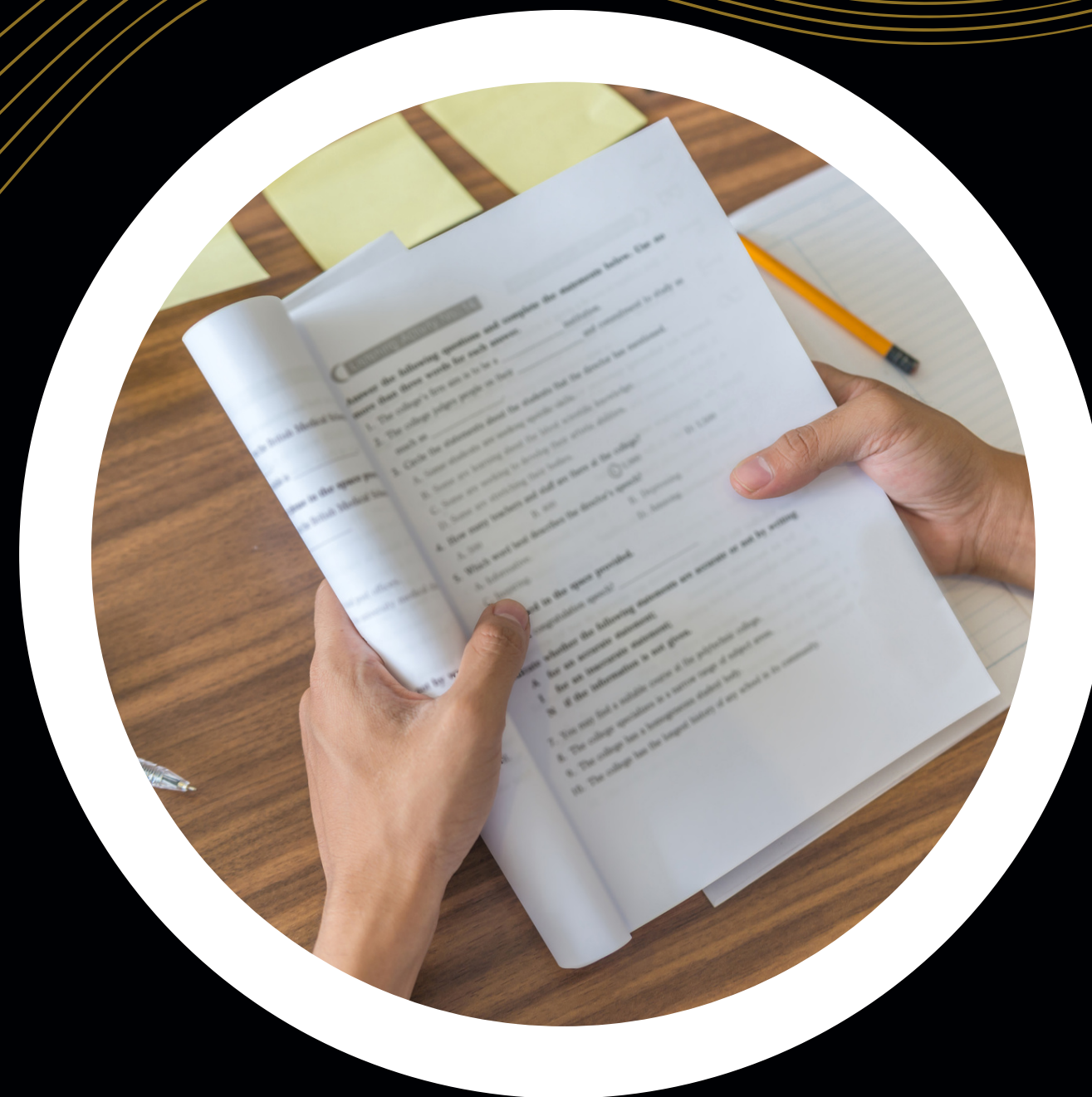


LMP30

CUADERNO DE EJERCICIOS

Por:

FER RIVAS





ENCUENTRA TU ESENCIA

El Personal Branding solo es exitoso si transmite **credibilidad y autenticidad**.

Si se trata de una imagen **completamente alejada** de las cualidades reales de la persona, es probable que no **sea creíble y fracase**.

Por ello, es necesario indagar en tus **habilidades y características** para potenciarlas a través de una narrativa adecuada.

- ¿Quién y cómo eres?
- ¿Cuál es tu propósito?
- ¿Cuál es tu vocación?



¿QUIÉN ERES?

¿Cuál es tu historia?

Describe la historia de cómo has llegado aquí, qué te ha llevado hasta este punto, hasta este taller, hasta este momento. ¿Existe algún momento en tu vida que marcarías como definitivo, que cambió la dirección que llevabas a este nuevo camino?

Preguntas que te pueden ayudar a definir una mejor respuesta:

- ¿Cómo has llegado hasta aquí?
-
- ¿Cuál fue el momento de mayor dolor de tu vida?
-
- ¿Cuál fue tu momento de mayor claridad?
-
- ¿En qué momento supiste que esto es lo que quieres hacer?

