

Módulo 4. Desarrollo profesional



☰ 1. Desarrollo profesional

☰ Descarga en PDF

1. Desarrollo profesional

Estás un paso más cerca de terminar este curso. En este módulo, veremos algunos de los roles en los que puede desempeñarse una persona especialista en marketing. A continuación, se presentan algunos de ellos.

- ***Community manager.*** Es la persona encargada de construir y administrar la comunidad *online* en redes sociales. Es responsable de mantener la identidad de la marca, crear contenido, publicarlo y establecer una relación con su comunidad. También se encarga de elaborar informes y estadísticas sobre redes sociales.
- ***Social media manager.*** Se trata de un rol de mayor *seniority*. Si la persona que ocupa el puesto de *community manager* es responsable de la comunidad, quien se desempeña como *social media manager* es

responsable de la estrategia de comunicación. Puede estar a cargo de organizar el calendario de las cuentas en redes sociales, coordinar al equipo de *community managers* y tomar decisiones sobre la imagen y el tono de voz de la marca, entre otras tareas.

- **Especialista en medios pagos (*media buyer*).** Es un profesional que diseña y ejecuta campañas publicitarias. Esta persona es responsable de planificar y gestionar campañas, además de desarrollar, implementar y optimizar estrategias.

Los nombres de estos puestos pueden variar según la búsqueda. Por eso, es importante leer con atención la descripción de cada empleo. Además, al revisar la descripción del puesto, es posible comprender qué tareas y responsabilidades implica y cuáles conviene desarrollar o aprender. A continuación, se presentan algunos ejemplos de cómo pueden aparecer estos puestos en una búsqueda:

- *Social media.*
- *Digital media.*

- *Trafficker.*
- *Account strategist.*
- *Account manager.*

Veamos el flujo de trabajo habitual de los especialistas en medios o compradores de medios pagos:

Definición de la audiencia o buyer persona —

Ya conocemos la importancia de construir y conocer al cliente ideal de un negocio o una empresa.

Definición de una estrategia —

Consiste en definir una estrategia basada en los datos recopilados y en el *buyer persona*. En esta etapa, también se establecen la planificación de medios y el presupuesto.

Creación y ejecución de campañas en redes sociales —

Es necesario conocer cómo funciona cada una de las plataformas o herramientas en las que se pueden lanzar campañas. Dentro de

cada plataforma, se debe seleccionar el objetivo adecuado, segmentar el público correspondiente y aplicar las creatividades.

Análisis, monitoreo y optimización de campañas —

En esta etapa, se analizan las métricas o los KPI para conocer su estado y determinar si realmente están funcionando o si es necesario implementar cambios. A partir de este análisis, se deben aplicar mejoras para optimizar la campaña y mejorar los resultados.

¿Qué es la marca personal?

El *personal branding* es la gestión de la marca personal, con el objetivo de posicionarse de manera que el público comprenda con claridad quién es una persona y qué ofrece. Para eso, es necesario tener en claro por qué se desea ser recordado y trabajar esa imagen de forma adecuada para la audiencia.

Toda persona ya cuenta con una marca personal. Las habilidades, la formación y la experiencia forman parte de esa identidad. Para captar la atención de quienes se encargan de los procesos de selección, es necesario saber cómo elaborar un buen currículum y un portfolio.

El currículum es el documento en el que se incluye toda la información sobre la experiencia profesional, los estudios y las habilidades. Como buena práctica, se recomienda resumir esa información en una sola hoja.

En *marketing* digital, el portfolio es similar al currículum, pero, en lugar de centrarse en la experiencia laboral y en los estudios, reúne piezas, campañas, productos y acciones concretas que una persona produjo o en cuya producción participó.

Para armar el currículum y el portfolio, se pueden utilizar herramientas gratuitas como Canva, que ofrece muchas plantillas personalizables y opciones de diseño para ahorrar tiempo y lograr una presentación más atractiva.

LinkedIn, la red social del trabajo

A lo largo del curso, ya conocimos LinkedIn. Ahora es momento de poner en práctica lo aprendido y darnos a conocer en la red social que cambió la forma en que nos vinculamos con el trabajo.

En LinkedIn es posible encontrar ofertas laborales y una red orientada especialmente a profesionales. Completar el perfil,

publicar contenido de valor y conectar con las personas adecuadas permite fortalecer la red de contactos.

Una de las principales ventajas de publicar correctamente el currículum en LinkedIn es que miles de empresas buscan perfiles específicos a través de esta plataforma. Las personas responsables de recursos humanos o de reclutamiento pueden encontrarlos de manera mucho más ágil.

Veamos cómo crear el currículum en LinkedIn paso a paso.

Una vez accedas a tu perfil de LinkedIn, haz clic en la pestaña “Perfil” y, a continuación, pulsa sobre “Editar perfil”. Pulsa sobre “Editar perfil público”.

Una vez que se accede al perfil de LinkedIn, se debe hacer clic en la pestaña «Perfil» y, luego, en «Editar perfil». Después, se debe pulsar «Editar perfil público».

Completa los datos personales: nombre, apellido, título profesional, localidad, país de residencia y sector profesional.

Completa el extracto de LinkedIn. Allí es posible añadir un resumen de la experiencia y de las aspiraciones profesionales. Conviene destacar los puntos fuertes y aquello que más interesa hacer dentro del campo de especialización.

