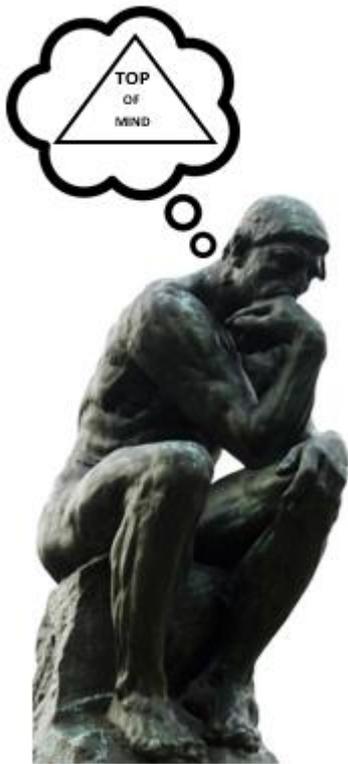


CREA TU MARCA PERSONAL: LINKEDIN COMO UN PRIMER ACERCAMIENTO AL MUNDO LABORAL

Patricia Sánchez López

Imaginemos la siguiente situación. Un día cualquiera, ante un ataque repentino de sed, vamos al supermercado en busca de un zumo. Nos ponemos delante del frigorífico, que deja ver las distintas marcas y empezamos a observar. Sabemos que sabor nos apetece, queremos que tenga un alto porcentaje de fruta entre los ingredientes y tenemos tres marcas que darían respuesta a nuestras demandas. No obstante, nos lleva a penas un minuto decantarnos finalmente por esa marca que conocemos, y que, por alguna razón, nos transmite una mayor confianza.



Es indudable que en la toma de esta decisión han entrado en juego gustos personales y otras variables, como el precio del producto. No obstante, no podemos olvidar un componente determinante que ha hecho que ese producto esté en nuestro “top of mind” (primeros puestos en nuestro ranking mental de marcas favoritas), llegando a resultar elegido. Nos referimos al branding o la creación de una marca y su posicionamiento, de manera que se genere un clima de confianza hacia la misma.

Ahora, imaginemos que formamos parte del departamento de recursos humanos de una compañía y somos responsables de un proceso de selección para elegir a un candidato que cubra una vacante disponible. En un primer lugar, valoraremos factores determinantes como la formación o la experiencia, pero, ¿qué ocurre si nos encontramos con varios candidatos con un perfil similar? Es en este punto cuando, una vez más, entra en juego el branding o, en concreto, la marca personal de los candidatos, que tomará un papel determinante en la decisión que finalmente tome la compañía.

¿Y qué es eso de la marca personal? El fundador y director ejecutivo de Amazon, Jeff Bezos, lo define como “aquello que dicen de ti cuando no estás delante”. En la era de internet, la huella que dejamos en la red cobra especial relevancia; el autor y emprendedor estadounidense Timothy Ferriss lo expone de la siguiente manera: “la marca personal trata de la gestión de tu nombre en un mundo de información errónea, desinformación y resultados de Google. ¿Vas a una cita?, probablemente esa persona haya buscado tu nombre en Google. ¿Vas a una entrevista de trabajo? Exactamente lo mismo.

Es por ello tan relevante que seamos nosotros mismos quienes dejemos en la web la huella que queramos que los demás vean de nosotros; que establezcamos cuál queremos que sea la impresión que los demás tienen de uno mismo, cuando no se está delante. Ante lo expuesto, queda en nuestra mano comenzar a trabajar para que esa marca sea la deseada, teniendo en cuenta nuestras metas y objetivos profesionales.

Quizá os preguntéis cómo podéis construir vuestra marca personal enfocada al ámbito laboral si aún han de transcurrir algunos años para que os adentréis en él. Pues bien, para este primer

acercamiento, vamos a emplear una de las herramientas más empleadas para crear un perfil profesional: LinkedIn.

A simple vista, parece complicado comenzar nuestra estrategia de branding, no obstante, para los alumnos de segundo de Bachillerato, que pronto comenzarán con la formación universitaria, esta red social se perfila como un importante primer paso hacia el mercado laboral. Vamos por ello a revisar las claves a seguir para que en un futuro solo quede completar vuestro perfil profesional con vuestra experiencia y estudios universitarios.

