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 30
1.4. Cómo se potencian 34

1.4.1. Un caso de estudio 35

1.5. Cómo se protegen 37
1.6. Síntesis del capítulo 38

Capítulo 2.
EL AUGE DE LA MARCA BLANCA 39

2.1. Ventajas y desventajas de las marcas blancas 42
2.2. ¿Marca blanca personal? 45
2.3. Síntesis del capítulo 50

Capítulo 3.
LA MARCA PERSONAL VS REPUTACIÓN 51

3.1. ¿Qué es la marca personal? 56

3.1.1. ¿Qué no es exactamente? 57
3.1.2. ¿Cuáles son los principales elementos de la marca personal? 58

3.2. ¿Por qué es necesaria? 63
3.3. ¿Para qué? 64
3.4. Los grandes enemigos de la marca personal 65
3.5. Síntesis del capítulo 69

Capítulo 4.
CÓMO CREAR Y GESTIONAR LA MARCA PERSONAL 71

4.1. Autoconocimiento 73

4.1.1. ¿Necesito gestionar mi marca personal? 74
4.1.2. ¿Por qué quiero gestionar mi marca personal? ... 77
4.1.3. ¿Qué mensaje quiero transmitir? 78
4.1.4. ¿A quién quiero transmitir mi mensaje? 79
4.1.5. ¿Estoy dispuesto a dedicar tiempo y esfuerzo a la gestión de mi marca? 82

4.2. Estableciendo los objetivos 84
4.3. Síntesis del capítulo 87

Capítulo 5.
PROMOCIÓN DEL "PRODUCTO". LA ESTRATEGIA DE MARKETING PERSONAL 89

5.1. Elementos a considerar 91

5.1.1. El concepto 92
5.1.2. El relato personal 92
5.1.3. Coherencia y consistencia 93
5.1.4. La red de contactos 95
5.1.5. Política de comunicación 97

5.2. Recursos necesarios 100

5.3. Habilidades 103

5.3.1. Habilidades intrapersonales 105
5.3.2. Habilidades personales 108

5.4. Imagen 109
5.5. Síntesis del capítulo 111

Capítulo 6.
COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO 113

6.1. Elementos básicos de la comunicación 117
6.2. El "noble arte" de la comunicación cara a cara 122
6.3. Correo electrónico 123
6.4. Comunicar en el proceloso mundo 2.0 126

6.4.1. Web propia 126
6.4.2. Redes sociales 127
6.4.3. Mensajería instantánea 127

6.5. Posicionamiento 129

6.5.1. Posicionamiento web 129
6.5.2. Posicionamiento en las redes sociales 129

6.6. Síntesis del capítulo 131

Capítulo 7.
REVISIÓN Y MANTENIMIENTO 133

7.1. Revisión 135

7.1.1. Mayor autoconocimiento 135
7.1.2. Objetivos más específicos 137

7.1.3. Cambios en la estrategia de marketing personal .. 138
7.1.4. Comunicar más y mejor 140

7.2. Mantenimiento 144

7.2.1. Protección de la marca 144
7.2.2. Protección del dominio de internet 146
7.2.3. Continuidad en la comunicación 148
7.2.4. Seguridad 150

7.3. Síntesis del capítulo 154

Capítulo 8.
PRINCIPALES REDES SOCIALES 157

8.1. ¿Vale la pena estar presente? 160
8.2. LinkedIn 162

8.2.1. El perfil 163
8.2.2. Las recomendaciones 165
8.2.3. Los contactos en LinkedIn 165
8.2.4. Los grupos 166
8.2.5. Qué no hacer en LinkedIn 168

8.3. Twitter 170

8.3.1. El "idioma de Twitter" 173
8.3.2. Algunas ventajas 174
8.3.3. El perfil de usuario 174
8.3.4. Etiquetas denominadas *hashtag* 175

8.4. Facebook 177

8.4.1. Algunos errores que cometen las empresas 178

8.5. Instagram 179
8.6. YouTube 180
8.7. Tiktok 182
8.8. Síntesis del capítulo 183

Capítulo 9.
OTRAS PLATAFORMAS 185

9.1. Blogs 187

9.1.1. ¿Dónde publicar? 189
9.1.2. Un blog está bien pero ¿debe responder a una planificación? 190
9.1.3. ¿Sobre qué publicar? 192
9.1.4. ¿Cómo dar visibilidad al blog? 192

9.2. Aplicaciones de mensajería instantánea 194

9.2.1. Whatsapp 194
9.2.2. Telegram 197

9.3. Otras aplicaciones 198

9.3.1. Skype 198
9.3.2. Sildeshare 200

9.4. Síntesis del capítulo 202

Capítulo 10.
LA MARCA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE BÚSQUEDA DE EMPLEO 205

10.1. Meta 208
10.2. Análisis de la realidad 209

10.3. Plan estratégico de marketing personal 212

10.3.1. Información exhaustiva 212

10.4. La importancia de la red de contactos (*networking*) 214
10.5. La imagen 217

10.5.1. Tarjetas de visita 218

10.6. La presencia en las redes sociales 220
10.7. Los portales de empleo 223

10.7.1. Por qué en algunos casos no hay resultados ... 224

10.8. Síntesis del capítulo 225

Capítulo 11.
LA HUELLA DIGITAL 227

11.1. Comunidades o grupos de seguidores 231
11.2. Derecho al olvido en Internet 235

11.2.1. Eliminar información en los buscadores 236
11.2.2. Eliminar información en las redes sociales 237

11.3. Algunos errores que todos cometemos alguna vez 238
11.4. Síntesis del capítulo 240

EPÍLOGO 241

BIBLIOGRAFÍA 247