¿CÓMO ERES? DEFÍNETE EN PALABRAS

Ejemplo: Fernando

Es:

Ejemplo: Amable

Ejemplo: Empático

Ejemplo: Carismático

Ejemplo: Formal

WHO?

PREGUNTA A TU COMUNIDAD EN REDES



¿Cuáles son mis 3 virtudes
más importantes?

Escribe algo...



TAREA #1:
DEFINE QUIÉN ERES Y CÓMO ERES
UTILIZANDO LOS EJERCICIOS
ANTERIORES

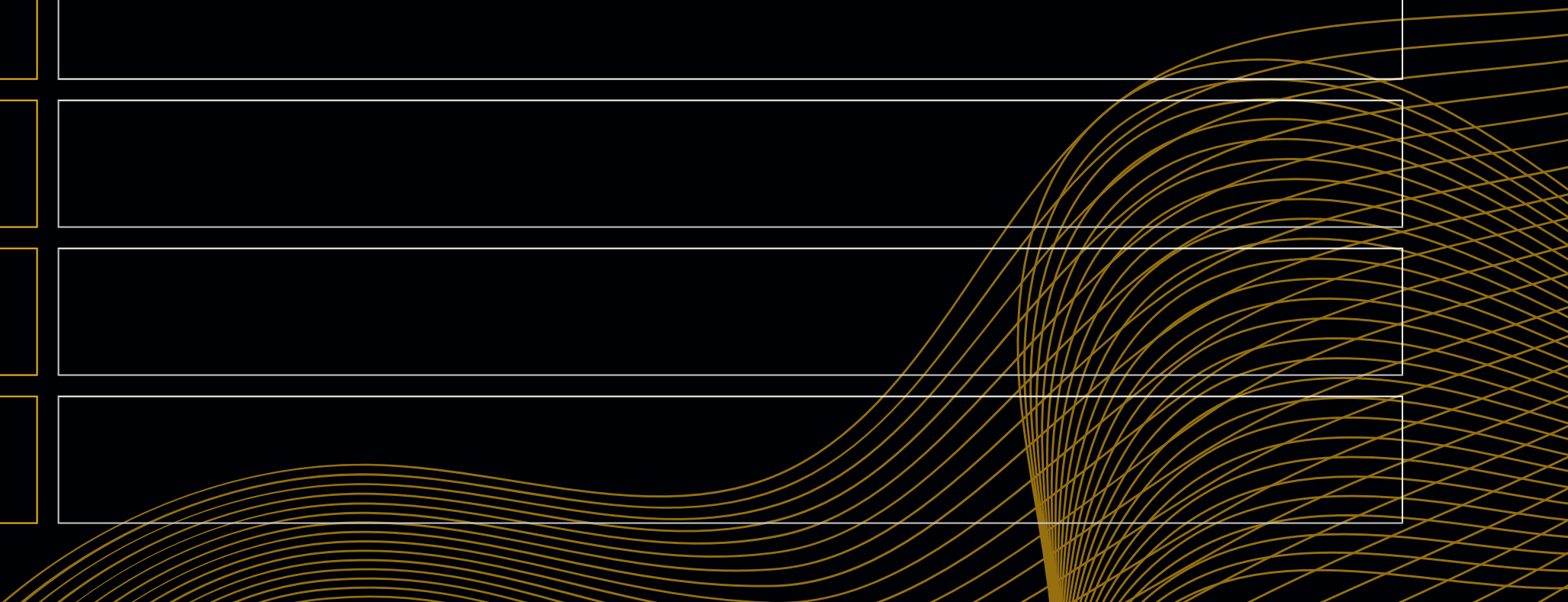


DÍA 1

¿LOS 7 POR QUÉ?

Encontrando tu Propósito

Situación Actual u objetivo:	- ¿Por qué estás aquí? - ¿Por qué quiero hacer lo que quiero hacer?
¿Por qué?	
¿Por qué?	
¿Por qué?	
¿Por qué?	
¿Por qué?	
¿Por qué?	
¿Por qué?	



EJEMPLO 7 POR QUÉ

"Objetivo: "Quiero aprender a tocar la guitarra"

1. ¿Por qué quieres aprender a tocar la guitarra?

Respuesta: Porque siempre he sentido una conexión emocional con la música.

2. ¿Por qué sientes una conexión emocional con la música?

Respuesta: Porque la música me ha ayudado a expresar y comprender mis emociones de una manera única.

3. ¿Por qué encuentras importante expresar y comprender tus emociones?

Respuesta: Porque creo que entender mis emociones contribuye a mi bienestar mental y emocional.

4. ¿Por qué consideras crucial tu bienestar mental y emocional?

Respuesta: Porque cuando estoy emocionalmente equilibrado, puedo enfrentar los desafíos de la vida de manera más positiva y efectiva.

5. ¿Por qué es fundamental enfrentar los desafíos de la vida de manera positiva y efectiva?

