

ÍNDICE

Preámbulo	13
Capítulo 1 LAS MARCAS COMERCIALES	19
1.1. Qué son las marcas	22
1.2. Marcas míticas mundiales	25
1.3. Marcas míticas en España	27
1.4. Cómo se potencian	30
1.4.1. Un caso de estudio	31
1.5. Cómo se protegen	34
1.6. Síntesis del capítulo	35
Capítulo 2 EL AUGE DE LA MARCA BLANCA	37
2.1. Ventajas y desventajas de las marcas blancas	40
2.2. ¿Marca blanca personal?	43
2.3. Síntesis del capítulo	47
Capítulo 3 LA MARCA PERSONAL VS REPUTACIÓN	49
3.1. ¿Qué es la marca personal?	54
3.1.1. ¿Qué no es exactamente?	55
3.1.2. ¿Cuáles son los principales elementos de la marca personal?	56

3.2. ¿Por qué es necesaria?	61
3.3. ¿Para qué?	62
3.4. Los grandes enemigos de la marca personal	63
3.5. Síntesis del capítulo	67

Capítulo 4

CÓMO CREAR Y GESTIONAR LA MARCA PERSONAL

4.1. Autoconocimiento	71
4.1.1. ¿Necesito gestionar mi marca personal?	72
4.1.2. ¿Por qué quiero gestionar mi marca personal?	75
4.1.3. ¿Qué mensaje quiero transmitir?	76
4.1.4. ¿A quién quiero transmitir mi mensaje?	77
4.1.5. ¿Estoy dispuesto a dedicar tiempo y esfuerzo a la gestión de mi marca?	80
4.2. Estableciendo los objetivos	82
4.3. Síntesis del capítulo	85

Capítulo 5

PROMOCIÓN DEL “PRODUCTO”. LA ESTRATEGIA DE MARKETING PERSONAL

5.1. Elementos a considerar	89
5.1.1. El concepto	90
5.1.2. El relato personal	90
5.1.3. Coherencia y consistencia	91
5.1.4. La red de contactos	93
5.1.5. Política de comunicación	95
5.2. Recursos necesarios	98
5.3. Habilidades	101

5.3.1. Habilidades intrapersonales	103
5.3.2. Habilidades personales	106
5.4. Imagen	107
5.5. Síntesis del capítulo	109

Capítulo 6

COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO	111
6.1. Elementos básicos de la comunicación	115
6.2. El “noble arte” de la comunicación cara a cara	120
6.3. Correo electrónico	121
6.4. Comunicar en el proceloso mundo 2.0	124
6.4.1. Web propia	124
6.4.2. Redes sociales	125
6.4.3. Mensajería instantánea	125
6.5. Posicionamiento	127
6.5.1. Posicionamiento web	127
6.5.2. Posicionamiento en las redes sociales	127
6.6. Síntesis del capítulo	129

Capítulo 7

REVISIÓN Y MANTENIMIENTO	131
7.1. Revisión	133
7.1.1. Mayor autoconocimiento	133
7.1.2. Objetivos más específicos	135
7.1.3. Cambios en la estrategia de marketing personal ..	136
7.1.4. Comunicar más y mejor	138

7.2. Mantenimiento	142
7.2.1. Protección de la marca	142
7.2.2. Protección del dominio de internet	143
7.2.3. Continuidad en la comunicación	145
7.2.4. Seguridad	147
7.3. Síntesis del capítulo	151
Capítulo 8	
PRINCIPALES REDES SOCIALES	153
8.1. ¿Vale la pena estar presente?	155
8.2. LinkedIn	158
8.2.1. El perfil	158
8.2.2. Las recomendaciones	160
8.2.3. Los contactos en LinkedIn	161
8.2.4. Los grupos	161
8.2.5. Qué no hacer en LinkedIn	163
8.3. Twitter	165
8.3.1. El “idioma de Twitter”	169
8.3.2. Algunas ventajas	169
8.3.3. El perfil de usuario	170
8.3.4. Etiquetas denominadas <i>hashtag</i>	171
8.4. Facebook	172
8.4.1. Algunos errores que cometen las empresas	174
8.5. Google Plus	175
8.6. Instagram	175
8.7. YouTube	176
8.8. Síntesis del capítulo	179

Capítulo 9	
OTRAS PLATAFORMAS	181
9.1. Blogs	183
9.1.1. ¿Dónde publicar?	185
9.1.2. Un blog está bien pero ¿debe responder a una planificación?	186
9.1.3. ¿Sobre qué publicar?	188
9.1.4. ¿Cómo dar visibilidad al blog?	188
9.2. Aplicaciones de mensajería instantánea	190
9.2.1. Whatsapp	190
9.2.2. Line	193
9.2.3. Telegram	194
9.3. Otras aplicaciones	194
9.3.1. Skype	195
9.4. Síntesis del capítulo	199
Capítulo 10	
LA MARCA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE BÚSQUEDA DE EMPLEO	201
10.1. Meta	204
10.2. Análisis de la realidad	205
10.3. Plan estratégico de marketing personal	208
10.3.1. Información exhaustiva	208
10.4. La importancia de la red de contactos (<i>networking</i>)	210
10.5. La imagen	213

10.5.1. Tarjetas de visita	214
10.6. La presencia en las redes sociales	216
10.7. Los portales de empleo	219
10.7.1. Por qué en algunos casos no hay resultados	220
10.8. Síntesis del capítulo	221
Capítulo 11	
LA HUELLA DIGITAL	223
11.1. Comunidades o grupos de seguidores	227
11.2. Derecho al olvido en Internet	231
11.2.1. Eliminar información en los buscadores	232
11.2.2. Eliminar información en las redes sociales	233
11.3. Algunos errores que todos cometemos alguna vez	234
11.4. Síntesis del capítulo	236
EPÍLOGO	237
BIBLIOGRAFÍA	243