

## Siete pasos para construir tu branding personal en redes sociales

Branding personal ... Estemos consciente de ello o no, todos somos una marca. Todos. Y en esta guía te mostraremos cómo puedes mejorar tu presencia en línea.

[Tom Peters](#), el autor y líder en gestión empresarial que acuñó el término *personal branding* en 1997, explica en su ensayo – *La marca llamada tú* – que “para estar en el mundo de los negocios en la actualidad, nuestro trabajo más importante es ser la cabeza de marketing de la marca llamada Tú”. El branding personal es el arte de potenciar nuestras cualidades únicas y controlar la narrativa de la marca Tú.

En las últimas décadas hemos visto la creación y declive de varios vehículos de comunicación que nos han permitido transmitir el valor de nuestra marca; las redes sociales brindan el canal contemporáneo perfecto para hacerlo. Así que ya seas un emprendedor, líder de pensamiento, freelancer o simplemente estés buscando oportunidades laborales, impulsar tu branding personal en plataformas como Facebook, LinkedIn o Instagram puede ser un catalizador indispensable para tu vida profesional.

A continuación, te explicamos cómo lo puedes lograr en siete sencillos pasos que canalizarán el poder de las redes sociales.

### Cómo destacar en el universo digital

Hacerse notar en el saturado mundo digital puede parecer una tarea abrumadora. Sin embargo, encontrar un nicho específico te puede quitar muchos dolores de cabeza. El primer paso para encontrarlo es la introspección. [Rob Brown](#), experto en *networking* y autor del *bestseller* *Cómo construir tu reputación*, sugiere empezar con un FODA, con el cual puedes identificar tus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Complementa este cuestionario con preguntas como:

¿Qué es lo que más te apasiona hacer?

¿En qué aspectos tanto personales como profesionales recibes más elogios?

Después, lleva a cabo una investigación sobre la demanda y tendencias en el mercado de tu interés. Empieza por las redes sociales: ¿de qué están hablando los influencers y páginas que sigues? Algunas herramientas que te pueden ser útiles en este paso son [Google Trends](#), [Buzzsumo](#) e incluso [Reddit](#). En estos sitios podrás identificar los temas que más le interesen a tu audiencia y que tienen más interacciones en el área que elegiste.

### Construye tu branding personal en línea

El paso siguiente es elegir los mejores canales en redes sociales para darte a conocer y potenciar tu marca. El elemento clave para hacer esto es conocer a tu audiencia, saber donde se congregan, donde participan más y conocer las herramientas y el alcance que cada red social ofrece para que tu estrategia de branding personal sea efectiva.

**Facebook:** Con más de dos billones de usuarios, Facebook es la red social más popular del mundo. Es una plataforma versátil, donde puedes encontrar a personas de todos los sectores demográficos y compartir todo tipo de contenido, ya sea textos, fotos, videos,

vínculos, GIFs, etc. Las páginas de fans han aumentado el valor de marketing y participación de sus espectadores, dos elementos esenciales del branding personal.