Respuesta: Porque creo que al hacerlo, puedo mejorar mi calidad de vida y también influir positivamente en mi entorno.

6. ¿Por qué te importa mejorar tu calidad de vida y tener un impacto positivo en tu entorno?

Respuesta: Porque creo que cada individuo tiene la capacidad de contribuir al bienestar general y crear un ambiente más positivo y armonioso.

7. ¿Por qué crees que es importante contribuir al bienestar general y crear un ambiente positivo y armonioso?

Respuesta: Porque estoy convencido/a de que al hacerlo, puedo ser parte de un cambio positivo en la sociedad y dejar un legado significativo para las generaciones futuras.



TAREA #2:
DEFINE TU PRÓPOSITO DE VIDA
UTILIZANDO EL EJERCICIO ANTERIOR



DÍA 2

A woman with dark hair tied back is sitting in a meditative lotus position on a wooden floor. She is wearing a dark-colored tank top and white pants. Her hands are resting on her knees in a mudra. She is looking out of a window with light blue curtains. On the windowsill, there are three lit candles in glass holders. The scene is framed by a large, irregular circular shape. Yellow wavy lines emanate from the top left corner of the image, creating a sense of movement and energy.

TU VOCACIÓN

¿Cuál es tu vocación?

La vocación es una pasión que guía a una persona en la **elección de su carrera** y en la toma de decisiones importantes en su vida.

Ejemplo: Imagina a alguien apasionado por la conservación ambiental, comprometido con preservar la naturaleza y mitigar impactos negativos en el medio ambiente.

1. ¿Qué actividades o áreas te llenan de energía y entusiasmo?

2. ¿Qué problemas o desafíos en el mundo te motivan a contribuir positivamente?

3. ¿Que es aquello que harías sin que te pagaran?



TAREA #3:
ENCUENTRA CUÁL ES TU VOCACIÓN,
RESPONDIENDO A LAS PREGUNTAS
ANTERIORES



DÍA 3

MISIÓN

Es lo que una marca u organización hace actualmente, su propósito y actividades presentes.



¿Qué quieres lograr?



¿Qué haces?



¿Para qué lo haces?



¿Para quién lo haces?



EJEMPLOS

- 1 Airbnb:** Crear una plataforma de viajes de un extremo a otro que se encargará de cada parte de tu viaje.
- 2 Tesla:** Acelerar la transición del mundo hacia la energía sostenible a través de vehículos eléctricos de alta calidad y soluciones de energía renovable.
- 3 Google:** Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil.
- 4 Amazon:** Ofrecer la mejor experiencia de compra en línea, proporcionando una amplia selección de productos y servicios a precios convenientes con la máxima rapidez y confiabilidad



TAREA #4:
DEFINE CÚAL ES TU MISIÓN USANDO
LAS PREGUNTAS ANTERIORES



DÍA 4

TU VISIÓN

Es la imagen futura que la organización aspira a alcanzar, su meta a largo plazo.



¿Qué te gustaría lograr a largo plazo?



¿Cómo visualizas el éxito de tu negocio?



¿Que harás para conseguir el éxito de tu negocio?



EJEMPLOS

- 1 Airbnb:** Pertenecer a cualquier lugar
- 2 Tesla:** Crear el coche eléctrico más convincente y ser líder en la transición hacia la energía sostenible.
- 3 Google:** Proporcionar acceso a la información del mundo en un solo clic
- 4 Amazon:** Ser la empresa más centrada en el cliente del mundo, donde los clientes pueden encontrar y descubrir cualquier cosa que quieran comprar en línea



TAREA #5:
DEFINE CÚAL ES TU VISIÓN USANDO
LAS PREGUNTAS ANTERIORES



DÍA 5

DESCUBRIENDO TUS VALORES

Ejercicio Los 10 Admiradores

Explicación Ejercicio:

1. Escribe el nombre de las 10 personas que más admiras (Pueden ser personajes ficticios, famosos o personas que conozcas)
2. Escribe las cualidades que más admiras de cada uno (al menos 3 cosas y varias personas pueden tener las mismas cualidades)
3. Presta atención a las cualidades que más se repiten
5. Repasa tu lista y nota las cualidades idénticas. Éstas son tus cualidades y valores que has proyectado en otros.

El operar desde ellas te ayudará a ser integro.



