



Experis®
ManpowerGroup

LA IMPORTANCIA de la marca personal en un mundo globalizado



experis.mx





Experis[®]
ManpowerGroup

① El mundo de trabajo digital

- 1.1 Globalización del talento
- 1.2 ¿Cómo han cambiado los negocios?
- 1.3 ¿Cómo interactuar en el mundo digital?

② La digitalización en los procesos de reclutamiento y selección de talento

③ Tu marca personal

- 3.1 ¿Por qué tu marca personal es tan importante?
- 3.2 ¿Por qué la aparición del mundo 2.0 convierte a la marca personal en algo imprescindible?
- 3.3 Estrategias para crear tu marca personal
- 3.4 Conclusiones – Tu marca personal

④ Consejos para desarrollar un CV de alto impacto

⑤ Consejos para una entrevista virtual

1.- EL MUNDO DE TRABAJO DIGITAL

La tendencia a trabajar de manera digital está experimentando un impulso decisivo, forzando a las empresas a imponer políticas y tomar decisiones acerca del trabajo remoto. Ésta transformación es el catalizador que llevará a la evolución del trabajo a cualquier parte del mundo, en donde el resultado será una mejora considerable en las oportunidades para colaborar, sin importar las fronteras geográficas, donde veremos equipos de trabajo de alto nivel compuestos por diversas nacionalidades, multiculturales, altamente preparados académicamente y con diferentes husos horarios, lo que en definitiva hace más competitivo el mercado laboral.

A la par, refuerza la tendencia que se ha visto en los últimos años, en donde el hablar otro idioma, como el inglés, se vuelve un requisito indispensable para tomar roles de impacto dentro de las organizaciones.



1.1 GLOBALIZACIÓN DEL TALENTO

Las soluciones en la nube, redes sociales, y herramientas diversas para realizar videollamadas han impulsado un nuevo paradigma colaborativo, el conjunto de éstas hacen que los proyectos avancen más rápido, al igual que los cambios y los retos. Para no perder el toque humano, las organizaciones deben habilitar la infraestructura para que esa cercanía suceda, de lo contrario estarán llenas de individuos auto gestionables y no un verdadero equipo de trabajo.

Las competencias que demanda el mercado han cambiado, buscando adaptarse a la “nueva normalidad”, donde el manejo de herramientas digitales definitivamente será indispensable, la resiliencia, el trabajo en equipo, habilidad de comunicación, inteligencia emocional y adaptación a equipos de trabajo multiculturales, son algunas de las competencias que serán más valoradas.

1.2 ¿CÓMO HAN CAMBIADO LOS NEGOCIOS Y LA MANERA DE INTERACTUAR?

La transformación digital no es sólo digital sino también cultural y organizacional. Para avanzar y adaptarse a las nuevas tendencias, las empresas deben transformarse en todos los ámbitos, utilizando métodos de trabajo adecuados para cada circunstancia.

Para continuar vigentes y a la vanguardia, las compañías deberán estar preparadas para integrarse a la tendencia del “social selling”, habilitando los medios necesarios para migrar al e-Commerce.



1.3 ¿CÓMO INTERACTUAR EN EL MUNDO DIGITAL?

Pero, la tecnología no lo resuelve todo. Al igual que ocurre con los equipos de trabajo convencionales, la comunicación fluida, la responsabilidad individual y el compromiso con el grupo son elementos imprescindibles para el éxito del proyecto.

La figura del líder es esencial en este punto. Debe ser al mismo tiempo coordinador y motivador de su equipo. “Dirigir” a personas que no se conocen físicamente requiere de habilidades especiales. Debe asegurarse que tanto los objetivos como el trabajo a realizar han sido entendidos claramente por todos los miembros del equipo, poniendo especial atención en las posibles diferencias culturales.

Los equipos virtuales no pueden reunirse para celebrar que han logrado un contrato o han finalizado un proyecto. Pero hacer una llamada múltiple o utilizar los medios sociales para felicitarse por un éxito colectivo y reconocer un trabajo bien hecho sí está a su alcance.



