

# La Marca Personal del profesional del protocolo y la organización de eventos

La propuesta de valor debe ser un mensaje sencillo, completo y claro que muestre la singularidad de las personas respecto de la competencia y el beneficio que se aporte a los potenciales clientes



**MAR CASTRO**

Asesora internacional en  
Comunicación Ejecutiva  
y Marca Personal

(Ilustraciones de  
Sabela Arias Castro)

**Q**ué dicen de ti cuando no estás delante de tus interlocutores? Es una definición de Marca personal que alude a la huella que cada profesional del ceremonial, el protocolo y la organización de eventos deja en sus interacciones y relaciones con terceras personas en contextos físicos y entornos digitales.

Marca Personal es:

- La manera en la que te perciben (Joan Clotet);
- la credibilidad que transmites (Víctor Candel);
- tus valores y aptitudes (Neus Arqués);
- lo que te hace especial (Noemí Vico);
- la forma en que te recuerdan (Nancy Vázquez);
- el reflejo de tu magia (Nilton Navarro);
- la proyección de lo que haces (David Barreda);
- lo que eres, haces y logras (Vladimir Estrada);
- la inversión que realizas en ti (Guillem Recolons).

**Propuesta de valor**

El objetivo principal de una Marca Personal profesional es dejar *marca*. Tu propuesta de valor debe ser un mensaje sencillo, completo y claro que muestre tu singularidad respecto de la competencia y el beneficio que aportas a tus potenciales clientes. Es decir, demanda conocer perfectamente a ambos: colegas y público objetivo.

**La Marca Personal es una actitud, un compromiso y una responsabilidad del profesional con la huella que deja en las personas con las que se relaciona: socios, entidades contratantes, clientes, proveedores, colaboradores, etcétera.**

¿Quién eres? ¿Qué te mueve? ¿Cuáles son tus principios y valores? ¿Qué haces de forma excepcional? ¿Qué te diferencia de otros profesionales del ceremonial, el protocolo y la organización de eventos? ¿Cómo te presentas? ¿Cómo presentas tus servicios? ¿Qué canales utilizas? ¿Cómo generas confianza? ¿Cómo te relacionas con tus públicos objetivo? ¿Qué interés o necesidad satisfaces? ¿Qué beneficio proporcionas? ¿Qué impacto generas? ¿Qué huella dejas?

La Marca Personal es una actitud, un compromiso y una responsabilidad del profesional con la huella que deja en las personas con las que se relaciona: socios, entidades contratantes, clientes, proveedores, colaboradores, etcétera.

La interacción entre profesionales con distintos conocimientos, experiencias e ideas demanda el empleo de un modelo de relación y comunicación efectivos centrado en las personas. Somos responsables de lo que decimos y escribimos y de cómo lo hacemos. La comunicación está presente en todas las acciones que realizamos. Expresar la personalidad y desplegar las dotes comunicativas permite transmitir el valor de la Marca Personal Profesional.

Lo que eres, lo que dices y lo que haces conforman un triángulo virtuoso que refleja tu identidad, representa tu esencia y genera emociones. Conexión, colaboración y cooperación sobre la base de la aportación de valor es el legado de la Marca Personal de cada profesional. Humanidad, autenticidad, coherencia, naturalidad, congruencia, honestidad y transparencia son sus características principales.

**Fases de gestión de la Marca Personal Profesional**

El *personal branding*, el proceso de gestión de la Marca Personal, incluye tres etapas claramente diferenciadas: autoconocimiento, estrategia y presencia.

