

DIPLOMADO EN DESARROLLO Y CREACIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA PERSONAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE
HILDA CATALINA POTOSÍ ACHITO

CÓDIGO
1006167274

PROGRAMA
PUBLICIDAD

DOCENTES
DIANA QUINAYA
RUBEN SAAVEDRA
MIGUEL LONDOÑO
DIANA CASTAÑEDA
EDWIN DIAZ

FECHA DE ENTREGA
09 DE DICIEMBRE DE 2022

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES

JUSTIFICACIÓN

El objetivo principal del diplomado en construcción de marca personal significa venderse a sí mismo. Un conjunto de actividades y estrategias basadas en la capacidad de promocionar de forma eficaz la propia imagen profesional mediante técnicas de marketing. Básicamente, define la reputación de un profesional por sus actividades. La idea es la misma que se utiliza para la promoción de marcas y productos: posicionarse en el mercado y comunicar diferentes valores. Por supuesto, con la proliferación de la digitalización, especialmente de las redes sociales, Internet se ha convertido en una herramienta imprescindible para construir una marca personal. Una marca es lo que permite que su público objetivo tenga la claridad y las expectativas claras frente a una necesidad que el profesional puede satisfacer. Dados los parámetros del mercado profesional actual, contar con una marca personal es un factor importante para lograr el éxito laboral, ya que es una herramienta que visibiliza tu identidad profesional y hace que se diferencie de otros profesionales del mismo ámbito.

Es de gran ayuda durante la trayectoria profesional, porque pone en valor las habilidades y conocimientos. Una buena imagen acelera el proceso de selección si están buscando un profesional. En este caso es saber venderse como publicista, lo que se trabaja es la percepción que los demás tienen sobre el profesional, tener cuidado con la imagen, de la manera en que se comunica. Es importante tener claro cómo usar los distintos canales que la tecnología ofrece genera de cierta forma contenido de calidad propio, trabajar para la marca es definir la imagen que se quiere transmitir y cuanto más se asemeje a la realidad será mucho mejor, se debe tener en cuenta que siempre si tiene una marca, algo que los identifica del resto, así se trabaje en ella o no, siempre se está generando una identidad sea mala o buena todo depende de la persona.

La marca personal es fundamental para reforzar las principales vías de presentación profesional (hoja de vida, carta de motivación, portafolio, etc...) y mostrar las capacidades desde una perspectiva más autónoma y segura, que demuestre a los seleccionadores del personal o a los clientes potenciales, que el profesional es alguien con una presencia de alto valor. Elevar las posibilidades de vivir de lo que más le apasiona, cualquier tipo de persona está en la capacidad de crear una marca personal, ya sea que a la persona le guste dibujar, pintar, componer música, hacer videos, tomar fotografías, cualquier pasión puede acompañarse de estrategias de personal branding efectivas para elevar el alcance, usualmente en el contexto digital, aumentando las posibilidades de conectar las pasiones con el trabajo soñado.

Hay varios aspectos de marca personal que hacen que la persona se proyecte como un profesional líder y referente en este caso a el sector publicitario, para ello es importante y necesario trabajar a fondo para mostrar de manera transparente la

personalidad, la confianza, la credibilidad y autoridad para que valoren, aprecien todos aquellos servicios que se pueda ofrecer como publicista. La idea es destacar y diferenciarse de la competencia, o simplemente cultivar una comunidad que sea fiel a el trabajo reflejado y tenga referencias buenas en todo momento.

Se puede asegurar de que hoy en día, el personal branding es la principal fórmula de realización profesional. Los llamados currículos están al borde de la extinción, los perfiles profesionales están disponibles en línea y lo primero que hará cualquier reclutador de recursos humanos de una empresa es rastrearlo en línea para ver si sería un buen candidato y lo que puede ofrecer, Hoy en día, cada uno quiere y disfruta de su propio momento popular, cualquiera puede hacerse una foto y difundirla al mundo a través de Facebook, o convertirse en trending topic en Twitter, qué mejor forma de promocionar la marca personal que a través del método de las redes sociales.

El branding personal es una estrategia que requiere esfuerzo y dedicación, debe de ser un trabajo constante, dotar a la marca de una identidad que permita diferenciarse de los competidores y que logre asociarse con unos valores correctos. A su vez, se quiere resaltar la importancia de la marca, como carga emocional, como un signo de lealtad, crear fidelidad con el consumidor y que este se sienta participe de la marca. Entender que hacer un branding y engagement emocional es un paso más hacia la conquista del corazón de un cliente, lograr que el consumidor interactúe con la marca, por este motivo las plataformas sociales son imprescindibles para la marca personal, que haya cierta conexión,.

