

PLAN DE MARKETING PERSONAL

CONSISTE EN CONSTRUIR UN PERFIL PROFESIONAL COHERENTE CON COMPETENCIAS, EXPERTISE Y DE ACUERDO A UN OBJETIVO MAYOR DE LARGO PLAZO.

PASOS:

- 1. CONSTRUIR UNA VISION PERSONAL**
- 2. ANALISIS F.O.D.A**
- 3. OBJETIVOS Y METAS AL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO**
- 4. MERCADO OBJETIVO**
- 5. ESTRATEGIA**
- 6. TACTICA**
- 7. EJECUCION Y CONTROL**

1. CONSTRUIR UNA VISION PERSONAL

Revisar cuáles son nuestros valores, expectativas y sueños que orientan y dan sentido a nuestro proceso de desarrollo profesional y que se transforman en el motor que impulsa a la persona en cada uno de sus actos.

2. ANALISIS F.O.D.A

Análisis Interno: Identificar nuestras Fortalezas y Debilidades. Entender y detenernos en revisar nuestra trayectoria profesional, nuestras competencias para enfrentar el trabajo y aquellas brechas que debemos trabajar y desarrollar.

Análisis Externo: Advertir Oportunidades y Amenazas del mercado. Comprender el mercado laboral en el que nos insertamos y en el que nos gustaría estar, entender nuestra competencia, identificar negocios en crecimiento, entre otros.

Para estos análisis resulta clave:

- Definir acciones concretas para cada punto del FODA
- Identificar expertise y competencias distintivas (competencias necesitadas o escasas) para poder construir una Oferta de talento personal diferenciada y sólida.
- Centrarse en potenciar las fortalezas y no desgastarse en trabajar debilidades que no podremos cambiar. Mejor es buscar roles complementarios dentro del equipo que compensen mis debilidades.

3. OBJETIVOS Y METAS AL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Para definir nuestros objetivos y metas, debemos ser capaces de responder a tres preguntas básicas:

- ¿Cuál es mi objetivo laboral?
- ¿Este objetivo es real y sustentable?
- ¿Qué estoy haciendo para lograrlo?



Es relevante cuidar que estos objetivos sean:

- Realistas y alcanzables.
- Con plazos definidos y acciones concretas para lograrlos.
- Compatible con el plan de vida

4. MERCADO OBJETIVO

Target de la búsqueda

- Rubros, industrias, tipos de empresas, funciones, cargos, etc.
- Conocer nuevas tendencias, mercados, temas emergentes, etc.

5. ESTRATEGIA

Estrategia para lograr objetivo formulado

- Posicionamiento a lograr (quienes y cómo)
- Atributos diferenciadores
- Criterios de evaluación (medir)

6. TACTICA

- Producto (fortalezas distintivas que debo posicionar)
- Promoción : fuentes de búsqueda , cv
- Precio (ER\$)
- Plaza

FUENTES: ENTIDADES RECLUTADORAS

Network o red de contactos

Empresas de búsqueda de ejecutivos / head hunters

Avisos en prensa

Redes Profesionales (Linked in)

7. EJECUCION Y CONTROL

- Implementación, plan de acción
- Seguimiento
- Retroalimentación