2.- LA DIGITALIZACIÓN EN LOS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TALENTO

Si bien, en los últimos años la digitalización ha sido la tendencia, hoy es indispensable que dentro de un proceso de reclutamiento y selección toda la información relacionada a nuestros candidatos, como base de datos, evaluaciones e informes, se encuentren en formato digital, que sea de fácil acceso y al alcance de todos los miembros del equipo.

La digitalización es sólo el primer paso, pero por sí sola no genera grandes ahorros ni mejoras de productividad. Para lograr eso es imprescindible incorporar un sistema inteligente “ATS” que pueda entender y utilizar esa información para replicar el flujo de trabajo y las tareas manuales, para así conseguir un resultado igual o superior al manual.

3.- TU MARCA PERSONAL

Desarrollar una marca personal consiste en identificar y comunicar las características que nos hacen sobresalir, ser relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante.

El poder de la marca está relacionado con la capacidad de influir, no de ejercer la fuerza. Las marcas personales más poderosas son aquellas que quedan en los caminos poco transitados, por eso descubrir y desarrollar una marca personal

requiere tiempo, esfuerzo, paciencia y método. Por lo tanto, es la gestión adecuada y consciente de las percepciones, los recuerdos y las expectativas que queremos generar en los demás.

Se podría decir que, en definitiva, **es la huella que dejamos en la mente de los demás.**



Experis
ManpowerGroup

¿En qué se fijan los consultores de atracción de talento?

En un mundo digital y globalizado, se necesita ser muy efectivo en crear una imagen “vendedora”. De acuerdo a una investigación realizada por OCC Internacional, tienes tan solo 10 segundos para impactar a un reclutador y, que a partir de esta primera impresión... ¡se genere un segundo acercamiento!

Solo hay una oportunidad de crear la primera impresión. Convencer a un reclutador de que eres la mejor opción entre los candidatos que ha entrevistado implica crear una estrategia para lograrlo.

Asegúrate de que los reclutadores tengan claros tus logros, habilidades y proyectos en los que has participado.

Recuerda: **“Percepción es realidad”**

3.1- POR QUÉ TU MARCA PERSONAL ES TAN IMPORTANTE

1 Logra diferenciarte, incluso quizás posicionarte entre los líderes en tu nicho, pasas de formar parte de la excesiva oferta (que son los CVs tipo “uno más”, incluso aquellos llenos de excelentes títulos y credenciales) a formar parte de un club mucho más apetecible que es el lado de la demanda.

2 Una marca personal lo suficientemente fuerte hace que sea mucho más viable plantearte con éxito una fórmula de autoempleo o la creación de una pequeña empresa puesto que has solventado en gran medida uno de los problemas más duros en esa situación: cómo lograr una base suficiente de clientes.

3 Es mucho más fácil centrarte en los temas que realmente te apasionan.

Las tres razones anteriores significan que la relación con tu trabajo puede dar un giro de 180°, el trabajo puede pasar de ser una carga a convertirse en una diversión placentera y muy gratificante. Puedes cobrar mejores precios por tus productos y servicios.

Una buena marca personal genera un círculo virtuoso: a mayor reputación, las oportunidades se multiplican y eso a su vez mejora aún más tu reputación.

Algunos todavía piensan que el CV es algo que se escribe, se imprime y se manda por carta. ¡NO! tu CV está en la red y quien quiera contratarte o piense en ti para una oportunidad profesional se va a meter en la red y mirar qué has hecho, sobre qué has escrito, dónde está esa marca en la red. Ésta es la inversión que realmente vale la pena hacer.



Sin lugar a dudas trabajar en tu marca personal es el paso más inteligente que puedes dar en la Red 2.0.

Permite ser conocido por tu target (gente que quieres que te conozca).

- **Te diferencia del resto de profesionistas** que pueden ser tu competencia
- **Te posiciona como experto** en tu especialidad
- **Permite que otras personas te vean** como un líder
- **Te facilita encontrar partners** para nuevos proyectos, crea a tu favor muchas oportunidades nuevas
- **Te facilita sobremanera** encontrar tu trabajo deseado



Desde que creamos una cuenta de Twitter, LinkedIn, Facebook o de cualquier otra red social nos convertimos en una marca personal.