Para este diplomado en construcción de marca personal, se requiere de mucho autoconocimiento, analizarse uno mismo, de introspección, de pensar seriamente que se quiere hacer en la vida, cómo va a vivir el día a día, el propósito que se tiene o simplemente se vive de una manera sin sentido ni con una visión ni mucho menos con metas, ya sea de corto, mediano o largo plazo. Construir una marca personal es complejo cuando no se tiene claro para donde vas, o eres bueno para ciertas cosas, pero tienes una mente muy negativa. Todo esto es importante, porque a veces por limitaciones que la misma persona se pone o las circunstancias del entorno, hace que no se tenga un enfoque claro y sólido.

Saber para qué se es bueno, cuales son esas habilidades que se tiene que potenciar o cual es ese hábito y acción negativa que hay por mejorar si o si.

Por consiguiente, se tiene en cuenta los aportes teóricos de algunos autores que se refieren al concepto de marca personal tales como:

Según Ortega (2012), una marca personal está formada por decenas de elementos, desde lo que hay dentro de una persona hasta cómo se comunican, cómo los demás perciben esa marca. Estos elementos permitirán ser vistos como profesionales valiosos y confiables. En otras palabras, las marcas personales pueden ser tan complejas como las personas y pueden nutrirse de la forma en que dichas personas las desarrollan y comunican dentro del entorno profesional en el que se desenvuelven, dependiendo de cómo los clientes potenciales perciben.

En otro orden de ideas, Arruda (2007) define la marca personal como la manera de clarificar y comunicar aquello que te hace diferente y especial, y de emplear esas cualidades para guiar la carrera o tomar decisiones estratégicas. Consiste en comunicar de modo claro la promesa de valor única que ofrece a la empresa o los clientes. Por lo tanto la marca personal está conformada por una serie de características que la persona posee intrínsecamente y que pueden ser moldeadas de formas estratégicas para generar ciertas reacciones deseadas en las personas seleccionadas a través de la forma en que la comunicamos.

En base a los conceptos presentados anteriormente, la identificación de una marca personal es creada por el creador visual a partir de elementos internos, estableciendo factores diferenciadores y generando una propuesta de valor única de manera clara para ofrecer a los clientes potenciales. Esta se medirá por las siguientes dimensiones: características y elementos, para analizar el posicionamiento de la marca personal ante el creador visual.

BUENAS PRÁCTICAS

En el transcurso de realizar el presente diplomado, de manera personal género buenas prácticas principalmente es cuestiona quién eres como persona, quién eres como estudiante en su proceso de convertirse en un profesional. Formular y responder preguntas como: ¿quién eres? ¿Qué te hace único? ¿Cual es tu propósito? ¿Cual es el objetivo de hacer un diplomado en marca personal? y responder de manera muy sincera es cuestión de tomarse su tiempo y espacio en el día para pensar y analizar, cuales son las características que se posee para realizar todo el proceso de autoevaluación. La toma de decisiones frente a una situación problemática, como profesional de qué manera efectiva se puede enfrentar y llegar a la solución más adecuada.

Pensar cuál va ser el valor agregado, el factor diferenciador de mi marca, tener un punto de equilibrio donde permite a cada individuo a conocer realmente en qué consiste su propia marca personal. Una vez que se ha encontrado la esencia del personal branding, se pudo desarrollar y proyectar de una forma mucho más eficiente y sencilla. A la mayoría de las personas les resulta extremadamente difícil describirse a sí mismas, aunque a menudo les resulta más fácil explicar cómo quieren ser. Entender que ahora las redes sociales son la carta de presentación para un profesional, tener un perfil profesional es indispensable. Definir cuales son los objetivos personales y profesionales obviamente que sean realistas, medibles y alcanzables.

Dedicación y esfuerzo para lograr el desarrollo eficiente del diplomado, ser consciente que crear, mejorar y desarrollar tu marca personal necesita mucho trabajo. Este trabajo vendrá planificado mediante la estrategia seleccionada y las acciones necesarias para plasmar el mensaje de la misma. También en el proceso se aprendió que se puede tener alguna persona que sirva de inspiración No se trata de copiar y/o “fusilar” sus métodos y acciones, pero si tener conciencia de los puntos clave que los han hecho diferenciarse del resto.