A continuación, se indican algunos de los elementos que conviene incorporar:

- Quién eres y cuál es tu formación, tu campo de experiencia o tu trabajo actual.
- Cuáles son las tres principales fortalezas en el trabajo. Por ejemplo, se puede mencionar si una persona es proactiva, responsable, si cumple con sus tareas en tiempo y forma o si le gusta trabajar en equipo.
- Cuál es la aspiración profesional, es decir, hacia dónde se quiere avanzar o cuál es el próximo paso. Este punto es importante para orientar la búsqueda laboral.
- La experiencia laboral, con el nombre de la empresa, el cargo, el período trabajado y las tareas realizadas. Conviene incluir tanto el puesto actual como los anteriores.
- La educación y la formación profesional. Se debe consignar el título de mayor nivel alcanzado y la institución en la que se obtuvo, como una universidad, un colegio o una escuela superior. También es posible adjuntar archivos desde la computadora, como el título, el certificado analítico o trabajos realizados durante la cursada.
- El dominio de idiomas, es decir, cuáles se conocen y qué nivel se tiene en cada uno, ya sea básico, profesional o nativo. También se pueden adjuntar certificados oficiales.

- En la sección de intereses y aficiones, cuáles son los aspectos diferenciales frente a otros perfiles y qué aporta un valor distintivo.

¿QUÉ INCLUIR?

NETWORKING

CONSEJOS PARA PREPARARSE PARA UNA ENTREVISTA DE TRABAJO

Se calcula que el 80 % de los puestos de trabajo y el 70 % de los negocios se consolidan a través del boca a boca o de las recomendaciones.

Por eso, la gestión del *networking* es importante para cualquier persona del mundo empresarial y para cualquier empresa u organización que busque crecer. Es una herramienta que permite planificar el crecimiento y alcanzar objetivos de manera estratégica.

¿Qué es el *networking*?

Es una forma de conocer gente nueva, por lo general en un contexto de negocios o de vínculos entre profesionales. Consiste en construir y fortalecer una red de contactos personales.

Podemos pensar, por ejemplo, en excompañeros de estudio o de trabajo, personas conocidas en un evento social o profesional, o amistades en común, entre otros casos. Los vínculos con personas estratégicas pueden generar oportunidades inesperadas. Son esas personas las que, en muchos casos, facilitan el acceso a nuevas posibilidades, acercan contactos o negocios e impulsan experiencias valiosas en la vida profesional.

Esta manera de vincularse forma parte de una filosofía de trabajo: el *networking*. A través de esta práctica, es posible intercambiar información, contactos, actividades y proyectos de interés en común con otras personas. Lo más importante no es solo generar el contacto, sino también sostenerlo en el tiempo. Mantener el vínculo con quienes se inició una relación permite dar a conocer intereses o la actividad profesional y, de ese modo, construir confianza y diálogo a largo plazo.

El *networking* es, entonces, una forma de crear una red profesional de contactos. ¿Con qué propósito? Para darnos a conocer, dar visibilidad a un negocio o emprendimiento, aprender de otras personas y escuchar distintas experiencias. Así, es posible encontrar personas que puedan colaborar con un proyecto, ya sea como socias, inversoras o incluso como aliadas en recorridos profesionales importantes.

LinkedIn, una vez más, es una herramienta útil para generar relaciones profesionales. Busquemos a amistades, colegas, personas conocidas o profesionales que admiramos y conectemos con ellas. También conviene pedir recomendaciones a personas conocidas para que aparezcan en el perfil de LinkedIn. Estos testimonios son valiosos y aportan credibilidad.

¿QUÉ INCLUIR?

NETWORKING

**CONSEJOS PARA
PREPARARSE PARA UNA
ENTREVISTA DE TRABAJO**

Antes de una entrevista de trabajo, conviene tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Investigar los valores y la filosofía de trabajo de la empresa.** En muchas entrevistas, se pregunta por qué se desea trabajar en esa organización. Por eso, es conveniente conocerla bien y pensar una respuesta adecuada. Parte de esta información puede encontrarse en LinkedIn, donde muchas empresas tienen un perfil activo.
- **Leer detenidamente la descripción del puesto.** Es importante reflexionar sobre las motivaciones personales, sobre las razones por las que ese trabajo resulta atractivo y sobre cuáles son las habilidades y experiencias que pueden hacer que una persona sea adecuada para el puesto.
- **Practicar algunas respuestas básicas.** Esto ayuda a sentirse más cómodo al momento de hablar. También conviene mostrar seguridad y expresar con claridad los objetivos profesionales.

Qué hacer y qué no hacer

Un ejercicio que puede ayudar es practicar en casa la forma de presentar el currículum. Conviene pensar qué se destacaría de cada experiencia y por qué resultó valiosa.

Es importante llegar a tiempo. Lo ideal es presentarse unos cinco minutos antes del inicio de la entrevista. También es necesario asegurarse de que la información que se comparta sobre la experiencia sea precisa y veraz. Además, conviene mostrarse con naturalidad y compartir las experiencias con

calma y honestidad. Es importante expresarse con claridad, seguridad y una actitud positiva.

Una vez obtenida la certificación, será posible sumarse a una sesión de *coaching* grupal y acceder a un grupo de LinkedIn en el que se comparten oportunidades laborales encontradas en línea.

CONTINUAR

Descarga en PDF



Módulo 4. Desarrollo profesional.pdf

610.9 KB