DESCUBRIENDO TUS VALORES

Ejercicio 10 Admiradores

Personas que Admiras	Cualidades que admiras
Persona 1	
Persona 2	
Persona 3	
Persona 4	
Persona 5	

DESCUBRIENDO TUS VALORES

Ejercicio 10 Admiradores

Personas que Admiras	Cualidades que admiras
Persona 1	
Persona 2	
Persona 3	
Persona 4	
Persona 5	

DESCUBRIENDO TUS VALORES

De la siguiente lista, selecciona al menos 4 que respresenten tu marca y tu persona

Abundancia Aceptación Adaptabilidad Afecto Afluencia Agilidad Agrado Alegría Altruismo Amabilidad Ambición Amor Apoyo	Apreciación Aprendizaje Actitud Armonía Asertividad Atención Atractivo Atrevido Audacia Aventurero Belleza Brillantez Claridad	Comodidad Compromiso Conciencia Conexión Confiabilidad Confianza Congruencia Conocimiento Consistencia Contribución Creatividad Crecimiento Credibilidad	Decisión Descubrimiento Dignidad Diligencia Diplomacia Disciplina Disfrute Disponibilidad Diversidad Diversión Educación Eficacia Eficiencia	Elegancia Empatía Energía Entusiasmo Equilibrio Espiritualidad Espontaneidad Estabilidad Exactitud Excelencia Éxito Experiencia Familia	Felicidad Flexibilidad Frescura Fuerza Generosidad Gratitud Habilidad Higiene Honestidad Humildad Imaginación Imparcialidad independencia	Inspiración Integridad Inteligencia Inventiva Justicia Lealtad Libertad Liderazgo Lógica Motivación Oportunidad Optimismo organización	Originalidad Pasión Perseverancia Precisión Profesionalismo Pulcritud Realismo Reconocimiento Respeto Seguridad Sencillez Sentido práctico servicio	Simpatía Sinceridad Sinergia Trabajo en equipo Valentía Visión
---	--	--	--	---	---	--	---	---



EJERCICIO #6: ENCUENTRA TUS 4 VALORES CLAVE UTILIZANDO LOS EJERCICIOS ANTERIORES



DÍA 6



TÉCNICAS PARA CREAR UN NAMING

En el ámbito de la marca personal, es común usar el nombre junto con un apellido destacado. Sin embargo, cuando el nombre es muy común, se recomienda explorar otras técnicas para crear un naming distintivo. Como por ejemplo:

- **Descriptivo** (Ej. Redactora Freelance)
- **Acrónimo** (Ej. De Ana García Fernández el acrónimo sería AGF)
- **Neologismo** (Ej. De “escribir” y “post” crear la palabra “Escripost”)
- **Evocativo** (Ej. De “escribir” crear la palabra “Escritali”)
- **Asociativo** (Ej. Olympic Games)

PASOS PARA CREAR UN NAMING



Paso 1

Busca tu nombre y apellidos en Google para verificar si otras personas están utilizando el mismo para posicionar su marca personal. Si no encuentras coincidencias, puedes usar tu nombre real como marca.



Paso 2

Si ya hay otras personas posicionándose con tu nombre, evalúa si es adecuado seguir con el mismo nombre o considerar la creación de uno nuevo, teniendo en cuenta las técnicas mencionadas anteriormente, y dependiendo del sector en el que se muevan.



EJERCICIO #7: CREA TU NAMING UTILIZANDO LOS EJERCICIOS ANTERIORES



DÍA 7

PASOS PARA CREAR UN CLAMING



Pasos

1. Piensa en qué es lo que ofreces, la forma en que lo haces y qué te hace diferente al resto.
2. Haz una lluvia de ideas y conceptos.
3. Trata de hacer una frase corta a través de los conceptos que creas que mejor definen tu esencial.



EJERCICIO #8: CREA TU CLAMING UTILIZANDO LOS EJERCICIOS ANTERIORES



DÍA 8

BONUS



Tu Identidad Coporativa Profesional

50% de descuento en creación de la **identidad corporativa** con diseñador profesional. Por ser alumno del curso

Precio Normal: \$500 dólares

Precio Dcto: \$249 dólares



EJERCICIO #9 - 15: CREA TU IDENTIDAD GRÁFICA



DÍA 9 - 15

CARACTERÍSTICAS DE UNA FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

1. **Clara y Nítida:** La imagen debe ser de alta resolución y estar bien enfocada para asegurar claridad y profesionalismo.
2. **Bien Iluminada:** La iluminación adecuada es esencial. Evita sombras molestas y asegúrate de que tu rostro esté bien iluminado.
3. **Fondo Apropiado:** Un fondo limpio y sin distracciones ayuda a centrar la atención en la persona. Puedes optar por fondos neutros o contextuales según el tono que desees.
4. **Expresión Auténtica:** La expresión facial debe ser natural y reflejar tu personalidad y estilo. Evita poses exageradas o artificiales.
5. **Consistente con la Marca:** La foto debe estar alineada con la identidad de tu marca. Por ejemplo, si tu marca es seria y profesional, la foto debe reflejar eso.
6. **Enfocada en el Rostro:** El rostro debe ser el punto focal de la foto, permitiendo a las personas identificarte fácilmente.
7. **Estilo Profesional:** Asegúrate de que el estilo de la foto coincida con la imagen que desees proyectar para tu marca personal.
8. **Actualizada:** Mantén tu foto de perfil actualizada para que refleje tu apariencia y estilo actuales.



