



Dispara tu marca personal en LinkedIn

Berta Mateos Romero

Publicado de forma independiente

184 páginas - 2023 - 15,97 € / 5,99 € (ebook)

ISBN: 978-8375061917

Extracto

De manera cercana y directa, la consultora en marketing digital Berta Mateos Romero nos ofrece una guía práctica para desarrollar con éxito nuestra marca personal en las principales redes sociales, centrándose en concreto en la red profesional por excelencia: LinkedIn.

Palabras clave: marca personal; redes sociales; LinkedIn; venta social; empleo.

Abstract

With a very personal approach, Digital Marketing Consultant, Berta Mateos Romero, offers us a practical guide on how to successfully develop our personal brand in all the main social networks, but with a particular focus on the renowned professional network LinkedIn.

Palabras clave: personal brand; social media; LinkedIn; social selling; employment.

Podríamos pensar que la marca es solo una cuestión de las empresas, que solo ellas se preocupan por su desarrollo. Berta Mateos Romero nos enseña en su libro *Dispara tu marca personal en LinkedIn* que todos, no solo las empresas, tenemos una marca, que tiene en el mundo digital su lugar natural de actuación y en las redes sociales, especialmente, su campo de desarrollo.

Berta Mateos, consultora y formadora especializada en marketing digital ha publicado de manera independiente, como buena emprendedora, una obra que es el fruto de su propia historia de reinención. Partiendo de cero, ha desarrollado una carrera profesional en el mundo del marketing apoyándose en su propia marca personal. Todo esa *expertise* la ha volcado en esta obra que ahora reseñamos.



Utilizando una primera persona en su narración y tuteando al lector, con párrafos cortos y frases sencillas, pero nunca simples, Mateos nos ofrece una lectura amena y con ritmo, de tú a tú. Usa todos los términos técnicos necesarios pero sin perder nunca de vista que esta obra está dirigida a un público amplio, que empieza en los interesados en marketing pero que llega a todo el que sea usuario de redes sociales, en especial de LinkedIn.

La obra cuenta con un doble prólogo, el primero a cargo de Juan Carlos Cubeiro, experto en *management*, liderazgo y transformación de talento, que ya nos explica muy claro lo que la autora nos ofrece en este texto: «que tu marca explote para tener más y mejores clientes, para ser mucho más empleable», esto es, lo que nos está brindado Berta Romero es una herramienta para conseguir más clientes, en caso de trabajar por cuenta propia, o para conseguir un nuevo empleo, si nuestro trabajo es por cuenta ajena. Y lo hace de una forma práctica, profundizando en el mercado laboral y el *social selling*.

El siguiente prólogo lo escribe Arturo de las Heras, presidente del CEF.- y experto en marca personal, que él mismo la define «como la imagen que proyectamos y el modo en que los demás nos perciben». Así, si con el primer prólogo nos ubicamos para saber lo que vamos a encontrar en el libro, este segundo nos servirá para entender un poco mejor qué es la marca personal y su relación con las redes sociales y la visibilidad que estas nos ofrecen.

Una vez hechas las presentaciones, en los nueve capítulos en los que está estructurado *Dispara tu marca personal en LinkedIn*, la autora nos expone desde el primer momento sus intenciones con este libro: desvelarnos los secretos de cómo potenciar nuestra marca personal a través de las redes sociales, con LinkedIn como red principal, con el objetivo último de conseguir nuestros objetivos profesionales y de negocio.

Y como antes de la práctica vienen a ser útiles unas aclaraciones teóricas, dos de estos capítulos, el cuarto y el quinto, podemos considerarlos esa parte de teoría que no suele faltar en ningún libro de marketing, pensada sobre todo para los ajenos en la materia. Así, en el capítulo 4, se profundiza en la marca personal, definiendo qué es, por qué es importante cuidarla y cómo se puede medir. Para Mateos los beneficios que nos aporta gestionarla son claros: posicionarnos como referentes y ser, en última instancia, la opción elegida.

El capítulo 5 da un paso más allá en lo referente a la marca personal, entrando de manera más profunda en el ámbito teórico del marketing. *Personal branding* es el título del capítulo que trata de conceptos que resultarán familiares a los estudios del área: análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades), diferenciación, visibilidad, posicionamiento, propuestas de valor, etc.

Aclarada la teoría, en el capítulo 6 entramos ya en los contenidos más prácticos y que seguramente serán de mayor interés para el lector general. En primer lugar, la autora nos

habla de los canales donde potenciar nuestra marca personal, que no son otros que la página web o el blog personal, y en seguida entra en el tema que posiblemente más busquen los lectores: las redes sociales. Descubriremos para qué sirven y qué podemos conseguir, y las claves para tener un buen perfil en Twitter, Instagram, YouTube, TikTok, Facebook y, por supuesto, LinkedIn.

El estudio sobre LinkedIn se divide entre el perfil profesional y el de empresa o corporativo. En el primero se trata en profundidad una funcionalidad creada en 2022, el modo «creador de contenido», pensada para las personas que escriben contenidos de forma regular y quieren crear una comunidad a su alrededor. A continuación, a modo de recopilatorio, encontramos un listado que bien podría considerarse la espina dorsal de esta obra: 31 claves para impactar en LinkedIn, casi un decálogo de lo que este libro contiene.

Los dos siguientes capítulos, el 7 y el 8, también seguramente serán de gran interés para los neófitos. En el primero están todos los consejos para encontrar trabajo, esto es, qué puede hacer el *personal branding* por nosotros para que encontremos empleo. En el siguiente, aprenderemos a conseguir clientes mediante el *social selling*, el nuevo modelo de ventas basado en la comunicación digital para atraer a nuestro público objetivo.


En este capítulo octavo, el más extenso de la obra, y posiblemente el más significativo, Berta Mateos nos explica por qué LinkedIn es la red ideal para implementar nuestra actuación de *social selling*. Para ello profundiza en la estrategia de contenidos para atraer clientes y ganar visibilidad, descubriéndonos cómo funciona el algoritmo de LinkedIn o guiándonos para escribir un buen post. La obra se cierra con información sobre herramientas útiles para desarrollar todo lo aprendido en las páginas anteriores.

En conclusión, podemos afirmar que nos encontramos ante un libro práctico, útil para desarrollar un marketing al alcance de todos y que nos descubrirá la mejor forma de sacar partido de la red social profesional por excelencia, LinkedIn, «un lugar para generar confianza y crear relaciones, no para vender directamente», en palabras de la propia autora.

Jorge Rejón Díez

Máster en Edición. Universidad Complutense de Madrid (España)

jorgeluis.rejon@udima.es | <https://orcid.org/0000-0001-5859-7506>

 Jorge Rejón Díez es licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Valladolid y máster en Edición por la Universidad Complutense de Madrid. Su trayectoria profesional se ha desarrollado principalmente en la Editorial CEF.- Centro de Estudios Financieros, donde suele gestionar los contenidos relacionados con el marketing y la publicidad.

