

10 PILARES

FUNDAMENTALES PARA CONSTRUIR TU

MARCA PERSONAL

DEPORTIVA

DIGITAL

MAXIMILIANO VELARDEZ



INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES UNA MARCA PERSONAL?

“ **Tu marca es lo que la gente dice acerca de vos cuando no estás en el lugar.** ”

- *Jeff Bezos.*
Fundador de Amazon.



Existen diferentes definiciones de lo que significa una Marca Personal. La más conocida es la dada por el fundador de Amazon Jeff Bezos que dice: *“Tu marca es lo que la gente dice acerca de vos cuando no estás en el lugar”*.

El cómo la gente te perciba depende de cómo te promueves a vos mismo. Traduciendo esta definición, una marca personal es una combinación única de **tu historia, tus competencias, tu experiencia y la personalidad que quieras mostrar al mundo**. Esta combinación se refleja en tu conducta, en tu manera de hablar, en tus gestos y actitudes, no sólo dentro de las redes sociales sino también offline.

Otra observación es que todo el mundo tiene una marca personal porque es inevitable que alguien hable bien o mal de una persona una vez que la misma no esté en algún lugar. Es por ello que depende de vos trabajar tu marca para que te reconozcan como realmente quieres que lo hagan.

¿POR QUÉ TENES QUE DESARROLLAR TU MARCA PERSONAL DEPORTIVA?

01 PARA NO DEPENDER DE RESULTADOS DEPORTIVOS.

- **Los éxitos deportivos son efímeros!**
- **Toda carrera deportiva tiene fecha de caducidad!**

La mayoría de los deportistas piensan que ya tienen una “marca personal deportiva” debido a su gran cantidad de seguidores en las redes sociales, participación en torneos, trofeos ganados, clubes en los que trabajaron, etc. Si bien en este proceso hubo una “**inversión personal**” en los entrenamientos,

sacrificios, disciplina, etc; todo este desarrollo gira en torno a la parte “**deportiva**”. Tener una Marca Personal basada sólo en la parte Deportiva no es lo ideal. Primero porque así tu marca va a ser **inestable**, ya que para que tu marca genere impacto necesitas de éxitos deportivos que son efímeros.

Además, debido a la poca duración que tiene una carrera deportiva, tu marca va a tener una **fecha de caducidad**. En este contexto es que resultan fundamentales los diez pilares de esta guía para **desarrollar y agregar la parte “personal” a tu marca deportiva**, de tal manera que no dependa de los resultados y que sea a largo plazo.

Nota General: A partir de ahora vamos a simplificar Marca Personal Deportiva por las siglas MPD.



Figura 1: Desarrolla la parte “Personal” para potenciar tu MPD.

02 TENES TODO PARA DESARROLLAR TU MARCA.



Vivimos en un mundo digitalizado en el que, por medio del internet y las redes sociales, vas a poder encontrar todas las herramientas necesarias para poder desarrollar tu . Herramientas que, por lo general, son gratuitas por ejemplo: ebooks, podcasts (audios), cursos on-line, tutoriales en Youtube, blogs, etc. En este contexto es que podemos demos agregar el concepto “Digital” que hoy tiene que ser la base de toda MPD, como se muestra en la figura 2.



Figura 2: Lo “Digital” es la base de toda MPD.

03 PODES AYUDAR A TUS SEGUIDORES.

“ Si no estas haciendo que la vida de alguien sea mejor entonces estas perdiendo tiempo.

- Will Smith



Independientemente que seas un deportista o entrenador amateur, profesional o de élite, seguramente tenes un grupo de personas que te siguen, te admiran y te apoyan. Por medio de tu MPD vas a poder transmitir tus conocimientos, ayudar e inspirar a tus seguidores.

Tener una MPD desarrollada para ayudar a tus seguidores te permitirá dejar una huella no sólo desde lo deportivo sino también desde lo personal. En esta guía vas a encontrar todas las herramientas necesarias para poder comenzar a **construir tu legado a partir de tu MPD.**



Figura 3: Por medio de tu MPD podés dejar un Legado.