EJERCICIO #16-18: OBTÉN TUS FOTOS PROFESIONALES



DÍA 16 - 18

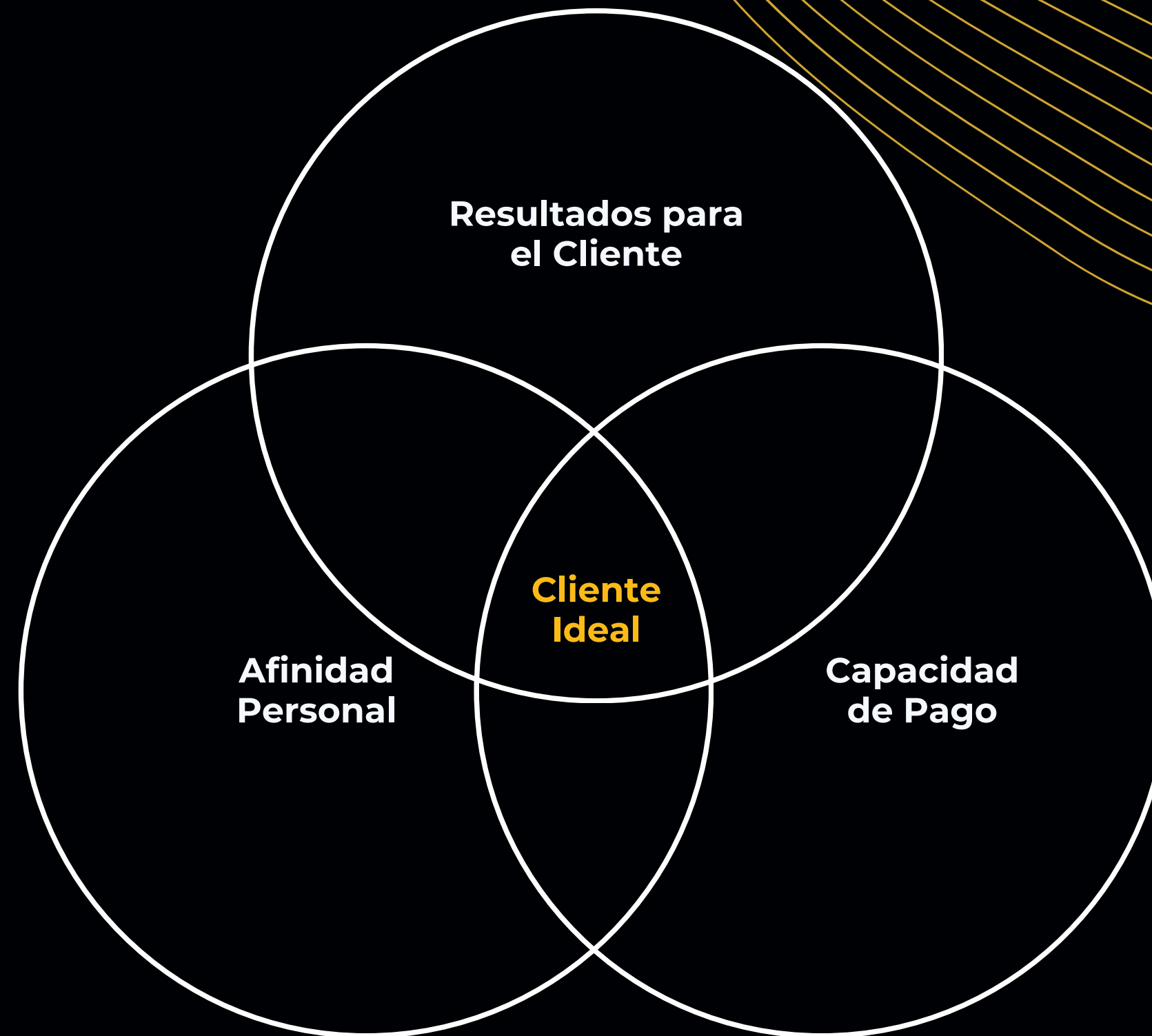


**EJERCICIO BONUS: DEFINE SI TE
ESPECIALIZARÁS Y QUÉ MERCADO
TOMARÁS**



EXTRA

¿CÓMO ENCUENTRO MI NICHOS?





EJERCICIO BONUS: DEFINE CUÁL SERÁ TU NICHÓ



EXTRA

DEFINE A TU CLIENTE IDEAL

Un cliente ideal es la persona que reúne las características y los retos específicos que tu producto o servicio busca y puede resolver.

Para conocer tu cliente ideal tienes que conocer:



Perfil Demográfico

- Nombre
- Género
- Edad
- En donde vive
- Tiene hijos
- Es soltero o casado



Empleo o Estudios

- Estudios
- Sector del trabajo
- Puesto
- Aspiraciones profesionales
- Herramientas de Trabajo



Intereses

- Gustos
- Deportes
- Hoobys
- Arte
- Tecnología
- Cocina
- Programas Tv
- Que hace en tiempos libres



Personalidad

- Amable
- Empático
- Ayuda a los demás
- Tranquilo
- Eufórico
- Comprometido



Compras

- Compra en internet o en tienda física
- Marcas que compra



Objetivos

- Cuáles son sus objetivos y aspiraciones
- Cual es esa transformación que busca tener con tu producto o servicio



Temores

- ¿Cuál es el principal dolor que tiene?
- ¿Qué le da miedo?
- ¿Qué lo hace sentir frustrado?