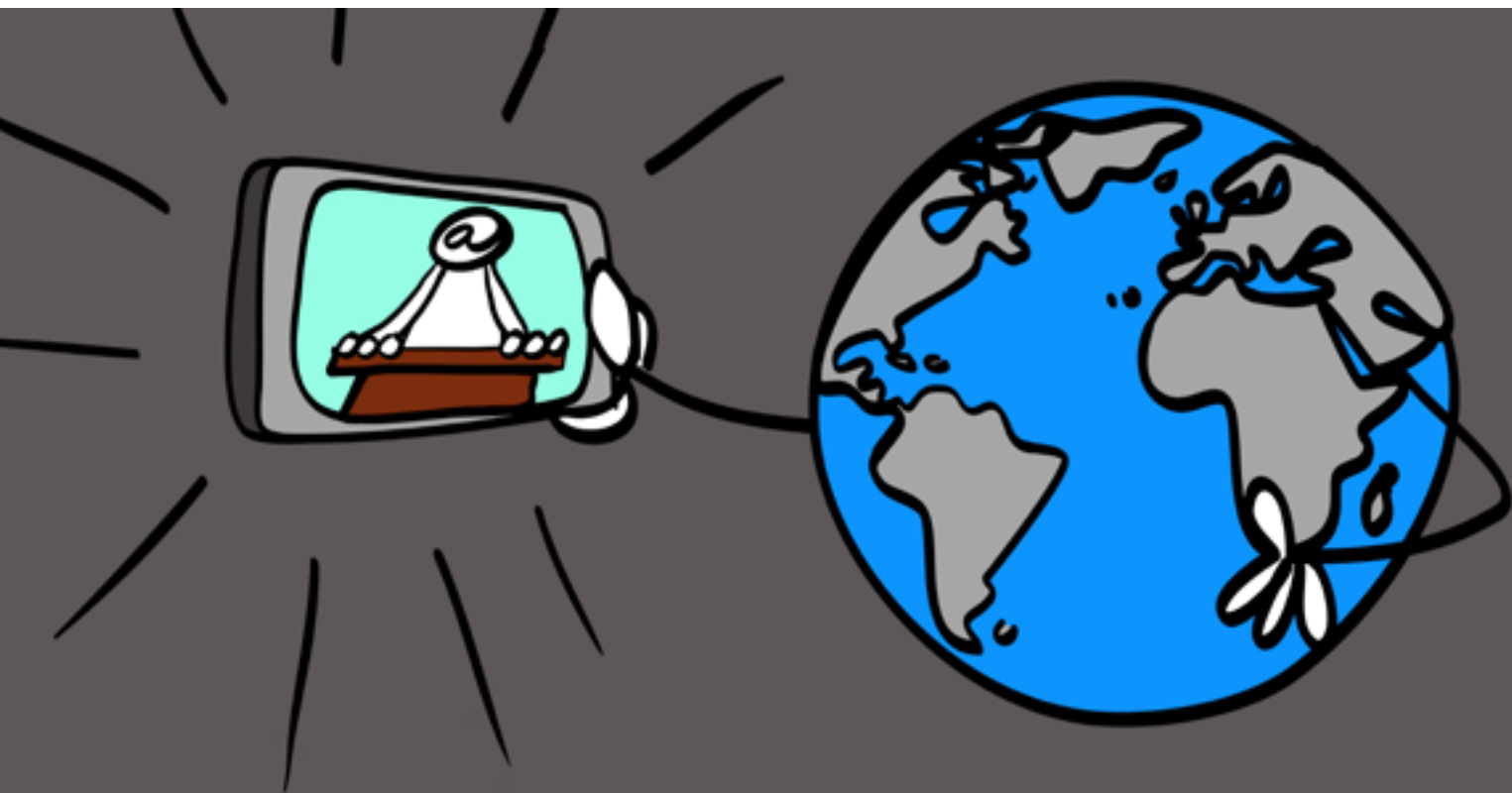


Ilustración: Sabela Arias Castro

### - Fase 1. Autoconocimiento

Busca alcanzar un conocimiento amplio de las capacidades individuales.

La sabiduría y el poder de cada persona radican en conocerse a uno mismo. Plantearse en qué eres diferente, preguntarse qué novedades ofrece tu servicio o producto y, entre otras acciones, programar una experiencia para tu audiencia te permitirá definir el objetivo que te has marcado y la estrategia de Marca Personal planteada para alcanzarlo.

Conectar con lo que de verdad importa demanda una escala de valores en equilibrio con la presencia *offline* y *online*.

El postureo atenta contra la autenticidad, la veracidad y la consistencia. Fomenta la artificialidad, la baja autoestima y el aislamiento. Y perjudica seriamente la capacidad para establecer vínculos personales y profesionales.

Tú decides, ¿eres un profesional creativo o un usuario cautivo?

### - Fase 2. Estrategia

Define tu misión. La razón de ser, lo que te define, el presente. Es tu porqué.

Detalla tu visión. Tus metas, lo que quieres alcanzar. Es tu para qué.

Enumera tus valores irrenunciables, los que te describen y representan.

Traza una hoja de ruta que incluya unos objetivos claros, una audiencia detallada y un mensaje principal. Un plan de acción que facilite que las personas de tu interés te conozcan, sepan lo que haces y qué les ofreces.

**La comunicación está presente en todas las acciones que realizamos. Expresar la personalidad y desplegar las dotes comunicativas permite transmitir el valor de la Marca Personal Profesional**

### - Fase 3. Presencia

Se dirige a las personas hacia las que se orienta la propuesta de valor.

Conectar con otros profesionales, compartir información de calidad, crear comunidad y generar confianza son las 4 C's que describen las premisas que mueven nuestra presencia en los entornos digitales.

Las relaciones que mantenemos con nuestra audiencia objetiva condicionan las decisiones de carácter interno y externo que tomamos. Conectar con nuestro público de interés desarrollando relaciones basadas en la conversación empática generará relaciones estables y maduras.

