esa forma obtendrás grandes éxitos.

Para acercarnos a entender a nuestro cliente ideal podemos buscar responder todas éstas preguntas y pautas.

- Rango edad
- Zona de residencia
- Género
- Formación de base
- Ocupación
- ¿Cómo es su día típico?
- ¿Qué es lo que lo frustra?
- ¿Qué redes sociales usa?
- ¿Qué hobbies tiene?
- ¿Lee el diario?
- ¿Cuáles son sus intereses?
- ¿qué necesidades tiene nuestro cliente?,
- ¿Qué cuentas de redes sociales sigue?
- ¿Qué los frustra y les da rabia?
- ¿Qué los pone tristes?
- ¿Cuáles son sus desafíos?
- ¿A qué le temen?
- ¿Qué cosas no los deja dormir?
- ¿Qué sueños tiene? (Su mayor sueño, lo casi utópico)
- ¿Qué ambiciones tiene? (Lo más probable de cumplir o lograr)
- ¿Qué los motiva?
- ¿En qué cree?

Usen estas preguntas y todas las que les puedan parecer útiles para entender a nuestro cliente, entender cómo piensa, y quien es, para de ese modo poder acercar nuestra oferta a lo que él necesita.

Cliente Interno.

Para completar las preguntas puedo hacerlo yo o preguntárselas a mis coachees o clientes actuales.

Si me dispongo a hacerlo yo, antes es importante reflexionar un poco sobre quién soy yo como mi propio cliente.

Entonces vamos a volcar nuestras respuestas a las preguntas que apuntan a conocer a nuestro Cliente Interno:

- ¿Quién soy yo como mi propio cliente?
- ¿Qué me digo que puedo dar?
- ¿Creo que tengo algo para dar?
- ¿Qué valoro de mí?

Estas preguntas pueden sacar insumo del FODA, donde puedo observar cómo me observo.

Propuesta de Valor.

Estamos en la segunda etapa de nuestro viaje. Comenzamos haciendo un paralelismo e identificando la "propuesta de valor" con la pregunta ¿qué valor ofreces?

No debemos olvidar que tenemos que atender una necesidad que tiene el cliente o solucionarle un problema a través de nuestra idea.

Vamos a pararnos un segundo, tenemos identificados a los clientes a los que nos vamos a dirigir con nuestra idea, los hemos escuchado, y hemos mejorado nuestra idea, se ha realizado alguna prueba en el mercado y ha gustado, tenemos seguidores, "fantástico", pero tenemos que ir más allá, le vamos a agregar valor. Recordar que nuestra idea se tiene que traducir en un producto o servicio.

Pues bien, vamos a ofrecer un valor que puede ir desde mejoras hasta complementos de un producto o servicio, ó un desarrollo que culmine en innovación.

Una tendencia que se está desarrollando es la generación de valores sostenibles, sociales, financieros y medioambientales. Dependiendo de nuestra idea podemos ir agregando distintos valores.

Piensa siempre en clave de calidad, visualiza que las expectativas que tiene nuestro cliente junto con la percepción del producto o servicio + servicio de atención al cliente es importantísimo elevarlo al grado de excelencia para tener buenas experiencias con los clientes que potencien nuestra oferta en el mercado.

Una vez desarrollado el cliente ideal es importante entonces volcar cuál es nuestra propuesta de valor, es decir, responder a las siguientes preguntas para que podamos darle forma a lo que somos como oferta para el mundo.

- ¿Qué es lo que vamos a ofrecer?
- ¿Qué necesidad de mi cliente estoy satisfaciendo? Por ej: Sostener compromisos... Porque no logra cumplir lo que se propone.
- ¿Qué dolor le estoy aliviando? Por ej: Frustración, que se siente estancado, se molesta porque se escapa. No aceptarse, se castiga... le da culpa...
- ¿Qué placer o ambición le estoy acercando o facilitando?
- ¿Qué fortalezas podría compartir con un otro?
- ¿Qué debilidades puedo convertir en una oferta si la trabajo?
- ¿Qué debilidades tenía y hoy ya no tengo y alguien pagaría para que lo asista a lograr lo mismo que yo?
- ¿Qué logros tengo que pueden ser de valor para mi cliente?

Estas preguntas y las que se les puedan ocurrir son ideales para comenzar a comprender cuál es mi oferta y cuál es la oferta que voy a mostrarle a mi cliente.

A trabajar!