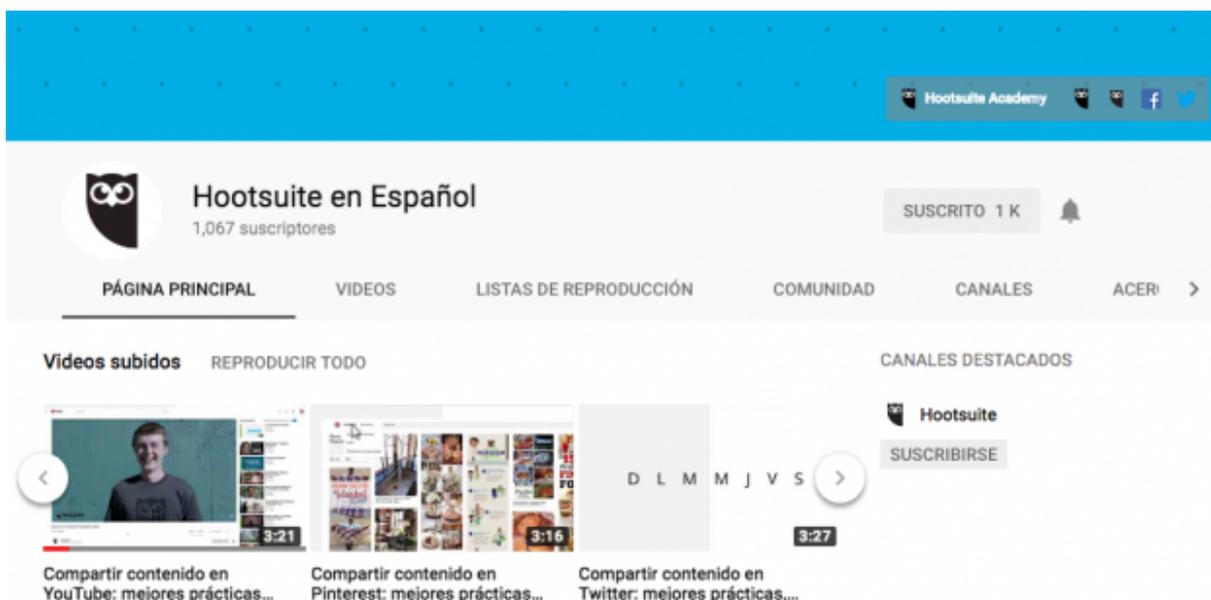
@HootsuiteEnEspañol

Twitter: Inmediatez y tiempo real son las dos palabras clave que definen Twitter. Esta plataforma abierta te ofrece un espacio de 280 caracteres para transmitir tu mensaje, así que ser claro y simple es la clave. En cuestión de números, palidece ante Facebook con sus 326 millones de usuarios. Sin embargo, es más popular entre millennials y jóvenes profesionales, y es ideal para fomentar conexiones e interacciones recíprocas. A través de una función llamada *listas*, puedes dar seguimiento de lo que la gente está opinando sobre tu sector y competidores.



@HootsuiteLATAM

YouTube: Los videos tienen la cualidad de ser mucho más atractivos (y más compartibles) que un texto, así que como apoyo visual, pueden convertirse en un factor importante para el desarrollo de tu marca. YouTube es la plataforma número uno para compartir videos y el segundo motor de búsqueda (después de Google) más popular del mundo.



Hootsuite en Español

Instagram: Esta plataforma está enfocada a la comunicación visual a través de fotografías y videos. Su formato es más casual, divertido y apela a la creatividad. Su sector demográfico se compone de personas de entre 18 y 29 años principalmente. Es un canal que facilita establecer la imagen, tono e identidad de una marca por su carácter visual. Un [perfil de empresa](#) es lo más recomendable para aprovechar todos los beneficios de auditoría.

LinkedIn: Si estás cazando un nuevo puesto o quieres nuevas oportunidades laborales, este es el lugar correcto. Esta plataforma funciona como una especie de CV permanente en línea, que además te permite mantenerte en contacto con colegas, empresas y expertos de tu sector laboral. Un perfil en esta red social te permite conectar con la red en línea más grande de empleos, empleadores, socios y clientes. Es también un canal donde puedes compartir contenido y mostrar tu conocimiento en tu área de experiencia.

Snapchat: La red más efímera, usada exclusivamente en dispositivos móviles. Promueve la autenticidad con su formato informal de tiempo real, donde los usuarios pueden subir videos y fotos (grabados directamente desde la plataforma) que desaparecerán en un periodo corto de tiempo. Dirigida a millennials y miembros de la generación Z con gusto por las nuevas tendencias e interesados en estar a la vanguardia.

Pinterest: Imagina uno de esos tableros de corcho donde puedes colocar un collage de imágenes. Así es Pinterest, pero en formato digital. Esta red social, integrada principalmente por mujeres, te permite curar colecciones de imágenes y videos en un espacio llamado tableros. Es una plataforma inspiracional que incita al descubrimiento y que permite a sus usuarios compartir a gran escala pasiones e intereses en un formato sencillo y directo.

Si tu estrategia está enfocada al mercado de la decoración, DIY, artes, etc. entonces Pinterest es el lugar para ti. Si eres un periodista de cine cuyo propósito es actualizar a tus seguidores de las últimas noticias del séptimo arte, la inmediatez de Twitter podría ser tu mejor amiga. Empieza en una escala pequeña, elige dos o tres redes para comenzar y concretar tus esfuerzos en ellas.

