

Educar nuestra Marca Personal

La mejora continua en nuestras relaciones interpersonales

¿Sabemos que van diciendo de nosotros? ¿Qué rasgos son los que más nos definen?; ¿De qué tenemos fama? Si somos una persona comprometida en dejar huella, es el momento de reflexionar sobre el significado de Marca Personal y ponernos manos a la obra para educarla hacia el éxito de las relaciones interpersonales.

Todos tenemos una Marca Personal que emite información y condiciona la respuesta de nuestro entorno. La Marca Personal es la huella que dejamos en los demás. Es lo que van diciendo de nosotros.

No se inventa ni se diseña pero puede educarse. Es decir, podemos ejercer control sobre la información que emite para provocar intencionalmente en los demás unas determinadas reacciones y percepciones.

Identificamos tres pasos para gestionar con éxito la Marca Personal y ofrecemos una herramienta, "Ventana de Yohari" basada en la propuesta de dos psicólogos Josep Luft y Harry Ingham. Esta Ventana nos ayudará a entender cómo funciona el flujo de información compartido entre una persona y su entorno para la mejora continua de su Marca Personal.

QUÉ ES UNA MARCA PERSONAL

No es una forma de vestir, no es una forma de comportarse. No es una asesoría de imagen formada por los elementos externos y superficiales de una persona. Es algo más.

Una Marca Personal es el reflejo de lo que llevamos dentro y es percibido de una determinada forma por nuestro entorno. Tener una buena Marca Personal hace que seamos más valorados positivamente, queridos y deseados por quienes necesitan lo que ofrecemos. Aumenta el valor de nuestros servicios y/o productos y conseguimos un mayor control de nosotros mismos y de las relaciones que establecemos con nuestros los demás. Los expertos en marketing afirman que el fin de una Marca Personal es el mismo que una marca comercial, es decir, que seamos la opción preferente para que compren nuestro producto.

Pero, ¿cómo podemos desarrollar una buena Marca Personal? No existe un listado de condiciones consensuadas por expertos que aseguren el desarrollo de una buena Marca Personal, pero proponemos tres aspectos fundamentales que contribuyen a la gestión exitosa de la misma:

- **Ser pacientes:** Los resultados de una buena Marca Personal no son inmediatos ni homogéneos. Se empiezan a tener resultados en torno a los 6 meses y son distintos en función del contexto económico, político y social en el que interactuemos.
- **El autoconocimiento:** Tenemos que viajar hacia el interior de nosotros mismos para identificar qué virtudes, debilidades y otros atributos están siendo proyectados a través de nuestra Marca Personal. "De todos los conocimientos posibles, el más sabio y útil es conocerse a sí mismo"- Shakespeare.
- **Vivir en Clave Johari:** Es estar en continuo contacto con nuestro entorno ofreciendo y solicitando feedback para ejercer control sobre el flujo de información interpersonal y poder obtener en los demás las reacciones y respuestas que esperamos.

En definitiva se trata de dar de respuesta a las siguientes preguntas; ¿Sabemos quiénes somos realmente?, ¿Qué sabemos hacer?, ¿Qué ofrecemos?, ¿Qué necesidades satisfacemos?, ¿Qué estamos mostrando al mundo exterior?, ¿Cómo somos percibidos?, ¿Qué características son las más atractivas para nuestro entorno?.

No olvidemos que el auténtico valor de la Marca no lo da uno mismo sino los que nos rodean, aquellos en los que influimos, y para eso se necesita tiempo. Y más tiempo.

Según Andrés Pérez Ortega, "Cuando un emprendedor pone en marcha su idea, su marca personal es tan importante o más que la de su propio proyecto"

SER PACIENTES

Decidir educar nuestra propia Marca Personal implica planear una Estrategia Personal para convertirnos en un referente en nuestro entorno.

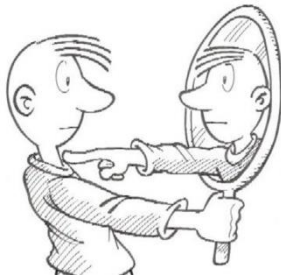
Como toda estrategia requiere de tiempo, método, recursos, personas implicadas y seguimiento. Es una carrera de fondo y no podemos dejar de ser coherentes y honestos.

La clave es ser pacientes y persistir a lo largo tiempo con una constante voluntad para el autoanálisis y adaptación al entorno.

EL AUTOCONOCIMIENTO

El autoconocimiento es otro aspecto fundamental para mejorar nuestra Marca Personal.

La clave para gestionar a otros de manera efectiva es manejarse uno mismo primero. *“Cuanto más conoces de ti mismo, más puedes relacionarte con los demás, desde una posición de confianza, seguridad en uno mismo y fortaleza” –Weisinger*



Lo peligroso e incontrolable no es tener una buena o mala Marca, es ignorar o no saber cómo los demás nos perciben. O lo que es peor, que no sepamos cómo nos percibimos.

Para ello, entendemos que el autoconocimiento e introspección nos ayudarán a echar una mirada a nuestro interior para conocer cuál es nuestro legado personal y verificar si lo que los demás perciben de nosotros está en armonía o no con lo que realmente somos, queremos y ofrecemos.