FICHA DE TU CLIENTE IDEAL

Buyer Persona | Daniela – Mujer Joven

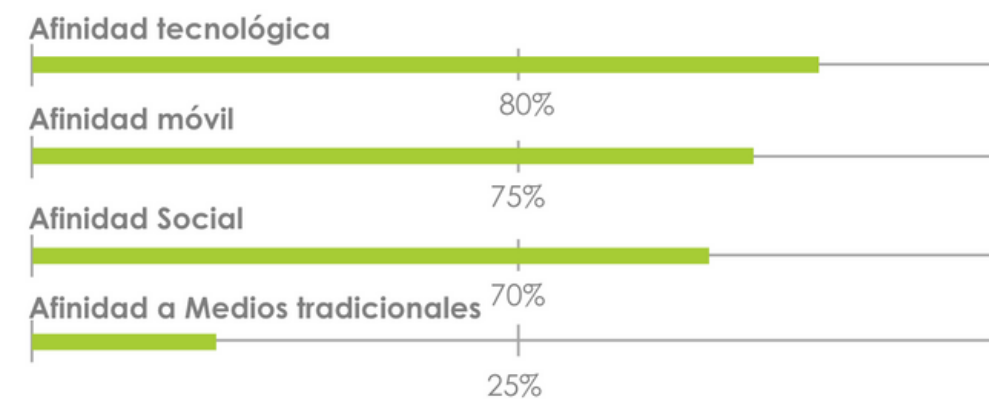
- **Edad:** 18 años
- **Ocupación:** Estudiante Bachillerato
- **Nivel socio económico:** medio
- **Estado civil:** Soltero

Búsqueda: Qué necesita esta persona, qué busca para cumplir sus metas

Puntos de dolor: Qué le molesta o le afecta



SOY: Su personalidad, cómo es
SIENTO: Cómo se siente actualmente,
OIGO: De quiénes se guía. ¿Padres, amigos, influencers...?
VEO: Cómo ve el panorama actual
HAGO: Qué está haciendo con su vida



"Mi motivación es: los negocios y el emprendimiento (ejemplo)"



15%



10%



40%



35%



EJERCICIO #19: DEFINE A TU CLIENTE IDEAL



DÍA 19

CREA TU PITCH DE VENTAS

Es el discurso que utilizan los vendedores para convencer a un cliente potencial de que compre determinado producto o servicio.

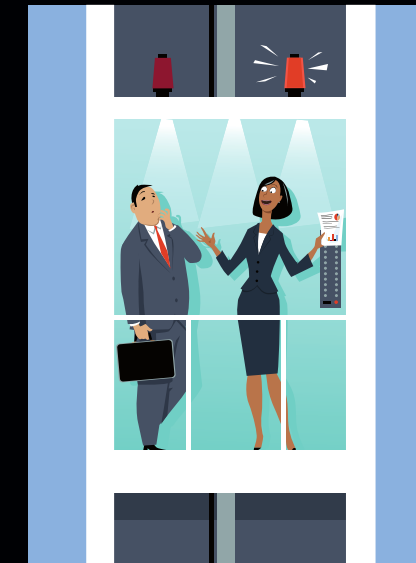
Existen 2 tpos de Pitch:



Estructura Pitch Básico

Ayudo a: (segmento, buyer persona) a (verbo y deseo de tu cliente) para que (resultado después de tu ayuda) sin (futuro si no consiguen tu ayuda)

Ejemplo: Ayudo a personas con conflictos familiares a encontrar su bienestar para que superen el dolor y mejoren sus relaciones sin tension.



Estructura Pitch Pregunta

¿Cansado de (Problema y dolor del cliente)?

Ejemplo: ¿Cansado de hacer lanzamientos digitales y depender de ellos para facturar? Ayudo a emprendedores como a tu a generar ventas diarias con y sin publicidad con mi método x sin frustración.



EJERCICIO #20: CREA TU PITCH DE VENTAS



DÍA 20



**EJERCICIO #21: DEFINE CÚALES SERÁN
TUS REDES SOCIALES PRINCIPALES,
ABRE TUS CUENTAS BUSINESS Y
CONFIGURA TUS BIOS**



DÍA 21



CALENDARIO DE CONTENIDO

DIA Y FECHA

OBJETIVO

FORMATO

TEMA

RED SOCIAL

- Día 1
- Día 2
- Día 3
- Día 4
- Día 5
- Día 6
- Día 7

Consideración

Imagen

3 cosas que
debes hacer al
crear tu marca
personal

Fb, IG



EJERCICIO #22 - 24: DEFINE TUS PILARES DE CONTENIDO Y CREA UN PLAN DE CONTENIDO PARA TU PRIMER MES



DÍA 22-24

BONUS



Tu Sitio Web Profesional

Página Web Profesional: \$650 dólares (Inicio, Servicios, Quien soy, Casos de éxito, Contacto)

Página Web Profesional con posicionamiento SEO local (Ejemplo: Diseñadora de imagen en Guadalajara): **\$920**, incluye ficha google maps posicionada en caso de tener un negocio físico.