5 BENEFICIOS DE TENER UNA MARCA PERSONAL DEPORTIVA POTENTE.

01 DIFERENCIACIÓN:



Uno de los principales beneficios de tener una MPD potente es que incrementa tu credibilidad e influencia digital, generando así un valor agregado para tu agente o promotor, para tu club, seguidores, sponsors, etc.

Este posicionamiento te **brinda una ventaja competitiva** sobre aquellos que no invierten ni trabajan en su MPD.

Recuerda que tu marca, además de ser una extensión de tu carrera deportiva, es tu reputación offline y digital, es tu plataforma, es la esencia de quien sos. En forma conjunta tu MPD y tu experiencia te van a diferenciar del resto construyendo confianza y abriendo puertas en el ámbito deportivo y empresarial.

02 EXPANSIÓN DE TU RED DE CONTACTOS:



“ La expansión de tu red de contactos

es esencial sobre todo cuando te retires!

Tener una MPD potente en la que claramente se muestra quién sos, qué es lo que haces y cómo ayudas a los demás hará que sea más fácil para los usuarios en las redes sociales y patrocinadores, visualizar el valor en conectarse con vos y tu marca. Mientras construyas tu red de contactos vas a ir creando tu círculo de confianza, personas interesadas en vos y en lo que tenes para decir. A su vez y lo más importante, vas a poder aprender acerca de sus gustos y de los que ellos necesitan.

03 ENFOQUE DE TU TIEMPO.



Enfocar tu tiempo en desarrollar al máximo tu MPD puede ser tu propia brújula, tu “Norte” personal. Este proceso puede guiar tus acciones y comunicaciones de tal manera de demostrar autenticidad, consistencia y coherencia en todas tus interacciones con tu público. Si trabajas en tu MPD siempre vas a poder optimizar todas las oportunidades que se te puede presentar a lo largo de tu carrera deportiva.

“ Si trabajas en tu Marca Personal nunca vas a

estar desempleado!

04 CONTROL DE LA PERCEPCIÓN DE OPINIÓN.



Si no trabajas tu MPD no vas a tener control y las personas van a formar sus propias opiniones y tu marca va a crecer sin tu aporte. En cambio si construyes una reputación al compartir tus experiencias y conocimientos vas a poder **construir, mantener y proteger tu marca frente a la opinión pública.**

Más allá de que siempre vas a tener detractores (“haters”) o en caso de que cometes un error, por medio de tu MPD siempre vas a estar al mando del “volante” y podrás encontrar una manera de navegar hacia el futuro sin perder el control de tu marca.

05 GENERACIÓN DE NUEVOS INGRESOS ECONÓMICOS.



Al tener una plataforma digital alrededor de tu MPD le brindas a los sponsors otros canales de visibilidad y al mismo tiempo posicionarte como influenciador te abrirá mayores posibilidades de asociación con nuevos patrocinadores. Es importante destacar que para llegar a este nivel no necesariamente tienes que tener una gran cantidad de seguidores, ya que **cada vez más las empresas les importa el valor agregado que le das a tus seguidores, más que la cantidad de seguidores.** A su vez, puedes generar ingresos por medio de infoproductos (cursos, tutoriales, ebooks, entrenamiento online etc), de venta de merchandising, de realizar conferencias, de escribir y comercializar un libro, entre otros.

Por medio de esta guía vas a contar con las herramientas fundamentales para construir tu Marca Personal Deportiva Digital de tal manera que, a través de la misma, puedas dejar un legado no sólo desde el punto deportivo sino también desde lo personal. Estas herramientas las vamos a desarrollar por medio de los siguientes 10 pilares:

