

8 principios de **marca personal** para nuevos bibliotecarios

Leslie Villanueva / Jefa de la Carrera Técnico en Bibliotecología y Documentación del Centro de Formación Técnica ENAC, Chile

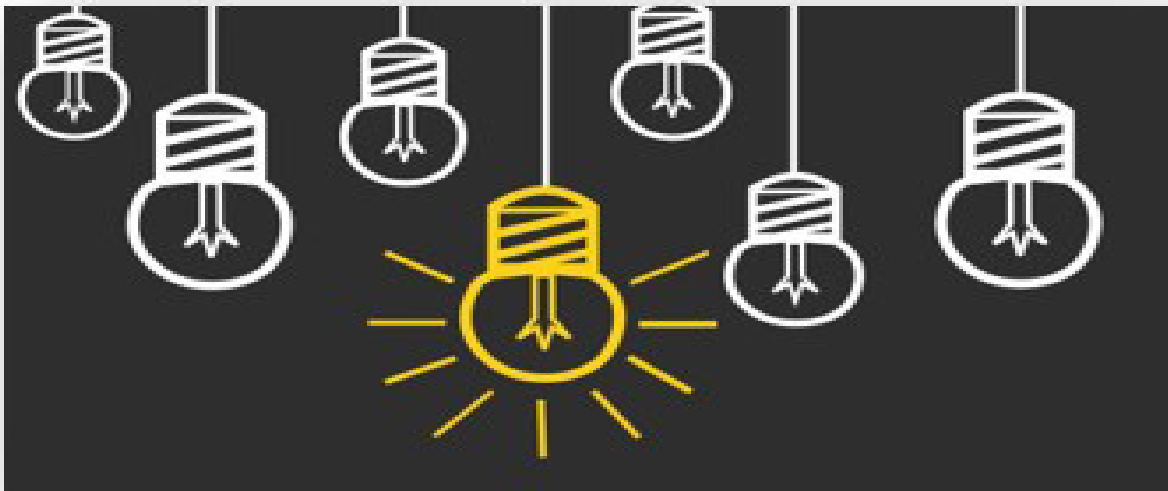
Si acabas de egresar de Bibliotecología y te encuentras en la titánica labor de buscar empleo o tal vez deseas redefinir tu identidad profesional visualizando nuevos y mejores horizontes, entonces, estos consejos de personal branding que voy a exponer son para ti:

Lo primero que debes saber es a qué nos referimos cuando hablamos de marca personal.

Tom Peters, creador del concepto en 1997, nos señala que “la marca personal enlaza tus pasiones, tus atributos claves y tus fortale-

zas con una proposición de valor, dejando claro lo que te diferencia de los demás”. Básicamente, obedece a la huella que dejamos en el mundo de nosotros mismos para ayudar y mejorar tus relaciones en el entorno personal y profesional, ambos muy importantes.

“La marca personal es lo que dicen de ti cuando no estás delante”. Jeff Bezos



Ahora bien, a la hora de buscar trabajo, nuestra marca personal es fundamental para poder diferenciarnos del resto de candidatos y nuestra mejor carta de presentación en procesos de selección como la entrevista. Una forma de saber si estás trabajando correctamente tu marca personal es responder en estas instancias correctamente a las siguientes preguntas:

¿Por qué debo contratarte a ti y no a otra persona?

¿Qué puedes aportar tú a la empresa?

Al responder con propiedad y de forma segura (en muchos casos son difíciles de contestar), entonces vas por buen camino, si muy por el contrario no tienes la menor idea de que decir, es hora de

aplicar una estrategia de personal branding.

La marca personal se crea día a día, con cada acción y logro que conseguimos.

No basta con sentarse un día y pensar en algo que nos defina y nos diferencie de los demás, sino que todo lo que hacemos va a pa-

sar a formar parte de esa identidad, de la marca que estamos creando.

1. PIENSA EN CÓMO QUIERES SER PERCIBIDO/A

Para conocer tu experiencia de marca y potenciarla, lo primero será elaborar un diagnóstico personal para identificar tus capacidades y abordar cualquier brecha respecto de cómo te presentas al mercado laboral, para ello debes autorealizarte las siguientes preguntas:

¿Qué 3 habilidades clave hay en las que te consideras bueno/a y que podría mejorar tu empleabilidad?

¿Qué habilidades deseas demostrar y compartir a las personas de tu círculo profesional?

“Actualizarse a diario y trabajar en tu marca personal, te posicionará como experto en un sector determinado”

3. CREA TU CONTENIDO

Toda vez que ya sabes cómo quieres ser percibido y estas consciente de las áreas a trabajar en el desarrollo de tus competencias, ha llegado el momento de materializar tus ideas construyendo la estructura de tu branding personal.

Es muy probable que aun cuando elijas un target (grupo específico), te encontrarás con que ya existen varios colegas que se desempeñan con éxito en él, si es así, no te desmotives; lo que hará la diferencia entre tu puesta en valor y la de los demás, será en gran medida, la forma en que te presentes al mundo y eso lo lograrás con un contenido original, relevante y atractivo para la audiencia y por supuesto que refleje tu personalidad.

