

CAJA DE HERRAMIENTAS

MÓDULO 8

Comunicación estratégica de las
líderesas en redes empresariales
y Marca personal

Comunicación estratégica de las lideresas en redes empresariales y Marca personal

El liderazgo es el arte de influir sobre las personas para que se trabaje con entusiasmo en la consecución de objetivos en pro del bien común.

Sin comunicación, no puede haber liderazgo. Usar la comunicación como una forma de liderazgo permitirá influir de manera positiva en el crecimiento efectivo tanto en la forma y estructura del proyecto, como en el equipo y la empresa.

El liderazgo comunicacional, es comunicar, informar, conversar y escuchar como líder, todas aquellas aristas dentro de un proyecto, de la empresa y de otros públicos de interés con los que se relaciona, como las cámaras empresariales de las cuales pueda formar parte.

Comunicar con liderazgo es contar con una apertura dentro del colectivo humano para alcanzar nuevas metas. Una empresa o proyecto consciente de sus procesos comunicacionales internos, como su liderazgo para comunicarlo y ejercerlo, genera un equipo comprometido y empoderado para los retos del día a día.

Más allá de directrices, un/una líder es inspiración que fija el rumbo hacia un futuro; motiva la dedicación individual; suscita compromisos en sus seguidoras/es; y tiene capacidad organizacional.

Quien lidera comunica de forma innata y práctica, de manera constante, la escucha activa. Siempre sabrá negociar oportunamente las agendas. Debe de contar con la capacidad de comunicarse con un grupo de personas, para influir en sus emociones, con el fin de realizar guía efectiva hacia el cumplimiento de un objetivo.

Existen pasos que se deben tener en cuenta para un buen liderazgo comunicacional, entre ellos:

- Recursos Humanos debe liderar de manera efectiva, incluyendo la inteligencia emocional, herramienta de ayuda con la mejora continua a la cultura y la comunicación interna.
- Optimizar las gestiones de las operaciones y responsabilidades, para un crecimiento continuo y efectivo.
- Recepción del mensaje, es importante señalar que el éxito en una comunicación con liderazgo, depende de la manera en cómo el público objetivo recibe el mensaje y no de la intención que haya tenido la lideresa al tratar de comunicarse.
- Capacidad de ayudar a que todo fluya de una manera natural, abierta; saber que pueden generar un cambio sin lastimar, ser capaces de transmitir la estrategia, visión propuesta y de generar las alianzas estratégicas que sean beneficiosas para el negocio.

B. K Berger y J. Meng, en sus estudios: “Public Relations Practitioners and the Leadership Challenge”, proponen nueve principios para lograr la excelencia en el liderazgo en comunicación estratégica y concluyen que para ser excelentes líderes, se deberían poseer las siguientes cualidades:

- 1) liderar con el ejemplo;
- 2) participar de forma efectiva y creíble en la toma de decisiones estratégicas dentro de la organización y con sus alianzas estratégicas;
- 3) ejemplificar una fuerte orientación ética;
- 4) tener complejas habilidades comunicativas y retóricas;
- 5) disponer de un profundo autoconocimiento que les permita guiar con éxito todo tipo de interacciones, formación y relaciones, además del desarrollo personal;
- 6) disponer de un fuerte deseo de liderar;
- 7) utilizar estilos de liderazgo transformacionales e inclusivos, sensibles al medio ambiente y al entorno, además de a la diversidad, la equidad y la inclusión;
- 8) demostrar pasión por el trabajo y la profesión, animando e inspirando a los demás, y
- 9) actuar como agentes de cambio, ayudando a crear una cultura de comunicación.

La Marca Personal como herramienta para el logro de los objetivos

Cuando hablamos de marca personal no solo nos estamos refiriendo a las aptitudes o prácticas profesionales que son también muy importantes, sino además incluye una combinación de habilidades y experiencias que representan tu identidad.

Con la penetrante influencia de las nuevas tecnologías y las redes sociales se hace más que necesario ofrecer una marca personal a terceros, capaz de ofrecer un mensaje transparente sobre tu identidad y valor.

Construir, potenciar y controlar tu propia marca personal te ayudará a generar nuevas oportunidades a la vez que te facilitará la consecución de metas y objetivos.

La creación y consolidación de la marca personal no debe dejarse a la improvisación, es necesario seguir una estrategia de marca personal capaz de moldear de manera real, óptima y eficaz tu imagen.

La Marca Personal o Personal Branding es un concepto que consiste en considerarse a uno mismo como una marca comercial con el objetivo de diferenciarse y conseguir un mayor éxito profesional. Una marca es algo que se construye día a día pues muestra quién eres y lo que te gusta hacer.

Pasos para construir tu marca personal

1. Definir tus objetivos

Una correcta estrategia de marca personal se inicia (y debe iniciarse) con la definición de los objetivos. Los objetivos son de muy diversa naturaleza y pueden comenzar respondiendo preguntas como las siguientes:

¿Qué objetivos profesionales deseas?

¿Hasta dónde quieres llegar?

¿Conseguir nuevo empleo, clientes...?

¿Vender más?

¿Generar nuevas oportunidades, contactos...?

¿Dónde estarás en tres años?

Puedes tener muchos objetivos en tu mente, por ello es aconsejable priorizar y definir aquellos más necesarios o inmediatos.

Por último destacar, que estos objetivos han de ser SMART: específicos, medibles, alcanzables (posibles de realizar, aunque sean ambiciosos), realistas y cuantificables en el tiempo.