PILAR 1
TU HISTORIA,
PASIÓN Y PROPÓSITOS
PÁGINA 9

PILAR 2
DEFINE TU
AUDIENCIA
PÁGINA 12

PILAR 3
CREA TU PLATAFORMA
DIGITAL
PÁGINA 14

PILAR 4
CREA UNA ESTRATEGIA
DE CONTENIDOS
PÁGINA 16

PILAR 5
APRENDE EL ARTE
DE COMUNICAR
PÁGINA 18

PILAR 6
SIGUE A EXPERTOS
EN TU ÁREA
PÁGINA 20

PILAR 7
CONSTRUYE UNA
COMUNIDAD
PÁGINA 22

PILAR 8
COLABORA CON OTRAS
PERSONALIDADES
PÁGINA 24

PILAR 9
CONSTRUYE TU
LEGADO
PÁGINA 26

PILAR 10
CREA UN EQUIPO
DE TRABAJO
PÁGINA 30



**HACE CLICK EN CADA
TÍTULO PARA ACCESO
DIRECTO A CADA PILAR!**

PILAR 1: TU HISTORIA, PASIÓN Y PROPÓSITOS

Uno de los principales errores que surgen en el momento de crear una Marca personal es la idea de crear un nuevo “personaje” para promocionar. Hoy con las redes sociales cada movimiento tuyo queda registrado y tarde o temprano sale a la luz todo lo que hagas y por lo tanto el “personaje” va a perder impacto en tus seguidores, ya que no va reflejar quien sos verdaderamente.

Tu MPD debe ser un verdadero reflejo de tus habilidades, pasiones, valores, creencias y de tu historia. Se trata de mostrar intencional y estratégicamente tu auténtico aporte a tus seguidores. Ser auténtico y genuino te facilitará el manejo de tu MPD, ya que todo surgirá naturalmente.

“

Quiero que la gente vea la pasión que tengo por la natación y se involucren más en el deporte.

- Ryan Lochte



EJERCICIO: FUNNEL TEST DE PORTER GALE

Para crear una MPD que refleje tu identidad personal y deportiva primero tienes que conocer los “activos” de tu marca, es decir las cualidades que vos ya posees. Para ello te voy a proponer un ejercicio basado en el “Funnel Test” de Porter Gale, donde tenes que hacer un listado de tus activos y alrededor de la intersección de estos activos es donde deberías construir tu MPD. Esto se visualiza en la figura 4.

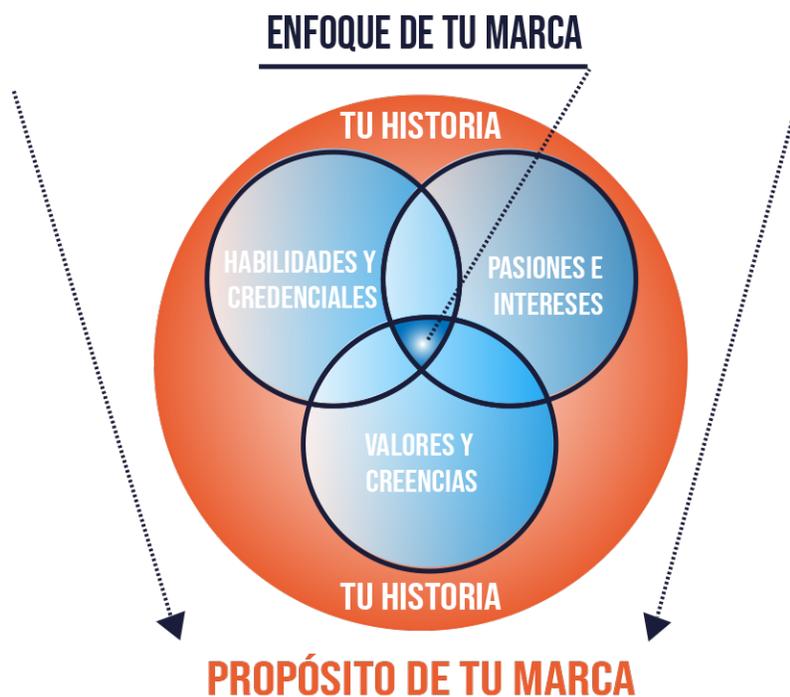


Figura 4: Funnel Test de Porter Gale-Enfoque de marca.

