

método P.Q.

ARQUITECTA DE MARCA
LA ESTRATEGIA TE POSICIONA. TU HISTORIA TE DIFERENCIA.

Bienvenida

Este workbook es una guía para comenzar a estructurar tu marca personal con intención. No está diseñado para resolverlo todo, sino para abrir claridad.

*Porque una marca personal sólida no se improvisa.
Se construye desde tu historia, tu identidad y tu dirección.*

¿Qué es realmente una marca personal?

Tu marca personal es la percepción que otros tienen de ti cuando no estás presente. No es solo imagen, redes sociales o estética. Es identidad, mensaje, reputación, dirección y coherencia.

“Completa esta frase: Soy bueno en _____ pero nadie me busca para eso.”

Lo que no estás diciendo de ti... te está costando oportunidades.

¿Por qué importa construirla?

- Genera confianza, diferenciación y oportunidades.
- Te ayuda a posicionarte sin competir desde precio ni saturación.
- Convierte tu visibilidad en una herramienta estratégica de negocio.

Cuando tu marca está bien dirigida, dejas de depender solo de recomendaciones o de publicar por inercia.

Empiezas a comunicar con intención.

Reflexión: ¿Qué oportunidades quiero atraer?

Fórmula Emerson / Tu valor en el mercado

$$(E+F+H+E) \times (N+C) \times M$$

E (Experiencia/Hitos)

F (Formación)

H (Habilidades)

E (Especialidad).

N (Networking)

C (Comunicación): Visibilidad y marca personal.

M (Mercado)

Lo que eres habla tan fuerte que no puedo escuchar lo que dices.

Tu comunicación no solo debe verse bien.

Debe sentirse coherente con quién eres, con tus valores y con la experiencia que quieres transmitir.

Una marca fuerte no solo dice.Proyecta.

Reflexión: ¿Mi comunicación actual refleja quién soy realmente?

Tus valores

¿Qué valores son no negociables en tu marca? (Ejemplos: claridad, elegancia, cercanía, liderazgo, visión, autenticidad)

Tu identidad

- ¿Quién eres hoy profesionalmente?
- Descríbete en una frase.
- Ahora en tres palabras clave.

Tu punto de quiebre

- ¿Qué pasó?
- ¿Qué cambió en mí?
- ¿Qué aprendí?

Tu historia puede ser tu mayor activo de marca.

Tus pilares de comunicación

Escribe tres temas por los que quieres ser reconocida:

Errores más comunes

- Falta de claridad
- Crear contenido sin estrategia
- Compararte
- Querer gustarle a todos
- No monetizar tu valor

Reconocer el error es el inicio de una estrategia más clara.

Dirección e intención

Publicar por inercia no es lo mismo que comunicar con estrategia. Menos contenido con intención vale más que mucho contenido sin dirección.

Reflexión: ¿Qué quiero que la gente entienda, recuerde y asocie conmigo?

¿A quién podría ayudar con esto?

Tu marca no nace de lo que sabes. Nace de lo que viviste.

Si al leer esto sentiste que te falta claridad... no es casualidad.

La claridad no se encuentra sola, se construye con estrategia.

Método P.Q.

Posicionamiento / Comunicación estratégica

IG:@paulina.merigo

IG:@puntodequeiebrep

paulina@prgroup.mx

<https://wa.me/529991995586>