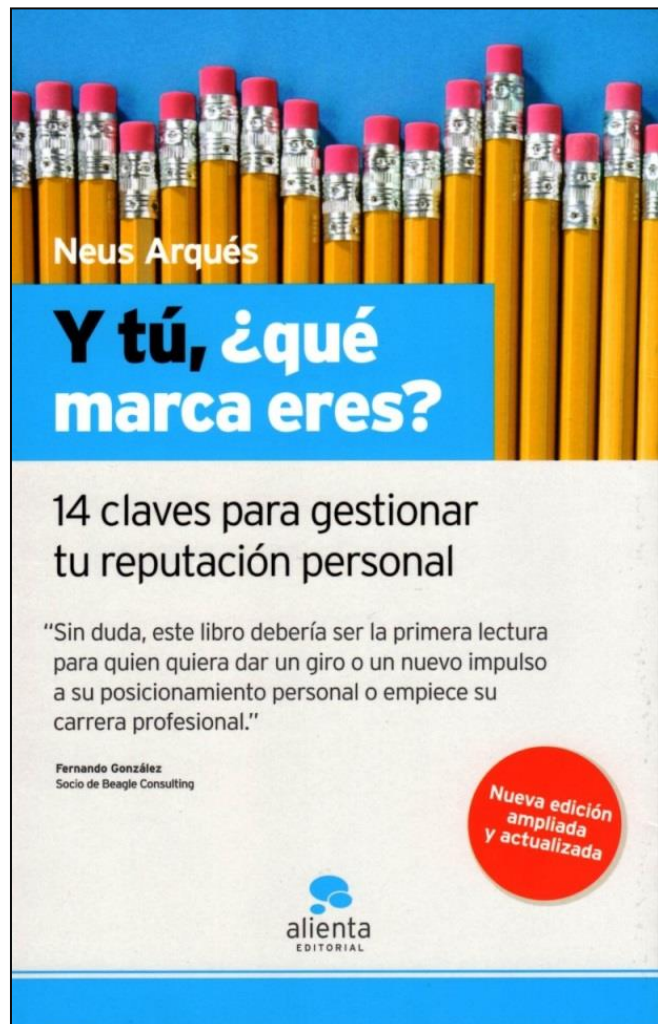


# CUADERNO DE MARCA (CM)

## **16** ejercicios para que descubras tu marca personal

Cuaderno complementario del manual  
*Y tú, ¿qué marca eres?*  
de Neus Arqués



# Cuaderno de marca (CM)

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

© Neus Arqués, 2013.  
[www.neusarques.com](http://www.neusarques.com)

© Hooked, a division of Manfatta SL, 2013.  
[www.hooked.es](http://www.hooked.es)

Todos los derechos reservados.

Los ejercicios incluidos en este fichero proceden del libro  
***Y tú, ¿qué marca eres?*** (<http://www.neusarques.com/ytuquemarcaeres/>)  
de Neus Arqués y están concebidos para tu uso personal.

El uso comercial de este documento requiere la autorización escrita de  
Manfatta SL: [recepcion@manfatta.com](mailto:recepcion@manfatta.com).

# ***Y tú, ¿qué marca eres?***

Te doy la bienvenida a tu Cuaderno de Marca personal, una selección de ejercicios para plasmar tu propia marca.

Me presento. Soy Neus Arqués. Soy escritora y analista. Me interesa la Gestión de la visibilidad: ¿Cómo logramos ser visibles? Porque si no nos ven, no nos compran, ni contratan nuestros servicios ni financian nuestro proyecto.

En este Cuaderno encontrarás distintos ejercicios, pensados para ayudarte a identificar diversos componentes clave de tu marca personal: tu visión y misión; tus valores y atributos; tus objetivos. Podrás identificar a tu público objetivo, realizar una investigación de mercado y analizar a tu competencia. Ordenarás tu red de contactos con el fin de hacerla crecer.

Los ejercicios forman parte de mi libro [\*Y tú, ¿qué marca eres? 14 claves para gestionar tu reputación personal\*](#). Este manual te acompaña en el proceso de identificación de tu propia marca, con técnicas y herramientas accesibles para definir, posicionar, comunicar y gestionar tu marca personal y tu reputación.

Si te interesa aprender a gestionar mejor tu visibilidad, [te animo a suscribirte a mi Lista](#). Recibirás en tu bandeja de entrada recursos y reflexiones sobre tu visibilidad, marca personal y tu privacidad.

También puedo ayudarte en una [sesión de asesoría individual](#), en la que trabajamos juntos tu propia marca. Aquí te cuento cómo funciona: [www.neusarques.com/asesoria](http://www.neusarques.com/asesoria).

Te deseo un feliz viaje a tu marca personal y te animo a que la construyas, para que todos podamos beneficiarnos del talento y los atributos que hacen de ti un/una profesional singular.



**Neus Arqués**  
**Escritora y analista**  
[www.neusarques.com](http://www.neusarques.com)



## **Y tú, ¿qué marca eres?**

Neus Arqués

<http://www.neusarques.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**

<b>Atributo:</b>	<b>Familiar/amigo 1</b>	<b>Familiar/amigo 2</b>	<b>Familiar/amigo 3</b>
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			





## ***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.neusarques.com/ytuquemarcaeres/>

Fecha: \_\_\_\_\_

### **CM DAFO**

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

Puedes ampliar los conceptos trabajados en este Cuaderno en el manual ***Y tú, ¿qué marca eres? 14 claves para gestionar tu reputación personal*** (<http://amzn.to/10S5w6N>).

***Y tú, ¿qué marca eres?*** te acompaña en el proceso de identificación de tu propia marca. En el libro encuentras herramientas de uso fácil y sin coste económico para definir, posicionar, comunicar y gestionar tu marca personal y tu reputación.

***Y tú, ¿qué marca eres?*** es el manual de referencia para quienes buscan posicionar o reposicionar su marca. La edición actualizada incluye dos capítulos nuevos, dedicados a la gestión de la identidad digital y al impacto de las redes sociales en la marca personal.

También puedes suscribirte a la Lista de Neus sobre Visibilidad [http://bit.ly/listaNeus\\_signup](http://bit.ly/listaNeus_signup): reflexiones y recursos para gestionar tu visibilidad, marca personal y privacidad.