HABILIDADES Y CREDENCIALES

- ¿Qué habilidades tenés desde niño? ¿En qué te destacas dentro del deporte?
- ¿Qué otras habilidades tenés fuera del ámbito deportivo?
- ¿Qué premios has recibido? ¿En qué torneos participaste?

PASIONES E INTERESES

- ¿Cuáles son tu pasiones? ¿Qué es lo que te apasiona dentro y fuera del ámbito deportivo?
- ¿Qué es lo que te motiva?
- Dentro del ámbito deportivo... ¿Qué industria te interesa?
- ¿Te interesa otra industria fuera del ámbito deportivo? Cuáles?

VALORES Y CREENCIAS

- ¿Cuáles son los valores que te definen? Ejemplos: dedicación, disciplina, esfuerzo, trabajo, familia, honestidad, etc.
- ¿Por qué crees en ellos?

TU HISTORIA

- ¿Qué historia de tu vida dentro de la niñez, juventud o adultez es la más contundente? ¿Qué experiencias positivas o negativas que te dejaron alguna enseñanza para compartir?
- ¿Qué historia te hace auténtico y especial?

- *Nota: Observa de la figura 4 que tu historia no se considera especialmente dentro de la intersección de tus otros activos sino como el activo que rodea a todos los demás, pues es tu historia lo que te define y define a los otros activos. Tu marca debe transmitir esa historia o parte de la misma.*

EJERCICIO: ELEMENTOS CLAVES PARA TU MPD.

- * **Visión:** Además del reconocimiento deportivo ¿Por qué quieres ser conocido/a? Si tuvieras la oportunidad de convertirte en experto/a de algún tópico ¿En cuál sería?



- * **Misión:** ¿Por qué quieres tener una MPD? ¿Cuál es tu propósito? ¿A quién quieres influenciar? ¿Qué quieres lograr?



- * **Mensaje de marca:** ¿Cuál es el mensaje clave que quieres compartir? ¿Qué consejos quieres compartir con tu audiencia?



- * **Personalidad de la marca:** ¿Qué características y rasgos personales le quieres inculcar a tu marca?



PILAR 2: DEFINE TU AUDIENCIA

Una vez definidas las bases de tu MPD, el siguiente paso es identificar tu audiencia, es decir, el conjunto de personas a quienes quieres dirigir tu mensaje. **Entender a tu audiencia te va a permitir crear contenidos, productos y servicios que ellos realmente quieren y necesitan.**

Para tener una idea de la persona ideal dentro de la audiencia te propongo el

el ejercicio denominado “avatar de cliente”. Este ejercicio es un conjunto de preguntas agrupadas en diferentes categorías acerca de cómo te imaginas a una persona que podría estar interesada en tus contenidos. Existe una plantilla para este ejercicio y puedes descargarla la versión PDF o acceder a la versión editable online en el link www.legacyboost.com/clienteideal.



EJERCICIO: AVATAR DE CLIENTE

SECCIÓN 1: ¿QUIÉN?

BACKGROUND

¿Tiene Trabajo? ¿Estudia?
¿Tiene Familia?

DEMOGRÁFICOS

¿Qué genero? ¿Edad?
¿Cuánto gana? ¿Dónde vive?

INDICADORES

¿Cómo se comporta?
¿Usa móvil o computadora?
¿Qué hobby tiene?

SECCIÓN 2: ¿QUE?

OBJETIVOS

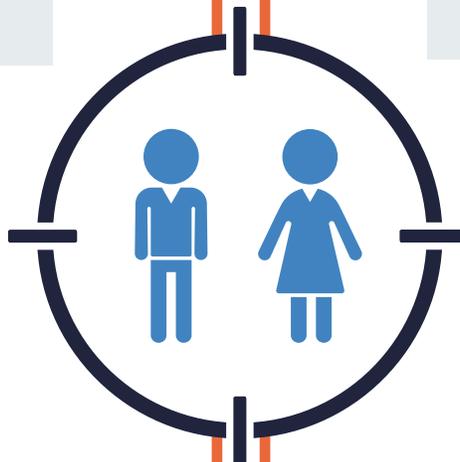
¿Objetivos principales? ¿Se-
cundarios? ¿A corto plazo?