¿Por qué no utilizarla de forma efectiva para potenciar su efecto positivo? No tiene sentido que tengas una marca personal y no la utilices para tu provecho.



Antes de crear y promocionar tu marca personal debes de conocerte bien. Si no conoces bien tu potencial, ni lo que realmente quieres conseguir en tu vida personal y profesional, mucho menos sabrás como planificar tu estrategia de marca personal.

Responde con sinceridad las siguientes preguntas:



- ¿En qué soy bueno?
- ¿Qué cosas hago mejor que la mayoría de gente?
- ¿Qué me diferencia del resto de profesionales?
- ¿Cuáles son mis habilidades y destrezas?
- ¿Cuál es el medio en el que me siento más a gusto?
- ¿Estoy preparado para “la fama” / ser conocido por otros?

- ¿Qué cosas me hacen disfrutar como un niño?
 - ¿Cuáles son las actividades que cuando las realizo parece que el tiempo pasa volando?
 - ¿Qué trabajo estaría dispuesto a hacer sin cobrar?
 - ¿Cuál es mi trabajo soñado?
- y otras preguntas por el estilo.

Una vez contestadas y plasmadas en papel ya tendrás una imagen bastante certera de tu verdadero “yo”.

Una buena marca personal genera un círculo virtuoso: a mayor reputación, las oportunidades se multiplican y eso a su vez mejora aún más tu reputación.

Lograr una buena marca personal puede tener un impacto muy grande en tu estatus profesional.



3.2 ¿Por qué la aparición del mundo 2.0 convierte a la marca personal en algo imprescindible?

En la actualidad, con la aparición e impacto del mundo 2.0, crear una marca personal se ha hecho lo suficientemente asequible como para que a medio plazo pase de ser una ventaja a un requisito.



***70% de quienes buscan trabajo en México lo hacen en Internet**, lo que representa un incremento respecto al 58% registrado en 2013, LinkedIn reporta que en México tiene aproximadamente 12 millones de usuarios mexicanos, y llegan a la plataforma 100,000 miembros al mes”

**Fuente: Expansión.*

En EEUU, las empresas han utilizado medios digitales como parte de sus procesos de reclutamiento, LinkedIn (87%), seguido por Facebook (55%) y Twitter (47%).



Expertis
ManpowerGroup

¿CUÁL ES TU NICHO DE MERCADO PRINCIPAL?

Elige una profesión y un nicho de mercado principal, pues la estrategia de marca personal la centraremos en tu especialidad y en tu nicho elegido.

Cualquier cosa que te puedas imaginar tiene su nicho de mercado.

¿Te gusta dibujar y se te da bien? Entonces eres dibujante y tu nicho es la producción de dibujos.



Puedes estrechar o ampliar tu nicho cuanto quieras.

Cuanto más estrecho más fácil te será diferenciarte del resto y destacar de los demás. Cuanto más abarques tendrás más competencia y será más difícil que destagues.

Escoge bien, sé el mejor en eso. Con una buena estrategia de marca personal las posibilidades de ser reconocido por la industria son muchas.

¿CUÁL ES TU TARGET?

¿Quién te interesa que sepa de ti y de tu trabajo? Una vez que reconozcas tu especialidad y tu nicho es mucho más fácil identificar el target al que estarás dirigido.



NO ESTRECHES DEMASIADO TU MARCA PERSONAL

Debes de centrarte en tu nicho de mercado principal, pero tu audiencia tiene que saber también qué otras especialidades o aficiones tienes. Ya que si las circunstancias cambian, puedas saltar de una especialidad a otra, según mejor te convenga, además, mostrar tus distintas facetas ayuda a humanizar tu marca (hay marcas personales que están totalmente deshumanizadas) y te acerca a otras personas que comparten tus mismos intereses.