VIVIR EN CLAVE DE JOHARI

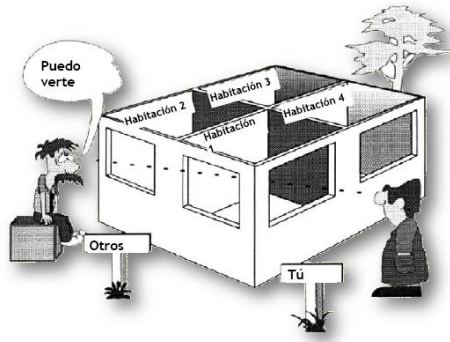
La “Ventana de Johari” fue concebida originalmente como una técnica para el análisis de la comunicación interpersonal, mejora del autoconocimiento y la reflexión sobre uno mismo. Sus creadores José Luft y Harry Ingham explican como la efectividad de las relaciones interpersonales dependen del conocimiento de uno mismo y de los demás. Aplicado al mundo empresarial y a la gestión de la Marca Personal puede ayudarnos a optimizar las relaciones interpersonales y profesionales que tenemos con los demás.

Vivir en Johari significa asumir e integrar las críticas y los comentarios de feedback para el crecimiento personal de cada uno de nosotros. Es tener actitud hacia el cambio y la adaptación con el entorno.

Está formada por cuatro habitaciones o espacios vitales. Viviremos en una habitación u otra en función del grado de conocimiento que tengamos de la información que emitimos con los demás.

		Recibe información	
		Conocido por Mi	No Conocido por Mi
Recibe información	Conocido por los demás	ÁREA LIBRE	ÁREA CIEGA
	No conocido por los demás	ÁREA OCULTA	ÁREA DESCONOCIDA

Antes de continuar leyendo proponemos que realice el siguiente autodiagnóstico para conocer en qué habitación vive. Pinche sobre las siguientes palabras [Autodiagnóstico de Ventana de Johari](#).



Tal y como se observa en el Cuadro en la primera columna está lo que sabemos respecto de nosotros mismos, y la segunda columna lo que desconocemos de nosotros. La franja superior contiene lo que los demás saben respecto de nosotros; y la franja inferior contiene lo que los demás desconocen de nosotros. En este sentido la Ventana de Johari puede ayudarnos a mejorar nuestra Marca Personal y a movernos de una habitación a otra en la medida que decidamos qué compartir para generar confianza recíproca.

Como resultado de este movimiento, el tamaño de los cuadrantes experimentará modificaciones.

Habitación Libre o Pública

En este espacio vital Libre o Público circula información compartida con los demás. Todos manejamos la misma información y somos conscientes de ello. Cuanto mejor sea nuestra Marca Personal mayor tamaño tendrá esta habitación ya que crece en la medida que aumenta el nivel de confianza en las relaciones interpersonales, en la

medida en que se comparte la información si objeciones, sin ataduras y sin restricciones.

Habitación Oculta o Privada

En este espacio la información es conocida únicamente por nosotros mismos. Se encuentra aquella información íntima y personal que ocultamos a los demás. Si el secreto es mantenido para siempre no hay problema, pero lo peligroso de este espacio es que los demás descubran dicha información y se sientan defraudados y decepcionados con nosotros.

No obstante el movernos entre el espacio Libre y Privado nos permite controlar la información que emitimos y compartirlas según nuestros intereses. Esto favorece a nuestra Marca Personal.

Habitación Ciega

Aquí la información que circula está bajo el control de los demás. Es decir los demás perciben información de nosotros que nosotros mismos desconocemos.

Es una zona peligrosa para nuestra Marca Personal porque no sabemos sobre qué aspecto tenemos que actuar concretamente para gestionarla de forma exitosa.

Si estamos en una zona ciega tenemos que "mover información" desde aquí hasta la zona pública ya que es la zona que nos devolverá el control sobre una parte de nosotros y sobre las relaciones interpersonales. Es lo primero que tenemos que

descubrir si queremos mejorar nuestra Marca Personal.

Habitación Desconocida

Por último, siempre hay información que no se controla y que está fuera del alcance de los demás y de nosotros mismos. Esta habitación disminuye de tamaño de forma natural en la medida que nuestra Marca Personal se va haciendo cada vez más fuerte.

En definitiva, la Ventana de Yohari nos permite tener el control y el conocimiento de la información que circula sobre nosotros para la obtención de una mejor reputación y posicionamiento entre la competencia.

CONCLUSIONES

1. Hemos de conocernos a nosotros mismos para lograr generar influencia y confiabilidad con los demás.
2. No tenemos que gestionar la Marca Personal con prisas. Debe ser algo mantenido en el tiempo y persistente en el método hasta la medición de sus resultados.
3. Vive en la zona Libre o Pública de Yohari para lograr una comunicación bidireccional, efectiva y controlada. Implementa un Plan de Marca Personal si vives en una habitación Ciega.
4. Nuestra propia Marca Personal permite que asumamos el control de los procesos que influyen en la forma en que los demás nos perciben para gestionarlos

estratégicamente y dejar el legado de :

- 1- Ser Recordados
- 2- Ser Tenidos en cuenta
- 3- Ser la Opción Preferente
- 4- Ser Elegidos

FUENTES CONSULTADAS

¿Qué es cosa llamada crecimiento personal?.Revista Capital humano. N° 184, Enero 2005.

<http://www.marcapropia.net/>

<http://www.soymimarca.com/>

<http://personalbrandingblog.com/>

NOTA

Este artículo es elaboración propia del equipo del área de Emprendedores.

Las reflexiones y forma de desarrollar la temática es consecuencia de la experiencia que tiene en el ámbito de la gestión por competencias y habilidades directivas para el desarrollo y crecimiento personal.