

Cómo sabes si tienes una marca personal.



Tanto lo que dices como lo que no dices construye tu marca personal. No descuides tu comunicación.

No puedes esconderte detrás de un logo y esperar que te elijan. En las redes o controlas tu mensaje o los demás lo harán por ti. Mejor que seas tú quien controle la narrativa de tu marca.

Si tienes un negocio no te puedes esconder.

1. Lo que comunicas define tu marca : Tu marca no es solo lo que dices, sino también lo que callas. La acción y la omisión forman la impresión que tienen de ti.

- Cómo lo hace la mayoría: Publican sin estrategia, copian de otros lo que creen que funciona o, peor aún, no dicen nada y dicen que no tienen marca.
- Cómo lo hace un KLUBBER: No dejes nada al azar. Define tu mensaje y comunícalo con claridad. Asegúrate de que tu marca transmita tu propósito.

2. Si tienes un negocio, tienes una marca: Los negocios unipersonales no pueden permitirse no tener marca. No basta con un logo; la gente conecta con personas.

- Cómo lo hace la mayoría: Se esconden detrás del logo, evitando mostrar su cara o personalidad. Crean marcas blancas e impersonales que no destacan.
- Cómo lo hace un KLUBBER: Muéstrate, comparte tu visión y genera confianza a través de tu presencia. Sé transparente y busca interacción.

3. Si no te muestras, no te eligen: La gente elige a quien conoce, a quien ve y con quien puede interactuar. Si no apareces, simplemente no existes para tu audiencia.




- Cómo lo hace la mayoría: Piensan que su producto o servicio hablará por sí solo, se quedan esperando, son reactivos.
- Cómo lo hace un KLUBBER: Construye una presencia activa, humaniza tu marca y haz que elegirte sea una decisión natural. Sé proactivo.

Tres acciones sencillas que mejoran la percepción de marca.



La regla básica es que, si tienes un negocio tienes una marca. Ser tú mismo hace que conectes con tus clientes.

Tres acciones que blindan tu marca.

-  Escribe en una sola línea cuál es el mensaje principal que quieres transmitir con tu marca.
 -  Piensa en qué te hace diferente y cómo puedes expresarlo, si no sabes qué te hace diferente simplemente sé tu mismo.
 -  Publica un contenido donde te muestres y compartas algo sobre tu negocio y los procesos de tu trabajo.
-

Palabra de mono:



“A veces pensarás que no es necesario trabajar tu marca personal. Cuando eso pase piensa en quién quieres que tenga el control de tu negocio. Tú o tu competencia. Se te quitarán las ganas de no trabajarla y empezarás a hacer todo con más criterio”.