NO DILUYAS DEMASIADO TU MARCA

Las fronteras deben de estar claras. Tu especialidad y nicho deben de quedar muy claros. Es ahí donde centrarás tus esfuerzos.

Tan sólo de vez en cuando puedes mostrar que tienes otros intereses. Si diluyes tu marca la gente se confundirá y no sabrá a qué atenerse cuando te vean.



3.4 CONCLUSIONES - TU MARCA PERSONAL

La marca personal es un concepto reciente, pero importante, que ha llegado para quedarse. El mundo 2.0 no ha hecho más que potenciar este concepto aún mucho más.

A mediano plazo es probable que pase de ser sólo una oportunidad para diferenciarse del resto de los profesionistas, a una práctica generalizada que hay que tener en cuenta al momento de competir a nivel profesional.

Aún queda mucha inercia del mundo 1.0 que da cierto margen a aquellos profesionistas que no acaban de sentir afinidad con el mundo 2.0. Sin embargo el tiempo pasa y no habrá ninguna otra alternativa más que subirse a la ola.

El fenómeno de la marca personal es una faceta más en la que se concretan estos cambios. Quien aún no se haya dado cuenta de ello debería ponerse las pilas. Cada vez va a ser más perjudicial estar al margen de esta nueva realidad.

4.- CONSEJOS PARA DESARROLLAR UN CV DE ALTO IMPACTO

¡Elévate por encima de la competencia!

PASO 1: Realiza una investigación de tu puesto objetivo. Identifica los sectores de la industria en los que te gustaría trabajar y revisa si hay empresas que tengan vacantes acordes a tu perfil.

PASO 2: Identifica 8 anuncios similares a tu puesto objetivo en las industrias previamente seleccionadas.

Determina si las necesidades descritas en el perfil del puesto o descripción empatan con tus habilidades, competencias, conocimientos y fortalezas.

PASO 3: Destaca tu marca personal. Qué es lo que quieres que se conozca acerca de ti y que es relevante para la posición objetivo y necesidades del mercado.

Es una promesa de lo que eres capaz de ofrecer.

- Tu mensaje debe ser consistente en todos tus materiales de marketing:
 - CV
 - Perfil de LinkedIn
 - Comercial de 30 segundos
 - Estrategias de Networking
 - Páginas profesionales y personales (Twitter, Instagram, Facebook, Google, etc.)

PASO 4: Enfócate en tus logros. Redacta un CV enfocado en los logros y aportaciones que has hecho en las empresas en las que has trabajado.

Contenido del CV:

- Resumen
- Experiencia profesional
- Educación
- Desarrollo profesional
- Información adicional relevante

Resumen



Declaración de marca:

a) ¿Quién eres?

- ¿Cuántos años de experiencia tienes?

b) Impacto.

- Valor y contribución. ¿Por qué eres conocido?, ¿cómo impactas a las organizaciones?

Habilidades tecnológicas:

Experiencia, conocimientos específicos en este campo.



Habilidades interpersonales. Fortalezas, competencias y atributos personales:

Experiencia profesional.

Desgloza a detalle tu experiencia profesional de los últimos 10 años.

- Compañía, ubicación
- Títulos de las posiciones y el periodo en años
- Responsabilidad de la posición
- Logros y contribuciones



Responsabilidades vs logros:

- Destaca más tus logros profesionales que las responsabilidades.
- Enfatiza los resultados medibles en porcentaje y/o en monto, producto final, etc.

Educación:

- Estudios formales, iniciando con el mayor grado alcanzado (Doctorado, Maestría, Licenciatura). Incluir Diplomados.

Información Relevante

- Al final de tu CV puedes incluir certificaciones relevantes y los idiomas que hablas en forma fluida.

Información opcional:

- Afiliaciones y/o asociaciones a las que perteneces
- Voluntariado
- Premios y publicaciones
- Docencia

5.- CONSEJOS PARA UNA ENTREVISTA VIRTUAL

¿Qué es diferente ahora?