Tener en cuenta que una marca personal no se construye de la noche a la mañana, es un proceso largo, se debe ser paciente y constante esto es esencial para lograr recoger frutos a lo largo del camino. Las buenas prácticas básicamente parten de cómo fue el desempeño de cada uno en el proceso del diplomado, si tuvo compromiso y dedicación.

Las buenas prácticas que cada uno experimentó, enseña que no solo es la parte exterior, no todo es lo visual, lo que realmente complementa una verdadera marca personal son los valores, ser positivo y auténtico.

APRENDIZAJES

A lo largo del desarrollo del diplomado de manera personal, queda la importancia de aprender a conocerse, de mirar que se está haciendo para fortalecer la personalidad, si se quiere dejar una huella buena o mala, si se quiere que lo recuerden por ser un gran ser humano o todo lo contrario, en realidad tener un título es un requisito más, pero lo que en realidad tiene mucho valor y peso, es lo que se va a mostrar cada día ante los demás. El concepto de marca personal está muy en tendencia, y qué pasa con esto, que está generando un falso concepto o encaminan ese concepto a forzar las dinámicas de interacción, pierda su esencia solo por encajar en moldes que la misma sociedad impone haciendo ver como algo bueno malo si no se hace de cierta forma.

La estrategia de una buena identidad permite que una persona se convierta en la opción preferente en un proceso de selección. Tener cierta coherencia en lo profesional y lo personal. La función de implementar una marca personal en una empresa es para humanizar las organizaciones es parte de la personalidad de la marca con esto se logra mayor influencia. Otra enseñanza que deja el diplomado es que una marca personal es marca personal si se trabaja con constancia por eso se considera que no todas las personas alcanzan una marca personal, y detrás de eso se tiene que definir el propósito de vida, los objetivos la estrategia, la planificación de cada acción y claramente con un fin específico: educar, vender, entretener.

Otro aspecto importante es asegurarse de que la marca esté conectada con todo lo que se piensa, se siente, se dice y se desea. Reconocer que la mejor manera de promocionar la marca personal es enfocarse en algo que agregue valor. Eso es destinar más recursos para retribuir a la sociedad. Recordar que siempre es más valioso crear que copiar o expandir. Esforzarse por perfeccionar cada habilidad, conocimiento y herramienta todos los días. Alcanzar cada objetivo requerirá un fuerte compromiso. Es más fácil crear una marca personal que esté estrechamente ligada a las pasiones, si no se está a gusto con el trabajo que tiene puede pasar que no hace sus funciones con amor o empeño, no disfruta de lo que hace, quiere que sea la hora de salida para liberarse de eso que no le apasiona, por eso es tan importante tener claridad de lo que realmente le gusta hacer, humanizar la marca y darle un toque de creatividad va ser el elemento diferenciador donde quiera que vaya.

La marca personal es una invitación a la autenticidad radical, tener una actitud emprendedora y sobre todo no dejar que la esencia se pierda por percepciones y cosas negativas de los demás.

RECOMENDACIONES

Para empezar se recomienda a la administración y a la facultad de la universidad mayor organización y gestión en los diplomados, tener en cuenta que están ofreciendo un plus a los próximos egresados de la institución que dejaran el nombre en alto ante la sociedad, al estar en el mercado estarán midiendo las capacidades y conocimientos que adquirió el estudiante en su proceso formativo. Programar con tiempo cada actividad a realizar, que sea un tiempo prudente y sobre todo que los que tomen la opción de diplomado se sientan dichosos de reforzar sus habilidades mediante los beneficios que dejará en cada uno.

Por parte de los estudiantes a seguir capacitándose de acuerdo a sus objetivos tanto personales como profesionales, a tener disciplina, responsabilidad y compromiso con cada labor que se adquiriera, dar el 100% de cada uno, demostrar la capacidad que a veces no se cree que se tiene, aprovechar las oportunidades en el desarrollo profesional, estar actualizados para responder a los desafíos y necesidades del mercado.

Los diplomados son cortos. De esta manera, podrá sobresalir en su campo de trabajo y/o encontrar nuevas oportunidades laborales en un período de tiempo muy corto. No hay duda de que obtener un diploma se suma a su imagen profesional. Que implica una inversión considerable, en tiempo y dinero. También resaltar que un diplomado virtual tiene flexibilidad de horario y de mayor autonomía e independencia para desarrollarlo.