Extra: Sistema de Reservas para gestión de citas online: \$179 dólares extra en caso de requerirlo.

OFERTA: 30% OFF SOBRE CUALQUIER OPCIÓN



EJERCICIO #25 - 29: CREA TU PÁGINA WEB PROFESIONAL



DÍA 25-29

EJERCICIO

Haz una lista de las marcas personales que te inspiran, que tienen a tu cliente ideal cómo sus seguidores y a las que podrías contactar para hacer colaboraciones.



DÍA 30

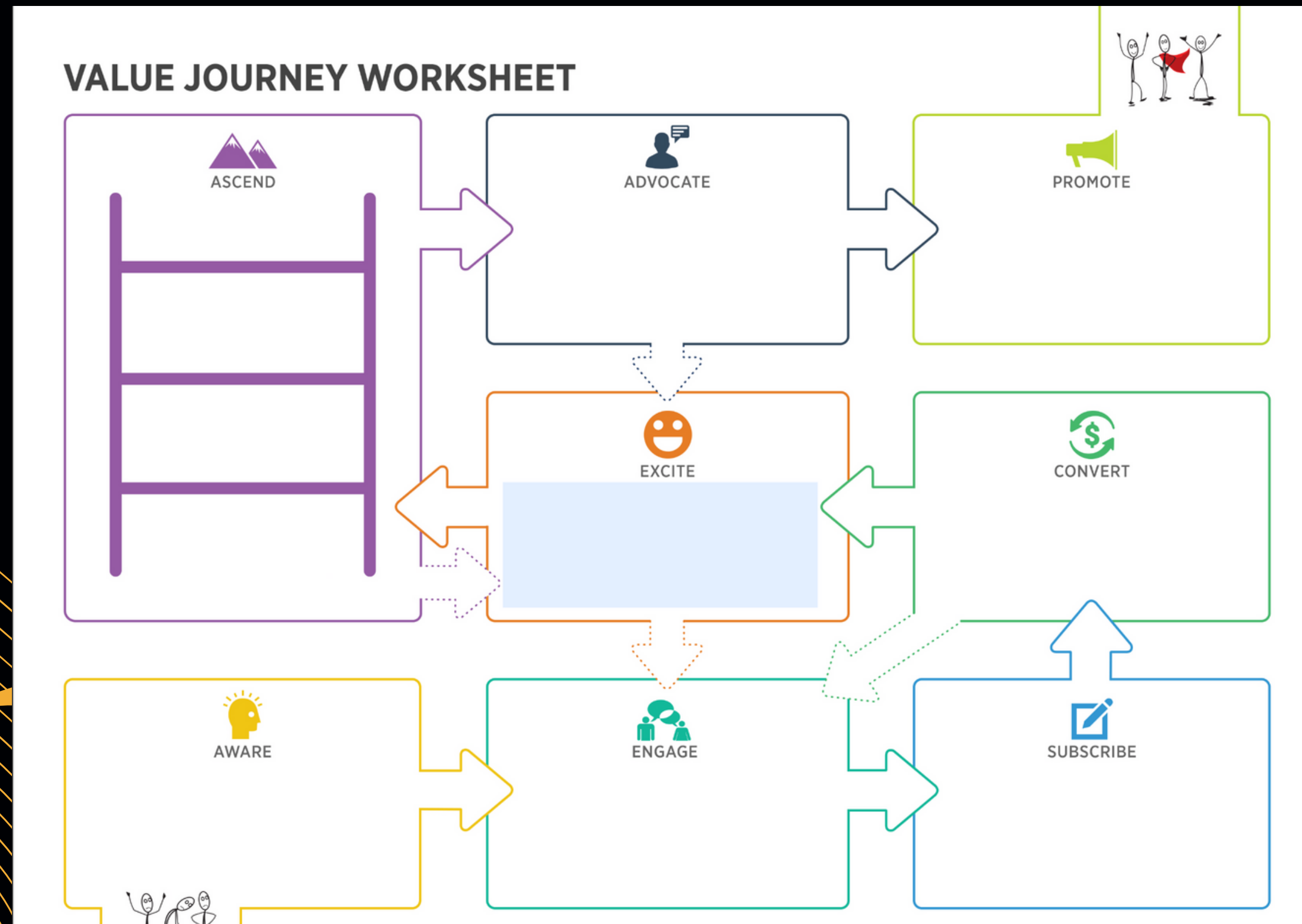
Marca 1

Marca 2

Marca 3

Marca 4

CUSTOMER JOURNEY





EJERCICIO BONUS: CREA EL CUSTOMER JOURNEY DE TU NEGOCIO

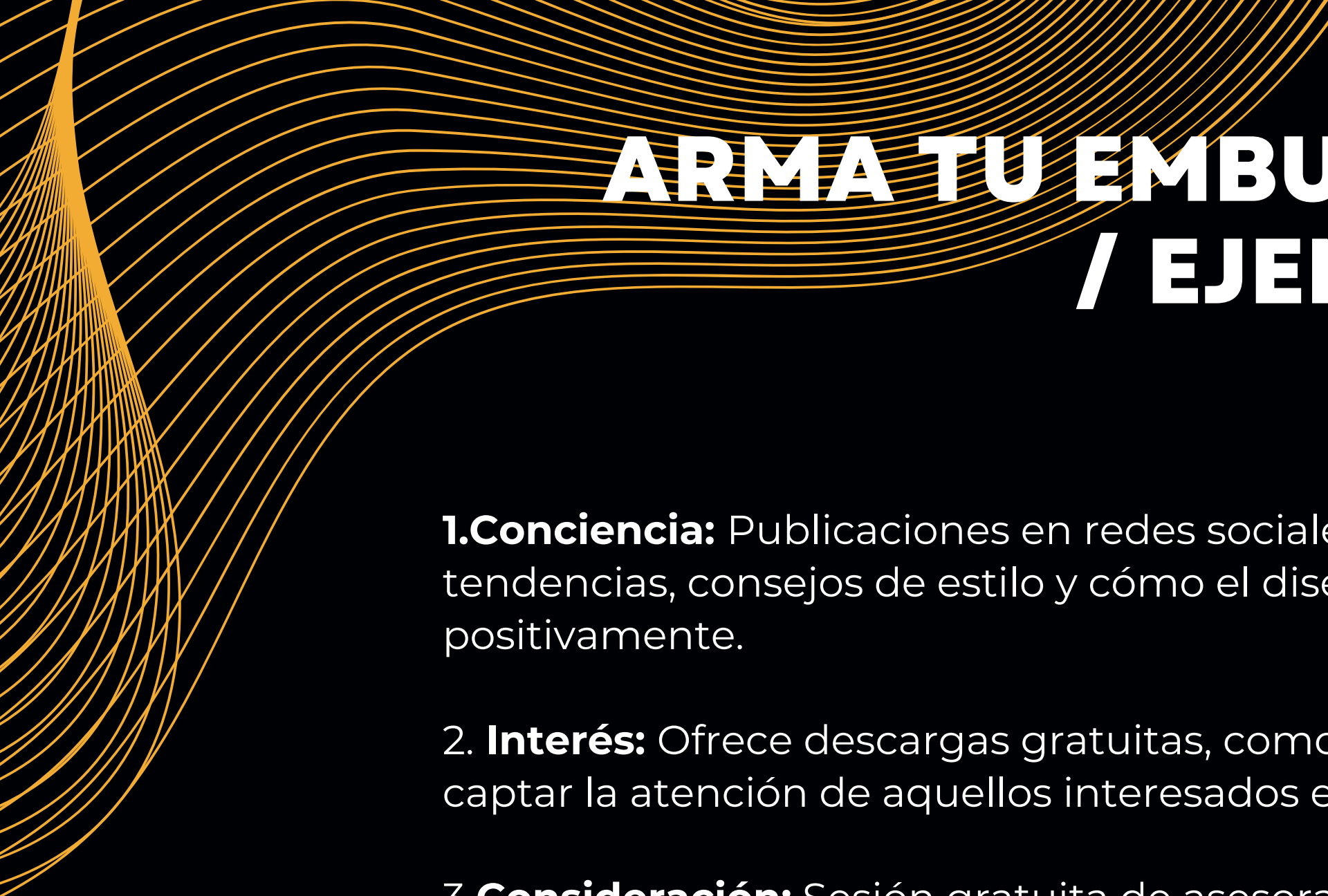


EXTRA

SALES FUNNEL

Embudo de Conversión Sales Funnel





ARMA TU EMBUDO DE VENTAS / EJEMPLO

- 1. Conciencia:** Publicaciones en redes sociales, blogs o videos que resalten las últimas tendencias, consejos de estilo y cómo el diseño de imagen puede impactar positivamente.
- 2. Interés:** Ofrece descargas gratuitas, como ebooks con consejos de moda, para captar la atención de aquellos interesados en mejorar su imagen.
- 3. Consideración:** Sesión gratuita de asesoramiento de imagen personalizada.
- 4. Intención:** Ofrece descuentos exclusivos o paquetes especiales para aquellos que hayan participado en la consulta gratuita y estén listos para comprometerse y muestra testimoniales.
- 5. Compra:** Facilita el proceso de compra con una plataforma en línea fácil de usar para contratar tus servicio y proporciona opciones de pago flexibles y transparentes.



EJERCICIO BONUS: CREA EL SALES FUNNEL DE TU NEGOCIO



EXTRA

¡GRACIAS!

LA MARCA PERSONAL ES LO QUE
DICEN DE TI CUANDO NO ESTÁS
PRESENTE

- Jeff Bezos

Fer Rivas



WhatsApp

4431617507



Email

hola@ferivas.com



Instagram

fer_rivas

