

Inés Temple

Presidente
LHH DBM Perú y Chile



MANEJE MUY PROACTIVAMENTE SU MARCA DIGITAL

Recientemente, la consultora Café Taipá presentó un ranking sobre la gestión de la marca personal *online* de los CEO en el Perú.

Los resultados revelaron que aún hay mucho por mejorar en la presencia en internet para la mayoría de los CEO evaluados.

Por otro lado, según estudios de LHH DBM Perú, el 71% de los ejecutivos de RRHH encuestados afirma haber utilizado una red social para la búsqueda de talento e incluso el 54% afirma haber contratado a alguien que contactó por una red social.

Estas conclusiones nos invitan a volver a hacer una evaluación de cuál es nuestra propia situación *online*. Y por supuesto, a terminar de aceptar la idea de desarrollar estratégica y proactivamente nuestra imagen digital, seamos o no un CEO, estemos o no buscando un trabajo.

Es más que evidente que las redes sociales toman más fuerza en nuestra reputación e imagen, y por ende, impactan cada vez más en nuestra carrera profesional y su futuro. Asimismo, que los reclutadores las utilizan como una fuente para encontrar candidatos y también para encontrar referencias de todo tipo de los mismos. Pero también lo hacen los clientes, los proveedores, competidores, amigos y familiares.

Sabemos que nuestro nombre es la marca que representa a nuestra reputación y que es imperativo cuidar esa marca, que sea de prestigio y que goce de un positivo reconocimiento. Y hacerlo tanto dentro

Nuestra imagen y reputación son el fruto de nuestra integridad, y debemos ser igual de serios y correctos en lo profesional como en lo personal, en vivo como *online*. El prestigio personal abre puertas y genera credibilidad y confianza.

como fuera del ambiente digital, buscando, eso sí, que exista siempre mucha consistencia y coherencia entre ambos ámbitos. Cualquier disonancia genera desconfianza y dudas sobre quién somos de verdad. Se pierde la percepción de autenticidad. Y eso es grave. Nuestra imagen y reputación son el fruto de nuestra integridad, y debemos ser igual de serios y correctos en lo profesional como en lo personal, en vivo como *online*. El prestigio personal abre puertas y genera credibilidad y confianza; es la base de la empleabilidad, del éxito en los negocios duraderos y socialmente responsables, y de las relaciones personales a todo nivel.

Por otro lado, no estar *online* puede verse incluso poco profesional y ser potencialmente dañino para nuestra imagen ¿Por qué no encuentro nada de esta persona en Google o LinkedIn? ¿Qué oculta, qué

esconde? O, si lo que se encuentra de nosotros en internet no es adecuado o no está bien curado, la mala impresión termina generando una mala imagen y afectando la percepción que se tiene de nuestra marca personal y nuestra reputación.

Por ello, sugiero que hagamos nuevamente un diagnóstico muy lúcido de nuestra marca digital en las redes más importantes cuando menos. Muchas veces uno es muy cuidadoso en LinkedIn, pero ¿cuida lo que publica en Facebook, Twitter o Instagram? ¿Es lo publicado coherente y consistente con la imagen que tenemos o que queremos tener?

Nunca está de más recordar que si queremos que algo sea realmente privado, no lo publiquemos. O mejor aún no hagamos comentarios negativos o agresivos sobre los demás o nos fotografiemos por ejemplo en situaciones que no agreguen valor a nuestra marca.

No olvidemos que todo lo que se registre en línea quedará allí para siempre y será muy difícil de borrar o esconder. Es vital tener plena conciencia de esto. Y siempre es bueno “googlearse” de tanto en tanto y analizar qué aparece de nosotros. Un manejo proactivo de nuestra imagen *online*, con un perfil jovial, positivo y muy profesional es lo ideal. Y ser muy cuidadoso con lo que decimos, y con lo que cuelgan de nosotros. Es nuestra obligación hacerlo, nuestra carrera profesional nos lo exige. 