

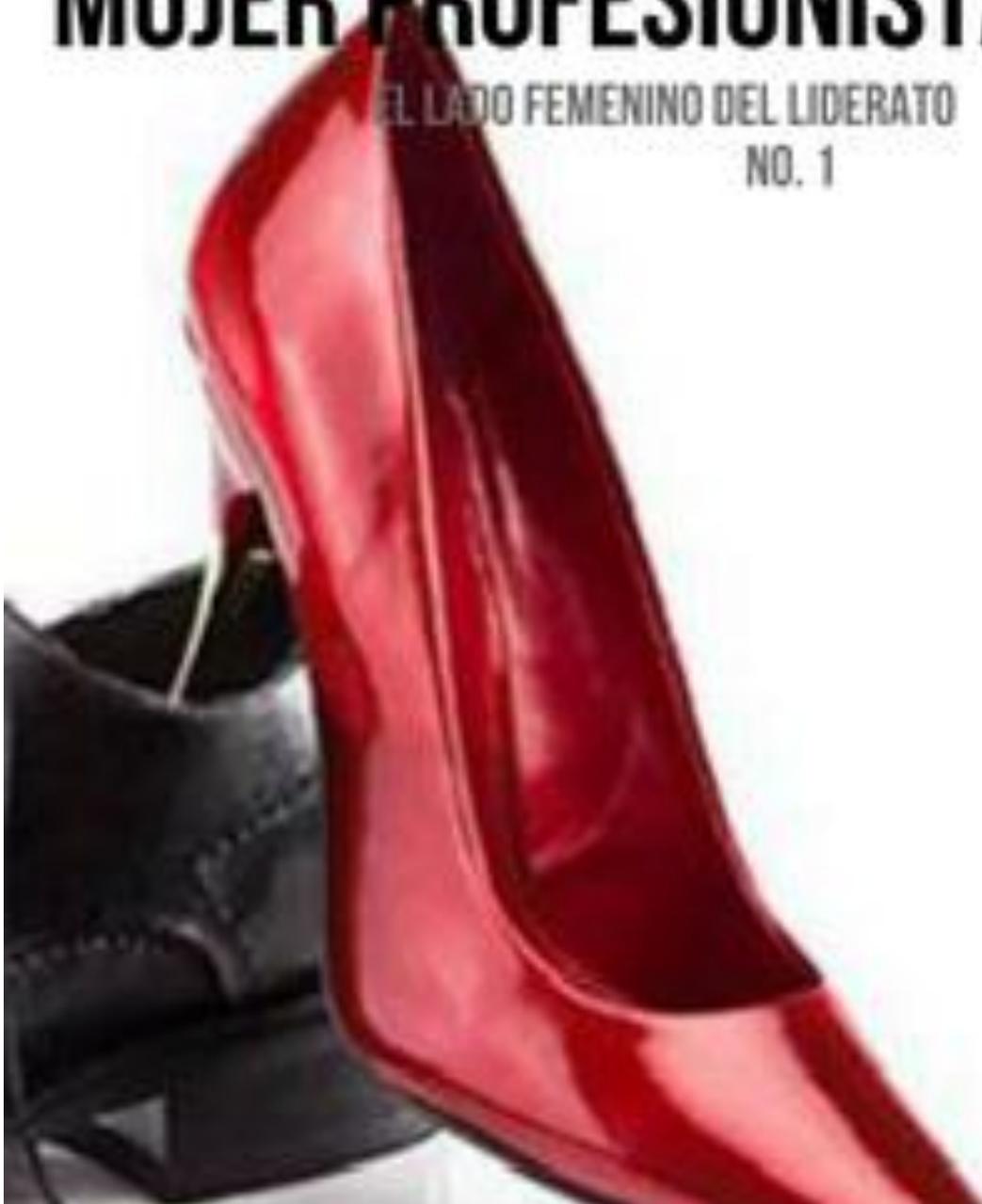
Mujeres Profesionistas – Glossi by Juracy – Glossi.com