A. DESARROLLO DEL ANÁLISIS PERSONAL



Elaborado por Catalina Potosi

El propósito:

Mi propósito de vida a corto plazo es terminar la carrera universitaria, posicionarse en un buen empleo para brindar a las personas que necesitan de todos mis capacidades en el campo amplio de la publicidad y el marketing digital, eso en cuanto a lo profesional. En lo personal, ser mejor persona cada día, aprender más de los errores, ser feliz conmigo misma, tener una influencia positiva en las personas que me rodean, y ejercer mi profesión de publicista con lo que me apasiona que es viajar, y ayudar a los demás en cuanto a superación personal y emprendimientos con un enfoque social. impulsar el nomadismo digital

Pasión:

Viajar, el arte, pintar, la fotografía, crear cosas nuevas, explorar culturas y vivencias diferentes, ayudar a las personas, brindar servicio social, practicar el desarrollo personal deseando hacer cambios positivos en el estilo de vida.

Profesión:

Publicista

Misión:

Como publicista mi misión es desarrollar servicios de diseño gráfico, páginas web, posicionamiento de marca, crear campañas publicitarias creativas, marketing digital para emprendedores, promover cambios que generen beneficios comunes. Abrirse a una nueva realidad más humana y sostenible con espíritu de libertad e inconformismo, trabajando desde una ética de responsabilidad y honestidad con las personas y el medio ambiente

Vocación:

Artística y emprendedora

B. MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● Dificultad en el inglés● Falta de experiencia● No planifico mis cosas● Estrés con facilidad● Me distraigo con facilidad● Me cuesta hablar en público● No soy ordenada● Sin redes sociales profesionales● Poca confianza en el desempeño propio	<ul style="list-style-type: none">● Cursos y especializaciones● Estudiar inglés y otros idiomas● Conocer personas con más experiencia● Impulsar y mejorar mis emprendimientos● Potencializar mi marca personal● Trabajar y estudiar en el exterior● Posibilidad de trabajar desde casa

<ul style="list-style-type: none"> • No ser tan sociable 	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo en networking • Apoyo economico familiar • TRABAJAR REMOTO (NÓMADA DIGITAL)
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje constante • Capacidad creativa • Sentido de pertenencia • Responsabilidad • Actitud positiva y proactiva • Aprendo con facilidad • Me adapto con facilidad • Puntualidad • Ser observadora, prestar atención a pequeños detalles • Emprendedora • Conocimientos en marketing 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenecer a una profesión últimamente con alta demanda • Publicistas más especializados • Costos altos para seguir estudiando • Competencia desleal • Tasa de desempleo alta en el país • Situación económica del país • Inseguridad en la ciudad • Cambios en los consumidores • Personas que no tienen una formación profesional de publicista, y cobran muy barato por los servicios

PLAN ESTRATÉGICO

FORTALECER DEBILIDADES

- Empezar a realizar cursos básicos de inglés, descargar aplicaciones como Duolingo, Memrise para mejorar y ampliar mi vocabulario y la gramática, para luego entrar en un instituto de idiomas.
- Invertir mi tiempo en seguir capacitándome en el área de la publicidad y el marketing, poner en práctica todo el conocimiento adquirido hasta el momento creando un portafolio con todos mis trabajos realizados y mirar la evolución que pueda lograr.
- Tener una agenda personal, escribir todo lo que tengo que hacer, desde la tarea más importante y así mismo, estableciendo cada tarea con fechas y plazos para cumplirlo, y hacer una cosa a la vez. (crear un planificador semanal) y recordatorios en el celular
- Aprender técnicas de relajación como respirar profundo, calmarme un poco, salir a tomar aire, si estoy trabajando hacer una pausa activa, tomar aguas aromáticas
- Masticar chicle, descansar el tiempo que es necesario para estar activo, crear un espacio agradable y alejarme de lo que me distrae (celular)
- Tomarme el tiempo de informarme bien del tema para saber de lo que voy hablar, practicar parándome frente al espejo y practicar mi discurso e imaginar que estoy con muchas personas, tener una postura de seguridad y cuidar mi tono de voz.
- Empezar a reducir, eliminar y desechar lo que no usó, dividir mi jornada en varias metas sencillas para cumplirlas todos los días y que se vuelva mi hábito poco a poco.
- Empezar a crear un perfil profesional en Instagram, Facebook y linkedin.
- No ser tan dura conmigo misma y creer que lo que hago está bien hecho.