### Crea tu contenido

Ha llegado el momento de materializar tus ideas y construir la estructura de tu branding personal. Es muy probable que aun cuando elijas un mercado muy específico, ya haya miles de personas exitosas en él. Sin embargo, lo que realmente hará que te destagues es que tu contenido sea 100% original, relevante y atractivo para tu audiencia y que refleje tu personalidad. Si tienes duda de cómo lograr un balance a la hora de diversificar tu contenido, [Neil Patel](#), autor e influencer considerado uno de los líderes en marketing digital, recomienda en su blog seguir la regla 70-20-10:

Contenido original: 70%.

Contenido relevante para los intereses de tus seguidores: 20%.

Contenido autopromocional: 10%.

### Define la imagen de tu marca

Una estética atractiva que sea uniforme y contundente es vital para ser recordado. Utiliza el mismo nombre, foto de perfil o logo, diseño, paleta de colores y tipografía para todas tus redes sociales. Es imprescindible que conozcas la apariencia de tus redes en las versiones para dispositivos móviles, pues gran parte del tráfico proviene de ahí.

## Biografía

Esta es tu tarjeta de presentación, la primera oportunidad de causar una buena impresión. Una buena biografía debe contestar preguntas como: ¿quién eres?, ¿qué haces?, ¿qué te apasiona? y ¿cómo me pongo en contacto contigo? Combina elementos prácticos (por ejemplo, tu puesto de trabajo) con notas más personales (algún hobby o dato curioso sobre ti). Desde aquí, puedes empezar a establecer el tono de tu marca a través del lenguaje y selección de palabras. Para todas las redes sociales, recuerda: la brevedad es clave.

## SEO

Las redes sociales son utilizadas cada vez más como motores de búsqueda, por lo cual el SEO (la optimización de posicionamiento en herramientas de búsqueda como Google y Bing) es una táctica útil en tu branding personal. Facilita que seas encontrado(a) con el uso de keywords, palabras claves relevantes que encapsulan temas relevantes a tu marca o tu contenido y que dirigen a la gente a encontrar lo que estás ofreciendo. Para comenzar, puedes ayudarte de sitios como [Google Ads Keyword Planner](#) o [Keyword Tool](#) para encontrar estas palabras (además de revisar su volumen de búsqueda). Neil Patel también recomienda: “Una de las primeras cosas que puedes hacer es usar estas keywords para describir tus fotos.”

## Hashtags

Al igual que las keywords, los hashtags pueden ser un arma secreta para promocionar tus perfiles sociales. Estas palabras o frases precedidas por el símbolo # funcionan como marcadores que destacan y categorizan tu contenido, haciéndolo más fácil de encontrar por las personas adecuadas (piensa en la focalización y segmentación de tu audiencia en un solo paso). Entre más únicas, ¡mejor! Utiliza la función de búsqueda en los motores de cada red al escribir # y tu tema de interés. Te aparecerán sugerencias de los más relevantes. Además, puedes crear tus propios hashtags.



fuelishmedia • Seguir

fuelishmedia Here's a little Orange Rush to start the day. That 427-ci LS7 is enough to wake anybody up. Owner: Bob Bertelson @holleyperformance @fastofficial @spectreperformance @flowmaster\_official @optimabatteries @detroitsspeed @irishocks @baer\_brakes @forgeline @claytonmachineworks @autometerproducts @ididitsteering #orangerush #c10 #chevy10 #c10trucks #classic #classictrucks #custom #customtrucks #coilovers #protouring #roadrace #race #racing #racer #racetruck #ls7 #427 #lsswap #fuelish

Ver los 25 comentarios

- jeffdensford Sic, I love this bad boy
- earlyfords 😍😍
- hooligan\_775 @m1k3\_h0nch0
- flowmaster\_official Beautiful! 🙌🙌🙌



4.096 Me gusta

HACE 2 DÍAS

Añade un comentario...

Es importante recordar que el mismo contenido no funciona para las mismas redes sociales. Tienes que curar el contenido para cada plataforma.

Tip: Antes de dar click al botón "publicar", checa la ortografía y gramática de tu publicación y asegúrate de que todas las imágenes estén en alta definición.

