

Índice

| | |
|---|-----------|
| Prólogo..... | V |
| Introducción..... | IX |
| 1. Origen y concepto del personal branding..... | 1 |
| El porqué del personal branding | 4 |
| Beneficios que otorga el personal branding..... | 8 |
| 2. Creación de nuestra propia marca personal | 11 |
| Profesional “commodity” o profesional diferenciado | 14 |
| La marca personal como ventaja competitiva frente a la competencia profesional..... | 15 |
| La marca personal y el modelo AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción)..... | 18 |
| 3. Diagnóstico de la situación personal mediante análisis DAFO | 25 |
| Componentes del análisis DAFO | 26 |
| Análisis DAFO aplicado al contexto laboral | 34 |
| Conclusiones de nuestro DAFO | 35 |
| 4. Comunicación de nuestra marca personal | 41 |
| La gestión de la percepción en la marca | 41 |
| La construcción de un mensaje coherente..... | 46 |
| El packaging y la presentación de nuestra marca..... | 48 |
| Visibilidad y selección de entornos | 49 |
| El Networking y la marca personal..... | 50 |
| 5. El fenómeno 2.0 como aliado en la comunicación y expansión de nuestra marca | 57 |
| Internet como fenómeno social 2.0 | 57 |
| Blogs y microblogs..... | 63 |
| Otras plataformas para nuestra marca: podcast, vídeo y vídeo-CV | 66 |

| | |
|---|------------|
| Redes sociales y redes profesionales | 69 |
| Nuestra reputación en el entorno web 2.0 | 73 |
| 6. Estudio interno de nuestro perfil profesional..... | 81 |
| Conocer nuestro perfil como profesional..... | 81 |
| Aptitudes e inteligencia emocional | 84 |
| Nuestro posicionamiento en el mercado de trabajo..... | 88 |
| 7. Estrategia y plan de acción | 95 |
| Fijación de objetivos | 96 |
| El público objetivo..... | 99 |
| La competencia de mi marca personal..... | 104 |
| El plan de acción de mi marca personal | 105 |
| 8. Estudio externo del mercado de trabajo | 109 |
| Oferta y demanda en el mercado de trabajo | 110 |
| Estudio de los perfiles más demandados..... | 111 |
| Definición de nuestros objetivos profesionales | 117 |
| Definición de nuestro target | 119 |
| Estrategias y gestión de carrera | 120 |
| 9. Gestión de nuestro plan de marketing operativo | 125 |
| Elaboración de nuestra agenda de búsqueda de empleo | 126 |
| Seguimiento y estatus del proceso..... | 135 |
| 10. El diseño del currículum y la carta de presentación como acción de marketing personal..... | 139 |
| Un CV adaptado para cada vacante | 140 |
| Cartas de motivación y presentación | 153 |
| Las recomendaciones..... | 155 |
| 11. Afrontar el proceso de selección con garantías de éxito | 159 |
| Ejemplos de los test psicotécnicos..... | 160 |
| Imagen y marca personal | 171 |
| Las dinámicas de grupo..... | 175 |
| La entrevista personal | 182 |
| Solucionario | 191 |
| Acerca de los autores | 193 |
| Bibliografía | 195 |