VENTAJAS EN LAS OPORTUNIDADES

- Ayuda a elevar mi nivel de conocimiento y académico en mi profesión, la importancia radica en desarrollar competencias adicionales a su vez creando una formación más sólida.
- Estudiar inglés impulsa mi carrera y abre caminos para buscar un éxito profesional, posicionándome como una publicista con un valor agregado a la competencia y por supuesto mejorar mis ingresos y calidad de vida.
- Ampliar y enriquecer mis conocimientos a base de la experiencia y buen desempeño de personas que ejerzan un cargo en publicista, mejoro mis relaciones interpersonales y tener buenos contactos.
- Como estudiante de publicidad estoy en el proceso de poner en práctica todo el conocimiento aprendido en la universidad en mis emprendimientos con el propósito de posicionar mi marca comercial y personal
- Como ventaja de realizar un diplomado en marca personal, me permite diferenciarme al resto de los demás publicistas que todavía no cuentan con una imagen y marca personal construida, cómo apporto o ayudó a los demás de forma única y a mi manera que genera reputación y crea una comunidad.
- Posibilidad a mejores ofertas laborales y desarrollo profesional, conocer otras culturas, como es la educación en el exterior y cambiar mi estilo de vida.

POTENCIALIZAR MIS FORTALEZAS

- Me caracterizo por ser constante en expandir mis conocimientos enfocado en lo que quiero, leo, investigo, miro muchos tutoriales en youtube, me capacito de cosas que no conozco y me parecen interesantes de forma independiente.
- Para aumentar mi creatividad es importante dejar volar la imaginación, no limitarse uno mismo, ser curioso, leer historias de culturas y cosas diferentes, buscar tendencias y analizar el entorno.
- Fomentar el sentido de pertenencia es sentir que hago parte del equipo de trabajo, tomar mis compromisos y deberes con responsabilidad, que ayuda mi desempeño laboral y la actitud positiva contagia a los demás.
- Soy responsable, sin embargo el propósito es mejorar cada día más y aplicar hábitos de disciplina, olvidar las excusas, ser estricta con mis obligaciones.

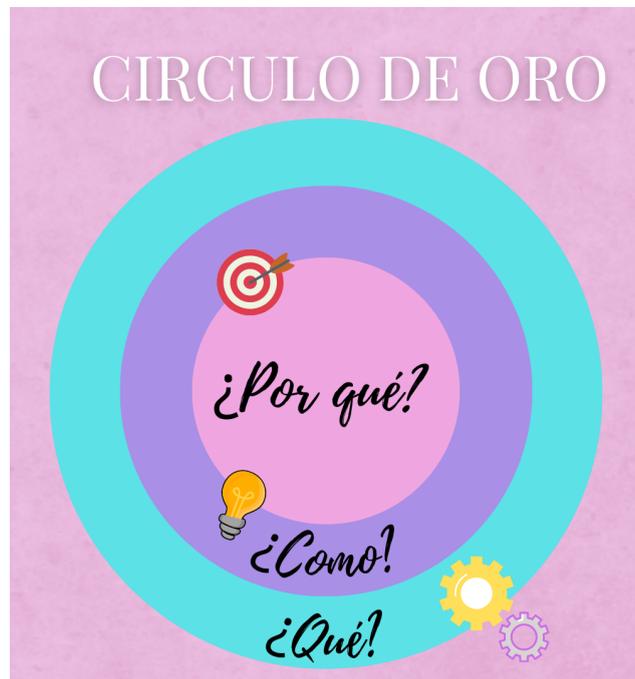
- Seguir mejorando mi actitud positiva cómo ser optimista, buscar siempre la solución al problema, hacer ejercicio, no ahogarme en un vaso de agua y sobre todo rodearme de gente con buena energía y positivismo
- Me considero una persona autodidacta, aprendo con agilidad, la idea es poco a poco encontrar mis propias técnicas para aumentar mi eficacia.
- Para mejorar mi puntualidad, me levanto temprano, no hago demasiados planes, dormir bien, salir 15 min antes de la hora establecida.
- Ser más observadora que pueda no solo mirar por encima, si no recordar lo que miro y memorizar o buscarle un sentido, ser deductiva para separar los detalles importantes, observar para luego llegar a una conclusión
- Me gusta emprender, en el momento tengo dos emprendimientos y poco a poco busco cosas para validarla como una idea de negocio, aprendiendo de medir gastos y ganancias, ser planificada y mantener un balance.
- Estar en una carrera que une varias disciplinas como el marketing me da la oportunidad de aprender de esas técnicas y estudios para entender procesos de exploración, creación y entrega de valor para satisfacer las necesidades de las personas.

