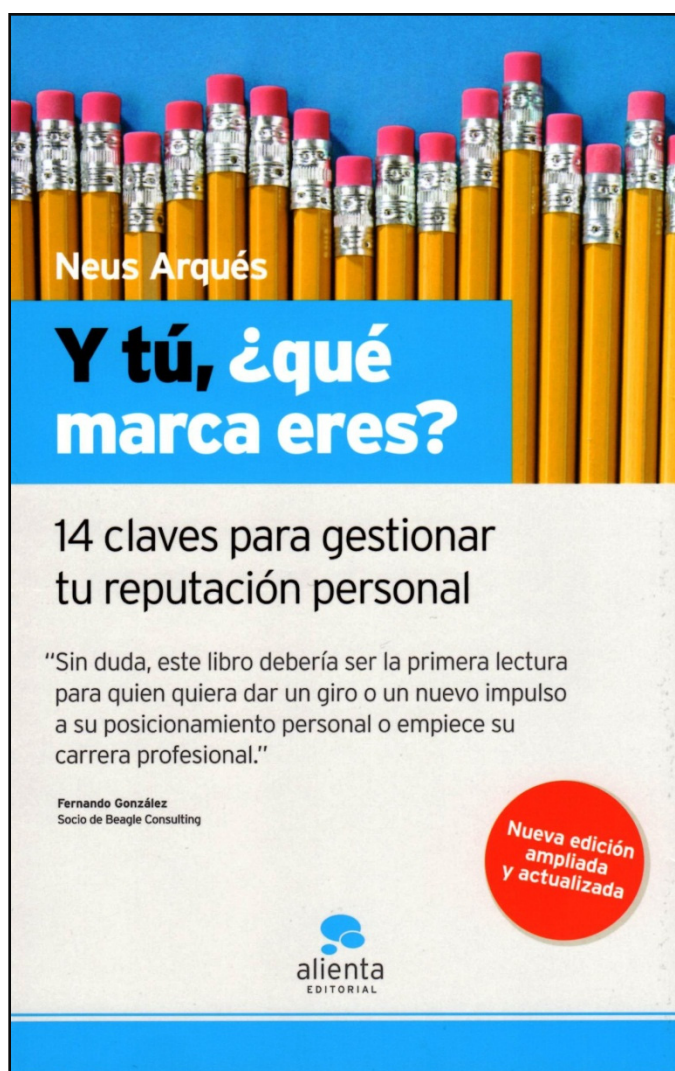


CUADERNO DE MARCA (CM)

16 ejercicios del libro

Y tú, ¿Qué marca eres?
de Neus Arqués

para apoyarte en el proceso de
definición de **tu marca personal**



Cuaderno de marca (CM)

16 ejercicios del libro *Y tú, ¿Qué marca eres?*

© Neus Arqués, 2012.

www.neusarques.com.

© Hooked, a división of Manfatta SL, 2012

Milà i Fontanals, 14-26, 1º, 8ª bis

ES-08012, Barcelona, España

www.hooked.es

Todos los derechos reservados.

Los ejercicios incluidos en este fichero proceden del libro ***Y tú, ¿Qué marca eres?*** de Neus Arqués y están concebidos para tu uso personal.

El uso comercial de este documento requiere la autorización escrita de Manfatta SL.



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 1] Ejercicio: Instinto básico

Pregúntate: Si hoy pudiera cambiar el mundo, ¿qué cambiaría?

¿Qué causa, ONG o campaña apoyo o apoyaría?



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 2] Ejercicio: El epitafio

Este ejercicio en la identificación de la propia misión consiste en escribir nuestro epitafio. Cuando ya no estemos, ¿Qué recordarán de nosotros? Imagina tu propio entierro. A él asisten cinco personas (familiares o amigos) que te conocen bien. Escúchalos. ¿Qué están diciendo de ti? ¿Cómo te recuerdan? ¿Por qué te echan de menos?