Deja de lado el narcisismo, los disfraces verbales y las máscaras narrativas. Permite que la sensatez escandalice. Tu comportamiento en la Red te describe como individuo. Convierte tu conducta en una autoridad moral.



### **Identidad digital = huella digital + reputación digital**

La estrategia digital de cada profesional del ceremonial, el protocolo y la organización de eventos debe centrarse en la construcción de una identidad digital caracterizada por la aportación de valor y la diferenciación. Es decir, caracterizarse por un estilo

propio, innovador y singular, y generar contenidos temáticos de calidad de forma regular. Principalmente, en LinkedIn, la principal red social profesional, y en un blog donde periódicamente ofrecer recomendaciones útiles para los públicos de interés. Estas acciones garantizan una presencia digital con buena reputación y alta visibilidad, con la consiguiente mejora de las oportunidades profesionales.

La identidad digital es la suma de la huella digital y de la reputación digital. Es la información disponible en la Red, así como las percepciones que ésta genera en terceras personas.

Es lo que comparte cada profesional en las distintas comunidades de miembros, la elección del nombre de usuario, la fotografía del avatar y el texto del perfil biográfico. Es las redes de las que forma parte y los vínculos que mantiene con otros usuarios. Es lo que otros usuarios perciben y valoran en cada red, expresado en los comentarios, opiniones, "me gusta", etcétera. Es lo que los buscadores dicen de cada persona.

La identidad digital es un mapa dinámico que ofrece información, en tiempo real, sobre cada uno de nosotros.

¿Cómo la cuidamos? Pensando cada acción antes de materializarla; compartiendo contenidos que interesen al público objetivo e impacten positivamente en la Marca Personal; escogiendo, cuidadosamente, en qué red estar y con quién compartir información,





1. Conocer el estilo que caracteriza a cada profesional, el valor que aporta y el propósito que le mueve.
2. Definir objetivos, identificar el target y conocer a la competencia.
3. Construir relaciones profesionales de calidad a través de canales físicos y digitales.
4. Activar y consolidar las conexiones.

Ser amable y accesible mostrar un interés genuino por los demás, transmitir confianza, contagiar energía, generar empatía y aportar valor es lo que se conoce como actitud *networking*.

## La Marca Personal Profesional revela tu valor añadido como especialista en el ceremonial, el protocolo y la gestión de eventos. Su cometido óptimo otorga visibilidad, notoriedad y reputación

Las tarjetas de presentación muestran tu profesionalidad y el valor que le das a tu trabajo. Cuidar el formato, incluir los colores de la marca y ofrecer un contenido creativo aporta información valiosa de ti y genera interés y curiosidad.

El storytelling consigue una conexión emocional entre una marca y sus seguidores. La historia entre la marca y sus públicos de interés se genera a través de las redes sociales, los blogs y las aplicaciones de mensajería instantánea, entre otros canales. Historias que cuentan experiencias memorables, generan sorpresa y apelan al lado humano.

Entre otros beneficios para la Marca Personal, las historias captan la atención, logran la identificación con nuestro relato y proporcionan nuevos significados a los servicios profesionales.

Concreta la audiencia para crear un relato real, interesante y ameno. Incluye respuestas a los intereses, preocupaciones o deseos de tu audiencia. Elabora un guion detallado, con un héroe, personas buenas y un sujeto malo, un reto sencillo y atractivo, símbolos identificativos y una moraleja.

Cuenta tu historia en tu página web, en tu blog, en tus redes sociales, en tus presentaciones, en tus campañas de email, en tus podcasts, etcétera.

La personalidad que se muestra en un entorno online tiene que ser la misma que la que se ofrece en un escenario *offline*. Una armonía perfecta entre la imagen física y la digital.

La Marca Personal Profesional revela tu valor añadido como especialista en el ceremonial, el protocolo y la gestión de eventos. Su cometido óptimo otorga visibilidad, notoriedad y reputación.

Somos lo que hacemos para cambiar lo que somos. Conecta con lo que de verdad aporta, importa y te importa. ■

con independencia del formato elegido; y, siendo memorable.

### Herramientas de comunicación y visibilidad: networking y storytelling

La gestión de las redes de contacto y la narración de historias son poderosas herramientas de visibilidad y comunicación en entornos físicos y digitales.

El proceso de gestión de las redes de contacto aumenta el área de influencia, favorece las conexiones profesionales y consolida relaciones. La Marca Personal Profesional se potencia con el networking online -principalmente en redes sociales, webs profesionales y blogs personales que utilizan formatos escritos, audiovisuales y audibles- y el networking offline -en eventos profesionales y sociales-.

La realización de un networking efectivo demanda:

**Lo que eres, lo que dices y lo que haces conforma un triángulo virtuoso que refleja tu identidad, representa tu esencia y genera emociones. Conexión, colaboración y cooperación en base a la aportación de valor es el legado de la Marca Personal**