ENFRENTAR AMENAZAS

- Capacitándome y ser mejor persona tanto profesional como personalmente, puedo enfrentar la amenaza de que en la vida laboral ya cuenten con profesionales especializados, tener confianza en mí misma y creer que tengo que especializarme mucho más para entrar en ese grupo de profesionales.
- Mejorar mis ingresos económicos para lograr pagar mis estudios.
- Ser un profesional ético y con criterio para que pueda afrontar a colegas deshonestos y hacerles ver el error que cometen como persona y profesional.
- Que las empresas, sectores donde se maneje la parte publicitaria den más oportunidades a nosotros los estudiantes que salimos al campo laboral sin tanta experiencia como están acostumbrados a pedir.
- Esperar que el gobierno mejore la situación económica del país y reforzar la seguridad de la ciudad

- Investigar constantemente sobre los hábitos de consumo y buscar adaptación para generar soluciones sin que impacte de manera negativa.

C. CÍRCULO DE ORO



¿QUÉ HAGO?

Publicista y consultora en marketing digital para emprendedores con enfoque social o ambiental para la sociedad, viajar con un propósito.

¿CÓMO LO VOY HACER?

Pienso ofrecer mis servicios dándome a conocer por medio de redes sociales, atrayendo la atención de mi público objetivo (emprendedores) con la creación de un portafolio de servicios completo y bien estructurado, perfiles profesionales en instagram y facebook, pero aparte de redes sociales, implementar estrategias novedosas para darme a conocer es; contar una base de datos de mis clientes potenciales, buscar aliados y trabajar en equipo, pagar publicidad efectiva off y online, CREAR UN SITIO WEB, creacion de blogs, suscripciones con email marketing y el networking (red de contactos eficaz).

¿PORQUE HACERLO?

Ser una persona con ética profesional es importante, dentro del extenso mundo de la publicidad aún más ya que somos responsables de persuadir a millones de personas, dar una impactó positivo es mi prioridad, crear acciones con beneficios sociales para la comunidad, ser un profesional transparente.

Generando empatía, presentando soluciones reales y objetivos sólidos para construir y administrar una comunidad propia de la marca, crear recordación en la mente del consumidor.

ASOCIACIONES Y ADJETIVOS

- Independiente
- Creativa
- Decidida
- Rebelde
- Viajera
- Emprendedora
- Aventurera

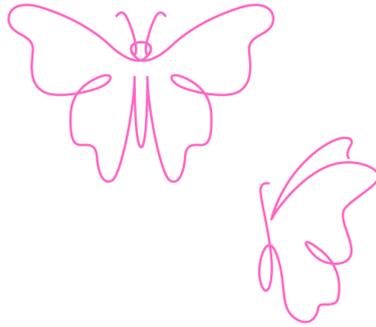
SENTIMIENTOS

- Libertad
- Empatía
- Autonomía
- Confianza
- Inspiración
- Motivación
- Felicidad

VALORES

- Creatividad
- Seguridad
- Sencillez
- Responsabilidad
- Calidad
- Credibilidad

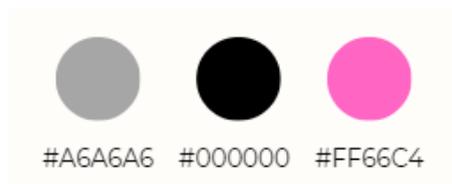
MANTRA: LIBERTAD Y TRANSFORMACIÓN



LOGO PRINCIPAL



COLORES CORPORATIVOS (LOGO)



COLORES COMPLEMENTARIOS



TIPOGRAFÍAS

Australia Custom

Lucida Bright

PATTERNS (PATRÓN DE MARCA)



TARJETAS DE PRESENTACION



LOGOS ALTERNATIVOS



DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo representa libertad, transformación constante, a través de las siluetas de la mariposa simboliza perseverancia que se caracteriza por ser inspiración para personas que les apasiona viajar, expresar nuevas ideas de evolución, junto a una silueta limpia también refleja elegancia y frescura. En cuanto al color magenta atribuye a la espiritualidad, bondad, compasión y ayuda, imaginación creatividad e innovación.