2. Determinar tu público objetivo

Es cierto que un buen contenido tiende a atraer una gran audiencia o público. No obstante, este hecho no asegura el éxito, pues no garantiza que este sea el público objetivo adecuado para tu marca. Al definir tu target generarás no solo un buen contenido sino el correcto para lograr tus metas.

El público objetivo es también llamado “buyer persona” y está íntimamente vinculado a los objetivos fijados así pues deberás de tener presente a quien te quieres dirigir: colegas de profesión, clientes, proveedores, contactos, etc...

3. Definir tu mensaje y tu tono de comunicación

Responder a las siguientes preguntas es clave para este paso:

¿Qué quieres decir? Y ¿Cómo lo quieres decir?

Uno de los principios y consejos para desarrollar tu marca personal es el uso de palabras e ideas simples para transmitir el mensaje. Siempre siendo totalmente fiel a ti misma describiendo realmente tu persona: con positividad, apertura, motivación hacia tu público con el fin de generar confianza y con ello fidelidad de marca.

El tono y la forma de comunicación la irás determinando el público objetivo deseado: informativo, cercano, emocional...

4. Diseñar tu imagen corporativa

Otra de las grandes claves para construir una marca personal de éxito es la imagen corporativa. Toda marca personal lleva asociada una imagen corporativa que refleje las características de la misma.

No es fácil conseguir una imagen corporativa acorde a lo que uno es, es necesario tener en cuenta aspectos tan relevantes como los siguientes: Identificar aquellos conceptos con los que se quiere que los usuarios reconozcan tu marca personal, relacionar objetos o elementos que den valor a tu perfil de personal branding, colores, tipografía, fotos.

5. Planificar tus acciones

Por lo general, se suele establecer un calendario de acciones para ser lo más completo posible en este aspecto: desde las publicaciones en redes sociales, blog personales, colaboración en otros sitios web, creación de videos, o los canales de comunicación elegidos.

6. Medir los resultados

Las nuevas tecnologías y redes sociales cuentan con métricas que permiten medir y cuantificar los resultados.

- Alcance o Seguimiento: número de seguidores que se tienen en cada uno de los sitios donde se tiene presencia.
- Compromiso o Engagement, describe la capacidad de fidelizar y crear relaciones sólidas y duraderas con el público. No es lo mismo un usuario que comenta, hace “Me gusta” o “comparte” que otro que no genera ningún feedback.
- Número de Visitas: El tráfico web es una de las grandes métricas que ofrece información útil y efectiva sobre el impacto de la marca personal: número de visitantes, páginas que visitan las personas y cuánto tiempo pasan en cada página...
- Número de suscriptores en blogs o redes sociales, comentarios de blog o menciones... Las métricas de la marca persona puede generar un gran informe capaz de ofrecernos la dirección correcta para la estrategia de marketing personal.

Para desarrollar y mejorar tu marca personal se necesita trabajar mucho y de manera eficaz.

Consejos para mejorar y potenciar tu marca personal:

- **Dedicación:** En primer lugar es vital ser consciente que crear, mejorar y desarrollar tu marca personal necesita mucho trabajo. Este trabajo vendrá planificado mediante la estrategia seleccionada y las acciones necesarias para plasmar el mensaje de la misma.
- **Fomentar las relaciones y conexiones:** También denominado networking, es importante crear de forma continuada una red de contactos que te ayuden a conocer y crear oportunidades.
- **Constancia en Redes Sociales:** Como hemos dicho anteriormente, la constancia es una cualidad primordial para llegar a obtener éxito con la marca personal. Se constante en la publicación en redes sociales: comparte, crea contenido, contesta a seguidores... de esta manera estarás creando valor.
- **Interacción:** Interactúa siempre que puedas tanto en tus propios sitios personales como en los de terceros. Genera diálogo, fomenta el conocimiento y la curiosidad o aporta soluciones, lo importante es mostrar que tu marca está viva y atenta a su público.
- **Contenido de calidad:** Tiene mayor valor un artículo bueno y completo de 2.000 palabras que tres de 500 palabras. El contenido ha de ser de calidad, original y útil. Existe mucha competencia en este sentido, ya sabe lo que está escrito... ¡Hazlo diferente!

Errores muy comunes

1. Mostrar una identidad que no te pertenece

La marca personal debe ser una continuidad de tu forma de ser y pensar. De nada sirve mostrar una cara diferente, a medio plazo y largo plazo es muy complejo de defender. Sinceridad y honestidad son factores clave.

2. No analizar resultados y objetivos

Si no conoces qué impacto está teniendo nuestra marca personal no sabrás qué medidas y acciones debes realizar para mejorar y potenciar en el futuro.

3. Carecer de estrategia

Debe seguir un plan prefijado bajo una estrategia profesional con objetivos muy bien definidos, siguiendo unas óptimas pautas de diseño de marca.

5. No entender al target

La definición incorrecta del público objetivo pueden llevar a no entenderlo y con ello al más puro fracaso de tu marca personal.

6. No actualizarse

Otro valor indiscutible para lograr el éxito de tu marca personal, está relacionado con la continua actualización y renovación de contenidos y acciones.

NOSOTRAS EN EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL



Este proyecto TEA WEEB recibe el apoyo financiero del Gobierno de Canadá, por medio del Ministerio de Asuntos Globales de Canadá.