DESAFÍOS

¿Qué desafío tiene?
¿Desafío Secundario?

¿QUÉ ES LO QUE PUEDO HACER...

para ayudar a las personas
a cumplir sus objetivos y a
superar sus desafíos?



SECCIÓN 3: ¿POR QUÉ?

CITAS REALES

...acerca de los objetivos, de
sus desafíos?

OBJECIONES COMUNES

¿Por qué ellos no com-
prarían lo que vos ofreces?
Pretextos, argumentos, etc.

SECCIÓN 4: ¿QUE?

MENSAJE DE MARKETING

¿Cómo podrías describirle
tu solución a tu audiencia?

DISCURSO DE ASCENSOR

Escribe tu discurso de ven-
ta. Breve y Conciso

PILAR 3: CREA TU PLATAFORMA DIGITAL

Las redes sociales son fundamentales para el desarrollo de una MPD puesto que representa el canal de comunicación entre el deportista y sus seguidores. Dependiendo del tipo de contenidos que quieras compartir y teniendo una idea de a quién va a ir dirigido tu mensaje, por medio de las redes sociales y de tu web puedes armar tu plataforma digital alrededor de tu MPD.

Para que tus redes sociales formen parte de una plataforma digital alrededor de tu MPD, es necesario tener en cuenta ciertos tips en cada una de las redes sociales actuales. Puntos que desarrollaré en cada una de las plataformas digitales mas populares: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn y Página web.



Tenes todas las herramientas para construir una estructura digital para tu marca!

TIPS PARA CREAR TU PLATAFORMA DIGITAL



Figura 5: Plataforma digital de tu Marca Personal Deportiva.

Nota General: Procura que tanto las fotos de perfil y de portadas en tus redes sociales coincidan o que tengan el mismo diseño. Para la edición de estas fotos no necesitas tener conocimiento de diseño gráfico, puedes visitar la página www.canva.com, donde de manera gratuita podés utilizar plantillas profesionales y personalizarlas a tu manera.



LINKS DE TUTORIALES

- [Crear una fans page en Facebook.](#)
- [Verificar tu cuenta de Twitter.](#)
- [Analizar estadísticas de tu Twitter.](#)
- [Conectar Instagram con tu Fans Page.](#)
- [Transformar tu cuenta de Instagram a un perfil comercial.](#)
- [Verificar tu cuenta de Instagram.](#)
- [Abrir un canal oficial de Youtube.](#)
- [Abrir una cuenta en LinkedIn.](#)
- [Wix.](#)
- [Wordpress.](#)

PILAR 4: CREA UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

Una vez definida la plataforma digital alrededor de tu MPD, la siguiente etapa es darle cuerpo a dicha plataforma por medio de contenidos, de tal manera de comenzar a ayudar a tu audiencia. Para ello tienes que decidir qué tipo de contenidos y en donde vas a publicarlos.

Si bien existen diferentes esquemas para crear una estrategia de contenidos, el mejor modelo es la denominada “Pirámide invertida de contenidos” de Gary Vaynerchuk, formada por un Contenido pilar, micro contenidos y luego la distribución. Esta pirámide se visualiza en la Figura 6.



PIRÁMIDE INVERTIDA DE CONTENIDOS



Figura 6: Pirámide Invertida de contenidos de Gary Vaynerchuk

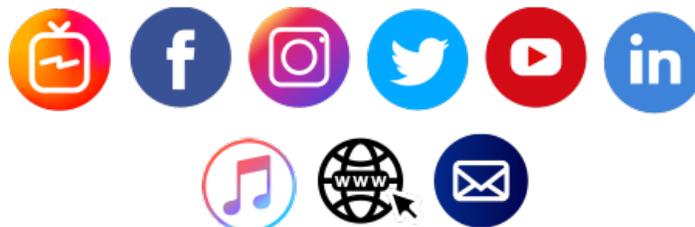
CONTENIDO CENTRAL

- Videos: Reflexiones, consejos, entrevistas, entrenamientos, etc
- Audios (Podcasts): Reflexiones, consejos, entrevistas, etc
- Guías PDF, Checklists, esquemas de trabajo, etc.
- Infografías.
- Presentaciones.
- Casos de estudio.