Es un color sofisticado, se relaciona con sentimientos de autoestima, satisfacción personal, según la psicología del color el magenta es usado para reducir la ira y rabia. Evoca esperanza pureza e intuición también atribuye a la personalidad se dice que las personas que sienten atracción por ese color son personas alegres, espirituales creyentes del karma, feng shui, malas energías , las auras, sabe disfrutar de pequeños momentos, son detallistas y estrictos. El color negro representa elegancia, lujosidad, poder y profesionalismo, el color gris simboliza neutralidad y equilibrio, apariencia limpia. También es muy versátil ya que se puede combinar con otros colores que proporcionan un contraste perfecto.

El uso de las tipografías cursivas genera empatía, creatividad, cercanía y un toque de feminidad. En cuanto la tipografía serif o serifa percibe seriedad, responsabilidad, formalidad y clásica en la creación de logotipos

PROPÓSITO DE LA MARCA Y VALOR DIFERENCIAL

El propósito de esta marca personal es dejar huella en la mente de los demás, su enfoque se dirige a ayudar emprendedores con sus negocios y a su vez mostrar cómo se puede trabajar con un estilo de vida siendo nómada digital que pueda trabajar en el sector del marketing y la publicidad, creando blogs, gestionar contenido de valor para cada público objetivo. de esta manera se busca independencia y autonomía. buscar experiencias que fortalezcan el desarrollo personal y profesional.

El propósito es “ayudar a emprendedores a impulsar sus negocios a través del mundo digital que aporte algo positivo a la sociedad”. La propuesta de valor es empoderar a personas con negocios medianos o pequeños que tienen como objetivo posicionar la marca en el mercado, ofrecer los servicios de manera cercana y personalizada de acuerdo a las diferentes necesidades, que sea accesible para muchas personas, es importante crear nuevas necesidades eso aplica para los nuevos mercados o nichos abordados de una forma novedosa. Hacer servicio social, para ser reconocida e ir mejorando la reputación. Ofrecer un servicio de calidad trabajando con el marketing emocional y el neuromarketing, En ese orden de ideas lo que motiva esta marca personal es tener la oportunidad de ayudar a personas alineando los proyectos de acuerdo al desarrollo y superación personal, buscando motivaciones y dando inspiraciones en los demás.

Aliviando frustraciones tanto personal como en la parte de creación de emprendimientos ya que es de trabajo perseverante que un negocio sea exitoso cuando hoy en día se tiene mucha competencia, pero en ese momento llega esta marca personal que ayudará de manera muy humana, transparente a salir de cualquier adversidad y afrontar situaciones complejas. Vivir experiencias y alrededor del entorno y relacionarlo de la mejor manera con la profesión.

D. PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO



ESTRATEGIA PARA DEJAR HUELLA

1. Conocerme a mi misma: Destacar mis habilidades y mejorar mis debilidades
2. Contar mi historia: Experiencias, pasiones personales, aspiraciones
3. Marcar mis objetivos: Obtener reputación y potencializar un estilo de vida.
4. Identificar mi público objetivo: Emprendedores, personas que quieren un desarrollo personal y motivador.
5. Difundir el mensaje: Redes sociales, página web, conferencias con contenido de valor
6. Personalizar: Conectar con la audiencia, clientes potenciales

PLAN DE MEDIOS

Medios	Meses					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Redes sociales (Facebook, instagram y linkedin)						
Página web						
Webinars gratuitos						
E-mail Marketing						

	Linkedin	Facebook	Sitio web	Instagram
TONO	Profesional	Cercano Emocional	Corporativo Formal	Cercano Espontaneo
AUDIENCIA	Contactos profesionales Amigos cercanos Seguidores	Emprededores Seguidores Lectores del blog	Emprededores Seguidores Clientes potenciales	Emprededores Seguidores Profesionales
TIPOS DE CONTENIDO	Post de mi blog Promocion de mis proyectos	Promocion de mis proyectos Exitos profesionales Publicidad online	Noticias Portafolio de servicios Curiosidades Espacio motivacional	Fotos de viajes Exitos profesionales Momentos de trabajo
FRECUENCIA	Cuando publico en el blog	2 - 3 veces a la semana	1 vez por semana	Diario 2 - 3 veces al dia