<http://glossi.com/Juracy/102286-mujeres-profesionistas?eb=Juracy>

MUJER PROFESIONISTA

EL LADO FEMENINO DEL LIDERATO

NO. 1





Tiffany Edwards es Licenciada en Administración de Empresas en Finanzas y tiene una Maestría en Finanzas con Especialización en Gestión de Riesgo Energético de la Universidad de Houston. Cuenta con experiencia laboral en las industrias del petróleo y banca corporativa. Su proyectos profesionales incluyen la implementación del programa SAP y gestión de proyectos con presupuestos que excedan \$1 billón de dólares (significa 1000 millones de dólares en Latinoamérica). Fungiendo como experta en el proceso de SAP y contabilidad en la industria de petróleo, Tiffany se especializa en el desarrollo del programa de capacitación para varios módulos de SAP, así como para diversos temas de contabilidad. Utilizando su experiencia en finanzas personales, también le gusta ayudar a los demás a cumplir sus metas financieras enseñándoles a crear presupuestos y planes financieros para eliminar sus deudas e incrementar el ahorro. Tiffany también ha sido facilitadora de talleres en finanzas personales y empresariales en la Escuela de Negocios de la Universidad de Phoenix desde 2010.

Si tiene alguna consulta, por favor comuníquese conmigo al Tiffany.Edwards@apexenasolutions.com

Desarrollo de una marca personal

Coca Cola, Pepsi y Starbucks tienen una buena marca reconocida, ¿verdad? Hay productos más baratos que comparten el mismo objetivo pero no tienen el mismo reconocimiento. Muchas veces, el reconocimiento de la marca de un producto motiva a los consumidores a comprar un producto en lugar de otro. Este reconocimiento es vital para el fortalecimiento del negocio de toda compañía. De la misma manera, la marca personal de la Mujer Profesionalista es vital para el éxito de su carrera. La marca personal es lo que separa a las mujeres que están haciendo un trabajo para un patrón, con un salario fijo, de aquellas que están construyendo su carrera. Así, si eliges construir tu carrera, debes estar lista para desarrollar un programa que lance tu marca personal.

Debo aclarar que ambos tipos de trabajo son igualmente importantes, sólo que si eliges ser una Mujer Profesionalista independiente, trabajarás diferente para lograr más.

Actualmente, tu carrera profesional está en tus manos. Las Compañías por lo general, ya no desarrollan escalafones para sus empleados, sino que están preocupados por mantener la Compañía “a flote”. Con el fin de tener éxito, uno debe controlar activamente su carrera. La gestión de su marca es un proceso continuo que debe evolucionar conforme crecemos y cambiamos en nuestra carrera.

Para ayudar a determinar la declaración de tu misión personal y con ello la clave de tu marca personal, hazte las siguientes preguntas: “¿Qué quiero hacer en mi carrera? ¿Quiero ser una directiva? ¿Quiero ser una consultora?”. La declaración de tu misión personal es una guía que define quién eres y lo que haces. William Arruda, el autor de *Ditch, Dare, Do: 3D Personal Branding for Executives*, dice que la declaración de la misión personal es una herramienta de gran alcance, ya que te proporciona un camino para el éxito, y te da el poder para decir ‘NO’ a las cosas que son distracciones. El enfoque es muy importante en el desarrollo de tu marca personal y las distracciones pueden causarte ser improductiva. El enfoque es como el sistema de navegación de tu automóvil, el cual es clave para llegar a tu destino de manera eficaz. Mientras construyes tu estrategia, necesitas evaluar la cultura de tu compañía, ya que no todos los métodos son adecuados para todas las culturas de las compañías. Si deseas permanecer en la compañía en la que te encuentras actualmente, es importante entonces que desarrolles un programa adecuado para ti y para la cultura de la compañía, para asegurar el éxito en su ejecución. El desarrollo de un programa para tu marca personal es como un General que construye una estrategia para la guerra. El mismo nivel de habilidad y de planificación debe ser utilizado en ambos casos para asegurar el éxito.

