



SIMBIOISIS[®]
COMUNICACIÓN Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL

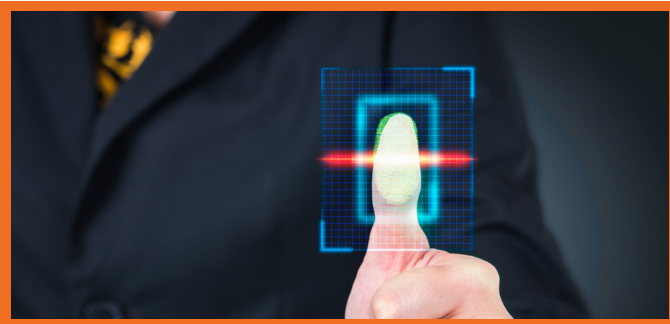
BRANDING PERSONAL Y EMPRESARIAL

Por: Enrique Guerrero Scott



El **Branding** es más conocido en el mundo de los negocios y de hecho, principalmente en aquellos negocios comerciales o de servicios, y las empresas que no participan en estos giros se han olvidado un poco del valor que el incremento del valor de sus marcas puede hacer por el crecimiento de sus empresas.

Las empresas tienen un valor en libros, también pueden incrementar su valor con una buena cartera de clientes activos y por supuesto, las empresas podrán incrementar muchísimo sus valores si desarrollan una marca posicionada que el mercado esté dispuesto a pagar; por ejemplo, Coca-Cola llegó, como marca, a ser el **62.4%** del valor total de esa empresa a nivel mundial, es decir, que si la marca no valiera, la empresa podría ser comprada por el **47.6%** de su precio total.



Existe una máxima en los negocios que reza que si el cliente no encuentra un diferenciador importante entre dos productos, éste decidirá su compra por el precio; de tal forma que entre todos los aspectos a tomar en cuenta en el proceso de toma de decisiones, lo de mayor valía será el precio y no las características o funcionalidades o prestaciones de dicho producto.

El consumidor final y los clientes pondrán en segundo término el precio cuando encuentren una diferencia substancial en el producto y cuando ha incrementado tanto la competencia directa, es difícil diferenciar los productos; imaginen la diferenciación que puede haber en dos cuartos de hotel o más complejo aun, las diferencias, ante los ojos de los clientes, de dos pantallas de la misma medida. Pues es ahí donde interviene de mejor manera el valor de marca; si no soy capaz de encontrar una diferencia substancial en las características de un producto, sí es muy factible que la marca pueda ser el diferenciador que me haga oprimir el botón de mi decisión.

Si lo vemos en retro-sentido, si yo desarrollo una marca y la posiciono correctamente, podré vender mis productos con un precio que me permita tener una rentabilidad que por sí genere la sustentación del crecimiento de mi

organización, de otra suerte, tendremos que vender mucho para sólo sobrevivir.

Pues así mismo, ahora incurrimos en el incremento consciente de nuestra marca personal o Branding personal, que siguiendo con lo expuesto antes, se trata de incrementar el valor, pero ahora de mi nombre, de mi persona, por siempre lo hemos hecho pero sin ser conscientes, hacíamos una buena carrera, diseñábamos un buen currículum, etc, sin embargo, no necesariamente esto llegaba a los ojos de la gente que podría ser interesante para nosotros, para nuestra carrera y crecimiento profesional.

Ahora contamos con una gran cantidad de herramientas y métodos para desarrollar correctamente nuestra marca personal, contamos con sistemas completos y bien desarrollados de redes sociales y todo el poder de internet, sin embargo, yo le llamo: "La navaja de doble filo", si no utilizamos de forma correcta estas herramientas, podrán actuar en nuestra contra con una velocidad y ferocidad aumentada.



Por estas razones, recomiendo dos principios básicos:
Ser congruente.- que esté alineado lo que pienso con lo que digo y lo que hago.

Buscar el **apoyo profesional.**- Ya no estamos en tiempos de usar el "sentido común"; puede salir más caro el caldo que las albóndigas.



valoratumarca.com



229 132 5564