



Marca personal:

Ser diferente para destacar

Por: Equipo Mi Guía Legal.com

Imagine por un momento que tiene un problema de salud y que necesita a un profesional de confianza, pero no conoce a nadie ¿Qué haría?

Este proceso de decisión es similar al que seguimos al comprar un producto. Para que sea recordado, tenido en cuenta y finalmente elegido, las empresas desarrollan marcas y los consumidores estamos dispuestos a pagar más por ellos.

Para que nosotros como abogados podamos conseguir lo mismo con nuestro trabajo, podemos crear Marcas Personales. El Branding Personal pretende ayudarnos a posicionarnos, a ocupar un lugar preferente en la mente de otros (clientes, votantes, colegas, familia, amigos).

Éste surgió en EEUU hace diez años, pero existe desde que el hombre es hombre. Lo que dice es, “yo tengo algo que ofrecer y tú tienes una necesidad, por lo tanto, podemos realizar un intercambio, pero antes debes conocerme y confiar en mí”.

No solamente es importante conocer mucho sobre la práctica jurídica y poder asesorar como el mejor en un área determinada. También es necesario tener claro a quién se dirige, cómo quiere que le vean, con qué atributos se diferencia y como los comunica eficazmente.

Andrés Pérez Ortega en su libro: *Marca Personal, como convertirse en la opción preferente* dice lo siguiente:

La marca personal trata de identificar y comunicar las características que nos hacen sobresalir, ser relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante, satisfaciendo las necesidades de otros.

¿Cuáles son las ventajas de crear una marca personal fuerte en el ámbito jurídico?

Una marca personal en el ámbito jurídico ayuda a posicionarse mejor en el sector legal. Un sector que se encuentra en constante cambio con una feroz competencia. La única manera de poder competir en dicho mercado es ser “distintos” y marcar la diferencia con el resto de competencia.

Todos necesitamos ser identificados y recordados (que sepan quiénes somos y en qué podemos ayudar) aquéllos a quienes nos dirigimos (cierto tipo de personas u organizaciones); tener reputación positiva (que nos consideren dentro de las opciones posibles), destacar entre los demás por nuestra propuesta de valor única (diferenciarse, ganar en algún criterio que sea una razón relevante para elegirnos), comunicando eficazmente con los públicos a los que nos dirigimos hasta ser elegidos. El propósito de todo lo que hacemos profesionalmente es que más tarde o más temprano nos contraten.

Desarrollar su marca personal es simplemente diseñar y llevar a la práctica un plan para crear y gestionar las percepciones que queremos que el colectivo elegido tenga acerca de nosotros. Nos movemos en un mundo de percepciones, esas percepciones generarán expectativas que en la medida en que las superemos nuestra visibilidad, atracción e influencia se verán incrementadas.



Hoy en día, en la era de Internet, cualquier persona puede beneficiarse de las facilidades que nos proporciona Internet, para impulsar nuestra visibilidad. Al estar en una red global, cualquier persona conocerá nuestra valía como abogado.

En conclusión, construir una marca personas es súper importante ya que podemos diferenciarnos y dejar una impresión duradera, que nos ayudará a aumentar nuestros clientes y conseguir nuevas oportunidades.

Recuerde siempre:

“Tu MARCA:

Hay que BLINDARLA para hacerla llegar a lo más alto

Hay que SINGULARIZARLA para hacerla única, memorable y deseable

Hay que PRESTIGIARLA generando confianza en los demás

Hay que CONSERVARLA, actualizarla sin perder jamás su esencia

Hay que AMARLA.”

(Andrés Pérez Ortega)

Fuentes:

<http://www.peopleandmarket.com/>

<http://www.leucorama.mx/bitacora/personal-branding-en-5-pasos/>

<http://www.coaching-tecnologico.com/comparte-lo-que-sabes-en-una-infografia-y-viraliza-tu-marca-personal/>