Una variante del mismo ejercicio es la del "abuelo centenario". Estás soplando las velas de la tarta con la que celebras haber llegado a los 100 años. ¿Qué felicitaciones recibes y por qué?



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 3] Ejercicio: Escribe tus atributos

En una hoja individual haz una primera lista de los atributos que te definen. Anota todos los adjetivos que te vengan a la mente, sin censurarte. Completa la frase "Soy una persona..."

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Solidaria | <input type="radio"/> Ambiciosa | <input type="radio"/> Competitiva |
| <input type="radio"/> Comprometida | <input type="radio"/> Emprendedora | <input type="radio"/> Creativa |
| <input type="radio"/> Eficaz | <input type="radio"/> Tolerante | <input type="radio"/> Productiva |
| <input type="radio"/> Innovadora | <input type="radio"/> Convincente | <input type="radio"/> Responsable |
| <input type="radio"/> Ecuánime | <input type="radio"/> Alegre | <input type="radio"/> Apasionada |

Otros atributos (puedes formularla también como "Soy una persona a la que mueve..."):



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 4] Ejercicio: Valores que me interesan

Identifica los valores más relevantes para ti:

- La solidaridad
- El compromiso
- La eficacia
- La innovación
- La ecuanimidad
- El afecto
- La armonía
- El arte
- La aventura
- El cambio

- La competición
- La conciliación
- El conocimiento
- El crecimiento personal
- La familia
- La fe
- La integridad
- La influencia

- La intimidad
- La justicia
- El logro
- El medio ambiente
- El reconocimiento
- La responsabilidad
- El poder
- La visibilidad

Tus atributos:



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 5] Ejercicio: Proyecta tus atributos

Piensa en un producto con el que te identifiques. ¿Te reconoces en sus atributos? ¿Por qué te atrae su marca? ¿Qué ves? ¿Un barco, porque refleja independencia? ¿Una coca-cola, con su "chispa de la vida"? ¿Un libro con el que saciar la curiosidad?

Cuanto más espontánea sea tu asociación, más posibilidades de que te indique el camino hacia tus atributos esenciales.

Anota los resultados en tu cuaderno y compáralos con la selección de atributos que has elaborado en el ejercicio anterior. ¿Son consistentes?

Me identifico con:



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 6] Ejercicio: Pregunta a tres familiares/amigos qué tres atributos te definen a su entender y por qué

Atributo:	Familiar/amigo 1	Familiar/amigo 2	Familiar/amigo 3
1			
2			
3			



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 8] Ejercicio: Ponte una medalla

Vuelve la vista atrás y haz memoria:

- **¿Cuáles han sido tus mayores logros profesionales en tu puesto actual?**
- **¿En tu puesto anterior?**
- **¿Qué asignatura(s) se te daban mejor en la universidad?**



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 9] Ejercicio: Pasiones

Normalmente las actividades que nos apasionan se relacionan con nuestras competencias más relevantes. Lo que nos gusta solemos hacerlo bien. Piensa en tus pasiones: ¿qué actividades o hobbies te interesan más? ¿Qué habilidades requieren?

Actividades	Habilidades



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 11] Ejercicio: Mercado y público objetivo

A continuación describe tu público objetivo, tu "cliente potencial". ¿Qué perfiles en dicho mercado pueden ayudarte en la consecución de tus metas?

Anota en tu cuaderno de marca cuál es tu mercado: ¿qué tipo de sector / empresa / profesional está interesado en los servicios que tú ofreces/quieres ofrecer?

Amplia tu lista con los nombres de prescriptores, es decir, de aquellas personas que pueden hablar de ti a tus clientes potenciales.



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 12] Investigación de mercado

En función de mis metas, ¿en qué sector(es) me ubico? Vuelve a anotar aquí cuál es tu mercado, que ya has identificado en el ejercicio anterior.