MICROCONTENIDOS

- Fragmentos del contenido central.
- Estadísticas.
- Post de Tips, consejos.
- Frases de referentes del deporte o de lo relacionado con tu marca.
- Saludos de días festivos.
- Historias espontáneas.

DISTRIBUCIÓN



PILAR 5: APRENDE EL ARTE DE COMUNICAR

Para que tu estrategia de contenidos tenga éxito es necesario que aprendas el arte de comunicar y así lograr que tu mensaje alcance a motivar a tu audiencia. Existen cuatros tipos de comunicación: Escrito, Verbal, Visual y Offline.

COMUNICACIÓN ESCRITA



Escribir es un tipo de comunicación que te permite conectarte con tu audiencia sin abrir tu boca ni tampoco tener la necesidad

de estar presente. Puedes comenzar escribiendo un **blog**, **artículo en tu web** o **en las redes**, o bien un **libro**, una **guía**, etc.



En el mundo moderno, la calidad de vida es calidad de la comunicación.

-Tony Robbins



COMUNICACIÓN VERBAL

Este tipo de comunicación es más personal que la de escribir. Las personas pueden escuchar tu tono y por medio del mismo, sentir tu pasión en el momento de transmitir tus historias. La herramienta más usada son los **podcasts**. Podes comenzar grabando tus **experiencias, pensamientos** sin la necesidad de compartirlo aún con tus seguidores, para practicar y así ganar más confianza.



COMUNICACIÓN OFFLINE

Recuerda tu MPD no sólo es online, tienes que aprender a comunicarte en persona. La mayoría de los deportistas suelen ser agradecidos con sus seguidores en persona, pero si te cuesta este tipo de relación, te recomiendo trabajar con un coach para aprender a manejarlo.



COMUNICACIÓN VISUAL

Por medio de la comunicación visual tus seguidores pueden ver tus gestos, tus expresiones, lo cual acelera más el proceso de conexión con ellos. Por medio de tu canal de Youtube o en Facebook puedes comenzar a compartir tu mensaje por medio de videos. Puedes comenzar a practicar con historias cortas por medio de Instagram, donde la espontaneidad es válida y las historias permanecen sólo por 24 hs.



PILAR 6: SIGUE A EXPERTOS EN TU ÁREA

Uno de los objetivos de construir tu MPD es la de destacarte y para ello puedes inspirarte en las personas que ya están brillando en tu área de interés. Encuentra quienes son los líderes o las personalidades más influenciadoras en el área que te interesa desarrollar tu Marca Personal Deportiva.

Encuentra quienes son los líderes o las personalidades más influenciadoras en el área que pretendes desarrollar tu MPD. Además de seguirlos puedes analizar una serie de puntos alrededor de la marca de los influenciadores buscando puntos que podrían motivarte e inspirarte.



Figura 7: Saca ideas e información de los expertos de tu área.

ANÁLISIS DE BENCHMARK (PUNTOS DE REFERENCIA)

- Investiga en que redes sociales están presentes los expertos.
- Qué otros canales usan: tienen un blog, canales de podcasts, o canales de Youtube.
- Cómo comparten su mensaje, qué tipo de contenidos comparten (Fotos, videos, audios, entrevistas, frases, estadísticas, consejos, etc).
- Qué tipo de hashtags utilizan en sus posts.
- Si colaboran con otras personalidades, marcas comerciales, etc.
- Conocer cuales son las tendencias en las redes sociales, que tipos de cursos, materiales, tutoriales están promocionando las grandes personalidades, etc.
- Saber cómo reaccionan los seguidores ante el contenido que se comparte, qué tipos de comentarios hacen, cuáles son los contenidos que generan mayor interacción, etc.