Debido a la situación que estamos enfrentando actualmente, cada vez más empresas y reclutadores realizan entrevistas en línea. Es fundamental que cuides los siguientes aspectos:

a) Selección de tu espacio virtual

- Busca el entorno más armonioso en tu hogar y que se note un ambiente ordenado.
- Cuida que la iluminación sea adecuada y que tu rostro se vea con claridad.
- Minimiza al máximo los ruidos del entorno.



b) Asegúrate de contar con una excelente conexión a internet

c) Revisa de manera previa la plataforma en la cual se realizará la entrevista

De ser posible, descárgala con anticipación (Skype, Zoom, Face Time, Google Hangouts, Microsoft Teams, Go to meeting, Google Meet, etc.)

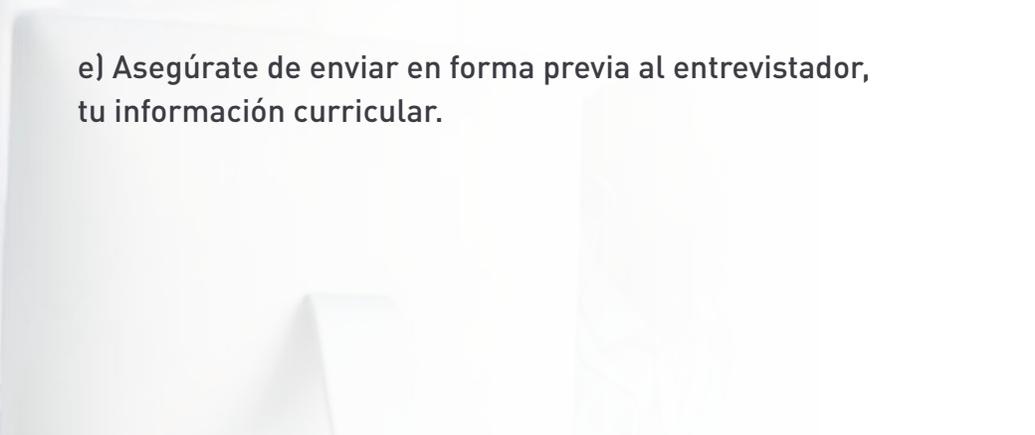


d) Cuida tu postura, lenguaje no verbal y expresiones:

Al igual que en una entrevista presencial, pon atención en estos aspectos. Recuerda estar atento a las señales de tu interlocutor.



e) Asegúrate de enviar en forma previa al entrevistador, tu información curricular.



f) Investiga a la empresa para la cual estás aplicando, de esta manera podrás obtener información relevante para tu proceso de selección.



VÍSTETE PARA TRIUNFAR:

Cuando se trata de causar una buena impresión profesional, es indispensable que te asegures de elegir la vestimenta más adecuada, con base en la posición y el tipo de compañía para la cual estás concursando. Realizar una entrevista virtual demanda aún mayor impecabilidad; deberás esforzarte aún más por elegir los colores que más te favorecen y te hacen lucir más profesional. También es prioritario que identifiques el código de vestimenta apropiado para la ocasión.

Los colores más recomendados para una entrevista son los oscuros, principalmente el azul marino; utiliza camisas claras y corbatas en matices discretos.

Este concepto aplica también para mujeres: utiliza traje sastre de dos piezas o un vestido sobrio, que transmita una imagen profesional.

Si la posición o la empresa para la cual estás concursando son formales, los hombres deberán usar forzosamente traje y corbata. Los financieros, abogados, directores generales, son ejemplos de candidatos que deben usar vestimenta formal.

Por el contrario, si estás aplicando para una posición como ingeniero civil, publicistas, mercadólogo o ventas técnicas, podrás utilizar ropa casual, sin olvidar la impecabilidad en tus prendas.

Imprime un sello personal que te haga lucir como una persona confiable y profesional.

Las mujeres deberán evitar maquillarse en exceso.





CONTACTO:

Ciudad de México
Tel. (55) 2629 4400

Monterrey
Tel. (81) 500 0900

Guadalajara
Tel. (33) 8000 0351