En mi opinión, no podemos empezar a desarrollar nuestra estrategia sin primero cambiar nuestra mentalidad. Debemos empezar a vivir y soñar sin límites eliminando todos los pensamientos limitantes y ampliar nuestra mente hacia la totalidad de las posibilidades.

El creador de Apple, Steve Jobs, dijo que el tiempo está limitado, así que no gastes tu tiempo viviendo la vida de otros. Familiarízate con la pregunta: “¿Por qué no?” Cuando un gran reto llega, pregúntate a ti mismo, ¿por qué no puedo yo hacer esto? Te darás cuenta que podrás responder a esta pregunta de manera que te permitirás hacer cosas que nunca creíste posibles. Somos los guardianes de nuestros pensamientos y a veces nosotros mismos nos impedimos el hacer cosas increíbles a causa de nuestros pensamientos negativos. Como Mujeres Profesionalistas, debemos tener confianza en nuestras habilidades y más importante confiar en nosotras mismas.

También, debemos ser positivas. Las relaciones son muy importantes en los negocios, por eso nuestra actitud es importante. La Positividad atrae buena energía. Esto puede muy bien hacer que un directivo elija trabajar contigo en lugar de trabajar con otra persona que es negativa. Asimismo, trabajar con un directivo puede traer oportunidades para tu visibilidad, lo cual es clave para avanzar en la compañía.

Otro cambio necesario en la forma de pensar es de empleado a líder. Piensa que tu rol en el trabajo es el rol que llevas en tu propia compañía. ¿Consideras que debe haber cambios que son necesarios? ¿Cómo se pueden hacer mejor las cosas? ¿Dónde se pueden recortar los gastos? ¿Dónde se pueden incrementar los ingresos?

Estas son las preguntas que diariamente se hace un jefe o un empresario y el hacerte este tipo de preguntas cambia tu 'status' de ser parte del gasto a ser parte del activo en la Compañía. Esto realmente separa a las Mujeres de Carrera de las mujeres que solo desean tener un trabajo.

Por último debes saber que donde empiezas no tiene que ser donde terminas. Sólo porque por el momento no estás en la posición que deseas no significa que no vas a ascender en la Empresa en un futuro. Saca la mentalidad limitante de tus pensamientos para que adoptes la actitud correcta mientras que construyes la estrategia de tu marca personal. Retira las palabras "no puedo" y "nunca lo haré" de tu vocabulario. Estas palabras no tienen lugar en tu nueva forma de pensar y no contribuirán a tu éxito. Como dijo de Mark Twain, "Dentro de veinte años, estarás más decepcionado por las cosas que no hiciste, que por las que hiciste", así que suelta las riendas, navega lejos del puerto seguro, toma el viento en tus velas, Explora, Sueña, Descubre.

Ahora que tenemos la firme convicción del pensamiento positivo, debemos establecernos como expertos en nuestro campo de especialización. Una de mis citas favoritas es la del Dr. Martin Luther King Jr., cuando dijo: "Cualesquiera que sea el trabajo de tu vida, hazlo bien. Un hombre debe hacer su trabajo tan bien que los vivos, los muertos y los no nacidos no pudieran hacerlo mejor." Si se estudia un tema tan sólo durante 4 horas a la semana, al año, usted será un experto en ese tema. Vamos a pensar en estas horas como una inversión para tu futuro, lo cual te dará un alto rendimiento sobre la inversión. Es importante adquirir nuevas habilidades también. Deberíamos estar buscando nuevos problemas que resolver y nueva información para compartir. En la construcción de una marca, es importante que tengamos algo para vender, que en este caso es nuestro conocimiento. Debido a que los negocios son dinámicos, es decir, están en constante movimiento, nuestras capacidades deben seguir creciendo.