En un primer lugar, debemos perseguir el impacto visual. Debemos tener en cuenta que estamos ante una red social profesional, por lo que nuestra foto no sólo no debe alejarse de un recorte de una imagen en nuestra vida cotidiana –por muy “sanos” que sean nuestros hobbies- sino que debe transmitir una imagen profesional al tiempo que cercana. Esto es, debemos huir de aprovechar nuestra foto del dni si nos da un aspecto distante, pero debemos elegir una imagen en la que miremos a nuestro receptor –el contacto visual es fundamental para lograr la confianza-, y en la que sonriamos. Además debemos evitar distracciones; nosotros somos el protagonista de la imagen, por lo que debemos, además, llevar la vestimenta que se adecúe al puesto al que queremos acceder, lo que ayudará a nuestro receptor a “visualizarnos” como el candidato ideal para la compañía.

En segundo lugar, debemos cuidar nuestro titular profesional y nuestro extracto. Durante el paso por la universidad, el titular profesional puede rezar “estudiante de...”, no obstante, una vez obtenido el título, debemos olvidarnos del “graduado en...”, para pasar al “ingeniero o especialista en...”. Además, debemos resumir nuestras habilidades y trayectoria en un texto breve pero que genere el impacto suficiente, por lo que debemos destacar proyectos en los que hayamos participado a lo largo de nuestra trayectoria, ya que los hechos aportarán un valor extra a nuestras palabras.



Bill Gates

Co-chair, Bill & Melinda Gates Foundation

Bill & Melinda Gates Foundation • Harvard University

Seattle y alrededores, Estados Unidos

Antes de continuar, y aunque pueda parecer curioso, es recomendable personalizar la url de nuestro de perfil. A partir de ahora, debéis proporcionar tanto en vuestros currículos, como en vuestros mails de presentación o resto de perfiles profesionales, la url de LinkedIn, haciendo así más completa vuestra carta de presentación. La presentación será mucho mejor si la url recoge nuestro nombre y apellidos en lugar de unos datos proporcionados de forma aleatoria.

Dejando a un lado la experiencia y los estudios, pasaremos a los dos puntos principales que podéis desarrollar en la etapa actual.

El primero y principal de ellos, es la creación y publicación de contenido o el hecho de compartir material de interés en el sector del mercado laboral en el que se quiera desarrollar la carrera profesional. El objetivo es dejar de ser un usuario silencioso para erigirnos como un referente entre nuestra red de contactos y, quien sabe, si dentro de la red en su totalidad.

Para ello, elaborar contenido propio cobra un papel protagonista, no obstante, es necesaria constancia y publicar con cierta periodicidad; pensad en aquellas cuentas de Youtube o Twitter que habéis dejado de seguir cansados de esperar una nueva publicación.

Por otro lado, es importante que el contenido de las publicaciones tenga valor y sean de interés para nuestro “público”, que ha de percibirnos como una fuente fiable y contrastada. Este es un ejercicio que puede comenzar a desarrollarse en el segundo curso de Bachillerato, tomando como referencia a los gurús digitales de las materias en las que se enfocará la carrera profesional.

En nuestro proceso de construcción de nuestra marca personal, nuestra red de contactos tiene un papel fundamental. Una cuestión extendida entre los usuarios de LinkedIn en sus primeros pasos en el portal, gira en torno a qué perfiles han de añadirse a la red de contactos y cuáles no. Lo cierto es que lo recomendable es tener una red lo más amplia posible, lo que nos permitirá aumentar la visibilidad de nuestra marca personal.

Además, la interacción con nuestros contactos aporta valor a nuestro perfil. Por un lado, es relevante compartir o comentar el contenido de nuestros contactos, darle a me gusta a los mismos, o felicitar a otros usuarios por la obtención de un nuevo puesto de trabajo. Por otro lado, son imprescindibles las recomendaciones y las validaciones; siendo importante destacar los hechos. No dudéis en pedir a vuestros amigos o compañeros que cuenten en vuestro muro el papel que desempeñaste en cierto proyecto. Comentar en el muro de cierta persona dejando constancia de lo “trabajadora” que es ayuda, no obstante, si centramos nuestro comentario en un hecho o un logro concreto como “la impecable labor de organización que X desarrolló en el lanzamiento del producto Y” el impacto que generaremos será mucho mayor.

Considerando todas estas pautas, para comenzar a crear nuestra marca personal solo nos queda hacer de LinkedIn una más entre nuestras redes sociales habituales. Al igual que se deja una huella accesible a nuestro entorno personal en Facebook o Instagram, es de especial relevancia que se comience a trabajar en la huella profesional que queremos dejar en la web. Los primeros pasos en LinkedIn no distarán mucho de los que se siguen en cualquier otra red social; elige una buena foto, comienza a seguir a tus contactos de interés y a compartir contenido. El resto, llegará de la mano de tu etapa universitaria y tus primeros pasos en el mundo laboral.