¿Cómo son estos sectores? Busca la máxima información: composición, actores principales, previsiones de crecimiento, empresas y personas clave... Puedes encontrar datos actualizados de libre acceso en la Red y, normalmente, en las asociaciones propias del sector.



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 13] Análisis de la competencia

Una vez identificados sector y perfiles, conviene realizar un estudio de comparación con nuestra competencia, en búsqueda de nuevas informaciones (perfiles de éxito) que nos sirvan de guía. En Marketing denominamos "benchmark" a este tipo de estudios. En el ámbito de la marca personal, giran alrededor de estas preguntas:

- ¿Cómo son las personas que realizan el trabajo / ocupan el puesto que me interesa?
- ¿Qué calificaciones profesionales tienen?
- ¿Qué tipo de experiencia se solicita para / se espera de dichos cargos?
- Otras informaciones relevantes...



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

CM DAFO

<p>Debilidades (relativas a mí)</p>	<p>Amenazas (relativas al entorno)</p>
<p>Fortalezas (relativas a mí)</p>	<p>Oportunidades (relativas al entorno)</p>



Y tú, ¿Qué marca eres?

Neus Arqués

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: _____

[CM 15] *Networking*: Tu red de contactos

1. **Elabora un listado en el que anotes las redes profesionales y particulares a las que ya perteneces:**

- Asociaciones profesionales.
- Asociaciones de ex alumnos.
- AMPA del colegio de tus hijos.
- Redes vinculadas a tus *hobbies*: club de tenis, centro excursionista, tertulia literaria,....

2. **Junto a cada entrada del listado anterior, anota los nombres de miembros que recuerdes: socios del club, padres de otros niños, colegas, etc.**

3. **Una vez completado el listado, marca los nombres cuyo contacto consideres más "fresco" (reciente). Los nombres marcados pueden considerarse tu *network* de partida.**

4. **Revisa todos los nombres (ya sean contactos frescos o no) y pregúntate qué relación tienen (o podrían tener) con las metas profesionales que te has trazado:**

- Empieza preguntándote la relación directa (qué impacto pueden tener directamente estas personas).
- Después pregúntate por la relación indirecta: ¿alguna de estas personas conoce a otro contacto que para ti sea esencial?

5. **Puestos a empezar, lo hacemos por los contactos más frescos y más interesantes para tus metas. Hazte una lista corta (tres nombres bastan por ahora). Piensa detenidamente en cada uno de ellos.**

La primera pregunta: ¿los tienes (bien) introducidos en tu agenda u organizador?

La segunda pregunta: ¿qué sabes de ellos?

La tercera pregunta y principal: ¿qué se te ocurre que puedes hacer tú por ellos?

Entre las posibles respuestas destaco:

- Presentarles a otro contacto tuyo, con el que crees que puede haber sinergias.
- Enviarles información (convocatorias, artículos,...) de su interés.
- Interesarte por una situación o problema que te comentaron la última vez que os visteis (recuerda: tiene que interesarte de verdad, no se trata de fingir).

6. **Una vez abordados los contactos más frescos y relevantes, revisa el resto. Céntrate en aquellos que consideras importantes pero que hace tiempo que no frecuentas. Pregúntate (una vez más: ¡es la primera regla del networking!) qué puedes hacer por ellos.**

7. **Finalmente, haz tu propia carta a los reyes: ¿a quien no conoces y crees que sería interesante conocer? ¿Cómo puedes llegar a esas personas situándolas a sólo dos grados de ti?**

Y tú, ¿Qué marca eres?

de Neus Arqués

Encontrarás más información en:

<http://www.neusarqués.com/ytuquemarcaeres>

Puedes adquirir el libro en formato ebook desde:

<http://www.amazon.es/dp/B006YBLU44>

O encuéntralo en tú librería más cercano:

http://www.todostuslibros.com/libros/y-tu-que-marca-eres_978-84-15320-19-7