Los números no mienten, por lo que es necesario hacer un **auditoría constante** de tus redes sociales para analizar la efectividad de tu estrategia y el comportamiento de tu audiencia. A través de las métricas (*analytics*) que ofrecen las mismas redes sociales, puedes darte cuenta cuales son las publicaciones a las que responde más tu público, a qué hora del día interactúan más, con qué frecuencia debes publicar, etc. Empieza poco a poco, con una publicación al día en Facebook, Instagram y LinkedIn y de tres a cinco en Twitter, Pinterest y Snapchat.

Una herramienta como **Hootsuite** te puede hacer la vida muy fácil en este aspecto, ya que desde una misma plataforma puedes controlar tus redes, programar y optimizar el proceso de publicación y obtener un reporte detallado sobre qué está funcionando y que no.

Interactúa, Interactúa, Interactúa

Ahora es el momento de aprovechar el factor más destacable de las redes sociales: la capacidad de interactuar con tu público. Responde a comentarios con rapidez y fomenta la participación de tus seguidores a través de preguntas y encuestas. Interactuar es más importante que la cantidad de publicaciones.

Tip: Interactúa fuera de tus propios perfiles, únete a grupos en Facebook, círculos de LinkedIn, chats de Twitter y sigue hashtags en Instagram y Twitter.

## Casos de éxito

Bien dice el dicho “ver para creer”, así es que aquí te presentamos algunos ejemplos de personas exitosas en el microcosmos digital gracias al uso de las redes sociales como pilar de su branding personal:

### Yuya

[Yuya](#) es una de las bloggers más influyentes de toda Latinoamérica, con más de 22 millones de suscriptores en YouTube. A pesar de haber escogido un nicho súper competitivo (blogger de belleza y lifestyle), se ha hecho destacar gracias a su autenticidad. La estética colorida y femenina de su imagen, los temas que aborda, la calidad de producción de su contenido y hasta su tono de voz, es inmediatamente reconocible. En su caso, el trato y las interacciones personales que hace con sus seguidores a través de preguntas directas en las historias de Instagram y publicaciones en Facebook han sido clave en su historia de éxito.

### Germán Garmendia

Este chico chileno, quien por cierto es el YouTuber de habla hispana con más suscriptores en la plataforma gracias a su canal [HolaSoyGerman](#), construyó su branding personal a partir de dos factores: la comedia y la música. En sus sketches inspirados en anécdotas de la vida diaria combina estas dos cualidades, pero es su humor particular (exagerado y muy teatral) lo que lo hace destacar entre sus competidores. Garmendia lanzó en 2018 un segundo exitoso canal, [JuegaGerman](#), enfocado a los videojuegos. También se convirtió en un gran éxito.

### Michelle Lewin

[Michelle](#) es una Instagrammer venezolana con más de 23 millones de seguidores enfocada al fitness y la salud. Ella comenzó usando esta red social como un espacio donde compartía su historia de fitness a través de fotografías de su antes y después, e interactuaba con otras mujeres en este mismo camino. Este factor motivacional se volvió su sello y transformó su perfil en una comunidad.

Su contenido fotográfico lo balancea entre tomas y videos profesionales y capturas más candidas de su día a día. Tiene un alto nivel participación con sus seguidores y comparte sus casos de éxito. Tiene su propio hashtag, #lacuerpa, con el cual congrega todas sus publicaciones y motiva a su audiencia a compartir los resultados logrados con el régimen que promociona a través de app de ejercicios y dietas.

## ¿Qué tienen en común todos ellos?

### Excelente branding personal

- Imagen e identidad sólida e identificable
- Gran nivel de interacción con sus seguidores
- Contenido original de calidad
- Entienden la psicografía de su audiencia y adaptan su contenido de acuerdo con esto
- Empezaron en una red social, pero se expandieron a otras. Sin embargo, adaptan su contenido a cada red social.

En la era en la que vivimos, es muy probable que un empleador, posible cliente o cualquier persona que quiera saber más de ti consulte alguno de tus perfiles digitales. Toma esto como una ventaja, ¡y convierte al branding personal en el mejor aliado de tus redes sociales!

Fuente: <https://blog.hootsuite.com/es/branding-personal-en-redes-sociales/>