

## ***Personal Branding no es hablar de ti, es sumar valor a tus clientes***

27 octubre de 2018  
guillemrecolons.com

Conozco (bastante bien) a un tipo que se presenta así en Twitter, Instagram...

*Versión S. XXI de limpiabotas, me gusta trabajar para que los demás brillen*

### **Nosotros no somos la clave. La clave está sumar valor a los demás**

Aunque la expresión “**Personal Branding**” y también “**Marca Personal**” puedan indicar lo contrario, esto no va de nosotros... ¿contradictorio? No. Una persona *vale* en base a lo que aporta a otros, a **sumar valor** a los demás, ya sean clientes, colaboradores, amigos, etc.

Si estamos dispuestos a invertir una buena suma de dinero por una obra de arte, es porque para nosotros tiene valor. Es una relación íntima, ya que puede que para otras personas no lo tenga en absoluto.

### **Personal Branding es sumar valor, no es auto-venta**

Me gustó un artículo de mi colega [Marco Tomasone](#) titulado [10 síntomas de ego branding](#), publicado en el blog de [Integra Personal Branding](#). En el post, Marco define a la perfección los síntomas del “ego brander”. Si los tuviera que resumir en uno, diría que este perfil (que abunda en la red y fuera de ella) se dedica a la auto-venta.

¿Reconoces algún perfil de esos que tienen miles de seguidores y ellos no siguen a nadie? Son *ego branders*. Solo se preocupan de ellos, el resto del mundo les importa un carajo.

Cualquier estrategia de personal branding debe encaminarse a resolver problemas o detectar oportunidades a nuestros grupos de interés ([stakeholders](#)). Ya sean clientes, proveedores, superiores jerárquicos, colegas, accionistas...

### **Dan Pink lo dejó claro en un cómic**

El escritor [Daniel Pink](#), autor, entre otros, del *best seller* [Una nueva mente](#), publicó el cómic [Las aventuras de Johnny Bunko](#). Uno de los capítulos del cómic (muy recomendable, por cierto) se titula *It's not about you* (no se trata de ti). Pink trata la necesidad de proyectar nuestra marca personal hacia el valor que podamos añadir a los otros.

No se trata de un espíritu de servicio, esto va de hacer que nuestro entorno crezca, mejore, brille.

*Si ayudas a brillar a los demás, el reflejo te hará brillar a ti*

## **Cierto, la palabra “Personal” despista**

No culpo a quienes puedan pensar que personal branding, entendido como la gestión de nuestra marca personal, va de nosotros. Cada semana leo artículos contra la marca personal de autores que no se han molestado en leer un libro. La realidad es que la palabra marca y su proceso, el branding, implicar siempre **sumar valor**. Suelo repetir que sin valor no hay marca.

Si llegas a este blog por primera vez y no sabías que **marca personal no es personal, perdona por la confusión**. Quédate con una idea: marca personal es lo que proyectamos en los demás, y personal branding es analizar la forma de sumar valor a los demás.