



# **EL CORAZÓN DE LA MARCA PERSONAL ES LO QUE HACERES POR LOS DEMÁS**

---

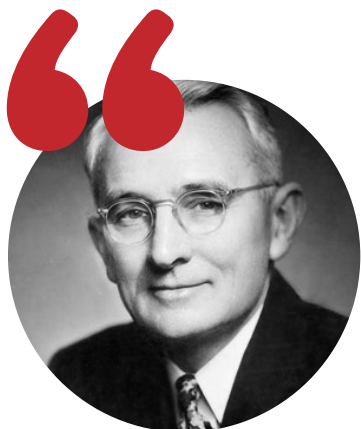
**La marca personal no es sobre ti.  
Se trata de lo que puedes hacer por los demás.**

---

**Si quieres una marca personal fuerte y memorable que potencie tus resultados, proyectos y oportunidades, no te enfoques en lo que los demás pueden hacer por ti, sino en lo que tu puedes hacer por los demás.**

Porque aunque suene contradictorio, la marca personal no se trata de uno sino del valor que uno genera en otros: en distintas personas, en diferentes entornos: en la gente a cargo, en colegas, en jefes, compañeros, familiares, amigos y otros grupos de referencia.

Apuesta por construir y mantener relaciones de confianza basadas en aportes de valor. En contribuciones que sean significativas para el otro. En contribuciones que respondan a preferencias, intereses y preocupaciones del otro. Y... hazlo con intención genuina, si realmente deseas imprimir una huella memorable en los demás.



**Harás más amigos en dos meses si te preocupas por ellos, que en dos años si esperas que ellos se preocupen por ti.”**

**Dale Carnegie**

## **Repasa tus interacciones, a nivel personal y/o profesional, de estos últimos quince días, para calibrar qué tan perdurable es la marca que estás dejando:**

¿A cuántas personas has felicitado por algún logro especial, una fecha significativa, la publicación de un artículo, un emprendimiento, una promoción, su participación en un foro, una entrevista en un medio de comunicación, su desempeño en un torneo, etc.?.

¿A cuántas personas has enviado alguna información de valor, pensando en sus intereses y aficiones: un artículo sobre un tema de especial relevancia para alguna de ellas; la referencia de un libro que les podría interesar a varias de ellas; la fecha de un evento / foro /seminario relacionada con una temática que sabes es de especial valor para una o alguna de ellas, etc.?.

¿Has presentado a dos personas de tu red que piensas que podrían beneficiarse mutuamente de conocerse, ya sea porque comparten alguna afinidad; les interesan temas comunes o porque... podrían hacer negocios juntos?.

¿Has ofrecido ayuda a algún colega, amigo o compañero en apuros: un punto de vista, una nueva perspectiva, una solución, un material, una referencia, una herramienta, tu conocimiento... algo que haya hecho una diferencia para que esta persona resolviera el tema, sacara adelante el proyecto o le inyectara confianza o esperanza?.

¿Has compartido o recomendado algún artículo o publicación (virtual o impresa) de algún colega, amigo, persona a cargo, proveedor, etc. a tu propia red, resaltando el valor que encuentras en el artículo o publicación: las ideas novedosas que propone; la perspectiva o solución que ofrece, la forma en que expresa sus ideas, etc.?. En otras palabras, ¿has ido más allá de compartir, compartiendo por qué lo compartes?.

¿Te has voluntariado para un proyecto, una iniciativa, una actividad de algún grupo de referencia (vg. equipo de trabajo, comité gerencial, asociación, cámara, etc.) para compartir conocimientos / experiencias, aportar ideas, generar soluciones?.

¿Has recomendado a alguien a alguna otra persona de tu red destacando -de forma clara y contundente- por qué se la estás referenciando a ella en particular?. En otras palabras: tu recomendación está en función de la persona a la que estás haciendo la referencia, alineada con sus necesidades, aficiones, intereses, preocupaciones o problemas actuales?.

# Generando valor para los demás

Scott Bedbury, quien ayudó a crear las marcas Nike y Starbucks, afirma que una gran marca se dirige a los sentimientos, pues los sentimientos son la fuerza que impulsa la mayoría de nuestras decisiones, si no todas.

En marca personal no puede ser diferente. Se trata de crear vínculos duraderos, relaciones de confianza basadas en sensaciones positivas, en emociones resonantes, en historias compartidas. Y ¿qué mejor manera de conseguirlo que generando valor para los demás?

Generar ese valor pasa necesariamente por enterarnos de lo que hacen, de lo que logran, de lo que preocupa a las personas que forman parte de nuestros grupos de referencia,

De tus acciones, de tus contribuciones, del valor que generes a otros, dependerá la fuerza y el alcance de tu marca personal.



## #REMARCATUMARCA

Hazlo nutriendo tus relaciones



**GENEROSA  
MENTE**



**CONSCIENTE  
MENTE**



**DELIBERADA  
MENTE**



**No se trata de recomendar por recomendar. Se trata de hacerlo con sentido, con propósito, generando un vínculo de valor ya sea sobre la base de afinidades, intereses aficiones que comparten las personas a las que presentas o con base en necesidades, preocupaciones o problemas actuales de una de ellas que podrían ser solventados por la otra.**

**Scott Bedbury**