Neil Patel, autor e influencer recomienda seguir la regla 70-20-10:

- 70% de contenido original
- 20% de contenido relevante para los seguidores

¿Cómo puedes empezar a generar evidencia que respalde tus habilidades?

¿Cuántas veces haz sido recomendado/a en el último año?

2. SÉ ÁGIL EN EL APRENDIZAJE Y CRECE ACTUALIZÁNDOTE.

El mostrarte con apertura hacia los cambios es una de las exigencias del mercado laboral en el siglo XXI, esto implica adaptarse y aprender exponencialmente ya sea de forma presencial (especializaciones, conferencias, talleres, etc.) o digitalmente (MOOC, Webinar, etc.). Si eres autodidacta dedica a lo menos 30 minutos diarios a formarte en algún tema de interés profesional; esto aportará grandes beneficios que podrás utilizar en tus objetivos de desarrollo de marca y nicho de mercado.

10% de contenido autopromocional

4. PARTICIPA COLABORATIVAMENTE EN RRSS

No hace muchos años atrás hablábamos de que “información es poder” sin embargo en la actualidad, la consigna apunta a decir con propiedad que “mientras más compartes más vales”. Bajo esta realidad debes prepararte para aportar, visibilizarte y por sobretodo, ser generoso/a con el conocimiento.

- Si ya tienes el hábito de escribir en un blog, atrévete a publicar también en otros medios ya sea impresos o digitales.
- Si lo tuyo es Facebook, sal a Twitter e Instagram pero recuerda que debes darle un uso profesional.
- Participa con tu opinión y aportes desde las diversas comunidades en LinkedIn para marcar diferencia.

Si eres activo/a en varios canales de redes socia-



les, te visualizarás constantemente pero recuerda mantener tus mensajes en esos diferentes medios de forma consistente y con tu sello propio.

5. DEJA AFUERA LA NEGATIVIDAD

Existe una gran verdad en materia de personal branding y es que la negatividad representa una amenaza para tu marca si no la manejas de la forma asertiva. Por un lado, a la hora de comentar negativamente (ya sea en público o de forma privada) debemos utilizar argumentos válidos suficientes, pues no nos olvidemos que tus palabras pueden acecharte en internet para siempre. Por otra parte, evita reaccionar mal o abruptamente ante comentarios y/o feedback negativo que obtengas eventualmente al interactuar con tus seguidores (si generas debate, debemos estar abiertos a todas las opiniones, siempre desde el respeto y la empatía).

6. QUE TU ESTILO HAGA LA DIFERENCIA

Hacer que tu marca personal tenga carácter y un estilo propio, no

es fácil, para ello debes identificar elementos de tu personalidad que puedan distinguirse de otros colegas. Esto no ocurrirá de la noche a la mañana, pero te doy algunos tips que puedes explorar y desarrollar siempre con autenticidad:

- Aplica un lenguaje claro y sencillo.
- Piensa en términos de contenidos atractivos que tu círculo de interés pueda disfrutar, recomendar y compartir
- No temas ser lúdico o emocional, a veces los bibliotecarios solemos ser muy técnicos.
- Apuesta a la visión “Glocal”, pensar en términos globales aunque nuestra acción inmediata sea local.

7. TU IMAGEN Y CONTENIDO VALEN MAS QUE MIL PALABRAS

Para que tu estrategia de branding sea completa no podemos dejar de lado la imagen por una simple razón: “Si quieres ser, también hay que parecer”.

Para ser reconocidos y construir una marca y reputación fuerte y

de impacto en tu medio, debemos ser fieles tanto a nuestros valores como a nuestra imagen. ¿Qué quiere decir esto? Que sin importar cuál sea tu marca personal, tiene que ser complementada con una imagen para personalizar y humanizar tu mensaje a la audiencia.

Consejo: elige tu mejor foto o contrata a un fotógrafo que te la haga. Procura que sea profesional, con estilo; que hable de quien eres tú. Intégrala en todos tus perfiles. Tu imagen debe de ser acorde a lo que quieres mostrar de ti.

8. ENFÓCA UN NORTE

Tu marca tiene que llegar fuerte y claro a tu audiencia. Ya sabes que esto puede demorar un tiempo prolongado. Nuestro objetivo será en este principio que puedas delimitar tu estrategia de marca en base a áreas específicas, de esta forma cualquier persona que vea tu nombre y rostro pueda decir: “mira aquí tenemos a Juan Pérez experto en digitalización” o “Ana María tiene conocimientos de RDA, por sus constantes aportes y publicaciones en RRSS sobre la temática”.



Pack total

"Auxiliar de Biblioteca Profesional"



- Curso Auxiliar de Biblioteca Online
- Curso AbsysNet Online
- Prácticas Reales en Bibliotecas
- Preparación de oposiciones
- Bolsas de Empleo
- Asesoramiento indefinido

auxiliardebiblioteca@auxiliardebiblioteca.com / 900804521