Existen grupos como los Grupos del Comercio (Cámara de Comercio de tu localidad, etc.) que proveen de oportunidades para adquirir nuevas habilidades e información. Estos grupos organizan clases y seminarios para continuar aprendiendo. Hay revistas especializadas que tratan sobre temas de actualidad y retos de la industria. Escribir en este tipo de revistas es otra manera de darte a conocer en el mercado de tu profesión. En el trabajo, debemos tomar proyectos que mejoran nuestras habilidades, pero asegúrate de ser selectiva en estos proyectos. No hay que trabajar más duro sólo por trabajar, porque tu tiempo es un recurso precioso que no debe ser desperdiciado. Queremos ser una fuente de conocimiento y no sólo un juego extra de manos para un trabajo que carezca de valor agregado. Por último, en la búsqueda de nuevos conocimientos, es importante mantener el enfoque. Es fácil sentirse abrumado con todas las opciones disponibles. Recuerda que se necesita tiempo para obtener nuevos conocimientos, por lo que relájate y disfruta del viaje. Todo es parte de la gran estrategia de tu marca personal. A medida que adquieras estas nuevas habilidades, tu desempeño debe reflejarlos y mejorar y combinadas con tu gran actitud, esto debe transformarte en una estrella brillante al frente de la Alta Dirección.

Cada marca necesita una comercialización adecuada. Como se mencionó anteriormente, estás vendiendo tu marca por lo que necesitamos una estrategia de comercialización adecuada. Es importante recordar que nadie se preocupa por su marca más que tú, así que la difusión será una prioridad en sus actividades diarias. Vamos a empezar con la imagen. Esta es la primera cosa que alguien ve. ¿Qué es lo que usted quiere que su imagen diga? Es importante proyectar la imagen adecuada para la industria en la que te encuentras. Por ejemplo, para una diseñadora de modas, no sería adecuado lucir un traje de 3 piezas; de manera análoga, una banquera no se vería bien con un color de cabello verde. Mi mentor siempre me dijo que hay que vestirse para el trabajo que quiero, no para el que tengo actualmente. Creo que esto ha sido fundamental en el avance de mi carrera con respecto a tener el aspecto adecuado para el trabajo. Piense en ello, si Starbucks tuviese un logo feo o una imagen poco atractiva, ¿pagarías \$4.00 dólares de E.U. por un café? Lo mismo es cierto para su marca personal. El paquete externo (actitud, limpieza, elegir la ropa adecuada, etc.) dice mucho acerca de lo que está promoviendo en su interior (valores, aptitudes, confianza, etc). La parte física de la imagen se complementa con la parte del rendimiento. Es importante que constantemente demos más de lo esperado por nuestros empleadores o por las personas con las que hacemos negocios

Para promover nuestra imagen, necesitamos establecer contactos. Podemos usar varios formas pero las más populares son los medios sociales. LinkedIn es una buena herramienta para establecer contactos, promover sus habilidades, compartir sus intereses y descubrir recursos valiosos específicos para su industria. Twitter, Facebook, y blogs son buenas herramientas también. Debemos planear utilizar al menos uno de estos medios para promover nuestra marca personal. Es importante asistir a eventos con el fin de establecer contactos por dos razones: La primera es para conocer gente que le puede ayudar y la segunda es conocer gente que usted puede ayudar. Aquellos a los que usted ha ayudado, podrán promover a los demás y le presentarán a usted a personas fuera de su círculo habitual. Ha existido un sinnúmero de veces en las que alguien a quien yo he ayudado antes, me ha ayudado en el futuro. Cada semana, debes hacer algo para promover tu marca personal. Hagas lo que hagas, asegúrate de que cuente. Busca artículos para compartir con colegas o asiste a Congresos que mejorarán tus habilidades. Ingresa a Asociaciones donde podrás conocer a otras personas de todas partes del mundo. Comparte las noticias sobre un proyecto en el que te encuentras trabajando, a través de tus medios sociales. Toma la determinación de tomar un café con alguien nuevo (un contacto de otro contacto tuyo) para que incrementes tu red constantemente. Tu marca personal, tu negocio, depende de su consistente comercialización.

Si aplicas estos consejos para crear tu estrategia de marca personal, creo que vas a ser capaz de trazar un brillante futuro para ti misma. Si quieres tener éxito, la creación de una marca personal no es una opción, es una necesidad.