

## **El Marketing Personal y el Posicionamiento**

Marketing personal es uno de los nombres más atractivos en lo que a búsqueda de empleo se refiere. Este nombre llama la atención porque está relacionado con el empleo, uno de los temas más importantes en la actualidad, y además sugiere una sistematización del esfuerzo de la persona por convertirse en un profesional atractivo para el mercado laboral.

Es conveniente precisar la definición básica: marketing.

Pese a que el término marketing puede tener una connotación positiva para algunos, también puede tener una connotación negativa para otros, porque aparece relacionado fundamentalmente a un esfuerzo por persuadir al consumidor de adquirir determinados bienes o servicios valiéndose aún del engaño sin estar realmente vinculado con el bienestar del comprador.

El término marketing, sin embargo, tiene su base en otro concepto como punto de partida: la satisfacción de las necesidades del cliente. Tal concepto viene acompañado de otros complementarios para una referencia conceptual más amplia: investigación y desarrollo de producto, grupo objetivo y publicidad, términos cuya sola mención los define.

Se requiere de una definición adicional para poder explayarse en este artículo: posicionamiento. Este término está referido a la idea que el público tiene sobre los atributos de un determinado bien o servicio. Como ejemplo, podríamos poner el caso de la UPT: su posicionamiento es bastante bueno. La UPT es percibida en los diferentes sectores de la Región como una universidad que forma profesionales muy competentes.

Por analogía, se puede efectuar un análisis del marketing personal. En la medida que el profesional cuenta con las habilidades más apreciadas y requeridas para satisfacer las necesidades de los clientes, más atractivos serán. Debe ser, entonces, la preocupación fundamental tanto de los profesionales activos como de los futuros profesionales, conocer permanentemente qué es lo que requiere el mundo empresarial de un profesional, y cultivar las habilidades conducentes a cubrir dichas expectativas. ¿Cuáles son? Existen algunas habilidades genéricas que son consideradas importantes para la mayoría de las profesiones y otras específicas referidas a cada especialidad.

No es necesario convertirse en un especialista en RR. HH. Para ubicar las habilidades genéricas más valoradas: competencia técnica en su profesión, buen nivel de interrelación personal y trabajo en equipo, liderazgo, visión estratégica, capacidad de trabajar por objetivos. Existen también patrones de conducta que son especialmente valorados por el mercado: dinamismo y proactividad, sentido de responsabilidad, madurez, integridad ética y moral; como también conocimientos generales muchas veces descuidados, tales como el idioma inglés y el manejo de herramientas de computación, entre otros que el lector podrá descubrir con un pequeño análisis de lo que puede ser valorado en un profesional.

Si usted piensa en marketearse, ¿está cultivando dichas habilidades y patrones de conducta? Le sugerimos hacer una revisión de los aspectos mencionados y analizar hasta qué punto está usted trabajando realmente por convertirse en un profesional apreciado dentro del mercado laboral. Respecto a su grado de atractivo, su posicionamiento dentro del grupo de compañeros de estudios, ante los profesores y autoridades académicas puede servirle de referencia. Seguramente será más fácil descubrir el posicionamiento de los compañeros: estudioso, hábil, responsable, maduro, metódico. También podrá distinguir a aquellos que tienen dificultades en su capacidad técnica o en su capacidad para expresarse o interrelacionarse con otras personas. Piense ahora en su propio posicionamiento y descubra hacia dónde debe dirigir sus esfuerzos por mejorar.

El tema resulta importantísimo. La posibilidad de que participe en un proceso de selección de profesionales muchas veces estará determinado por su posicionamiento, pues es usual que se soliciten referencias a los profesores, a los mismos profesionales o practicantes que trabajan dentro de una institución,...y en ese caso más que la amistad, importará el posicionamiento personal.

### **Primeras dos lecciones de marketing personal.**

- ? Revise las necesidades del mercado laboral, su estándar para satisfacerlas y su posicionamiento dentro de su entorno profesional.
- ? Analice como mejorar en esos dos aspectos.

Con la cobertura de dichos puntos, estará iniciando su actividad de marketing personal.