La idea es que este tipo de información te sirva como inspiración, puedes inclusive imitarlos, lógicamente siempre dándole tu toque personal. En este punto, te aconsejo que además de seguir a las personalidades dentro de tu idioma también estudia aquellas personalidades a nivel internacional. Si por ejemplo no sabes inglés, no hay problema porque siempre puedes recolectar información acerca del diseño gráfico, del tipo de contenidos: videos, historias, audios, etc.



PILAR 7: CONSTRUYE UNA COMUNIDAD



Además de generar contenidos para tus seguidores, es importante construir una comunidad más “privada” alrededor de tu MPD. Este espacio será destinado para tus seguidores más fieles, aquellos que compran tus servicios y productos. Existen diferentes maneras de crear este tipo de comunidades, las más comunes son: Grupos cerrados en Facebook, eventos en vivo y membresías.

GRUPOS CERRADOS DE FACEBOOK:



Crea un grupo cerrado en Facebook para tu audiencia. Esto te dará la oportunidad de generar un nivel más íntimo de

conversación con tus seguidores y sobre todo proporcionarles un entorno en el cual tus seguidores puedan interactuar entre ellos, debatir, ayudarse entre ellos, etc. La ventaja de tener un grupo cerrado es una manera de premiarlos al darle el sentido de exclusividad a tus más fieles seguidores.

EVENTOS EN VIVO:



Genera o participa de eventos en vivo para que tu audiencia pueda pasar tiempo con vos ya sea en persona o de manera online. Eventos tales como: Charlas, clínicas deportivas, debates, etc. También puedes generar “vivos” en tus redes sociales para discutir algún tema, compartir con ellos momentos de tu entrenamiento, tus resultados deportivos, etc.

MEMBRESÍAS:



Crea un sitio de membresías dentro de tu página web, donde por medio de un pago económico mensual, tus seguidores puedan acceder a materiales exclusivos, la posibilidad de hablar en vivo contigo, sorteos de merchandising, debates en foro, entre otros beneficios. También puedes crear una versión gratuita de este tipo de mebresías.



El objetivo principal de tu presencia en las redes sociales debe ser el de trabajar en la construcción de una relación fuerte y de confianza con tus seguidores.



PILAR 8: TRABAJA CON OTRAS PERSONALIDADES



“ Solo eres tan bueno como la gente que conoces.

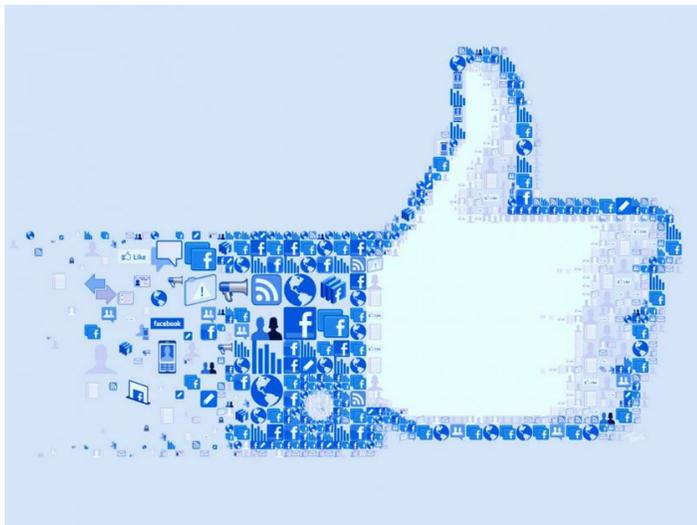
La ventaja del deporte es que tiene muchas ramas y profesiones que giran en torno al mismo, tales como: Nutrición deportiva, Psicología deportiva, Coaching, Kinesiología, marketing deportivo, etc. Optimizando bien tu red de contactos vas a poder, entre otras cosas, potenciar el alcance de tu marca, obtener nuevas maneras de ayudar a tus seguidores y de generar nuevas oportunidades comerciales y económicas alrededor de tu marca.

3 BENEFICIOS DE OPTIMIZAR TU NETWORKING:

01 POTENCIAR EL ALCANCE DE TU MARCA:

Testimonios y recomendaciones hechas por colegas, entrenadores, pe-

riodistas, dirigentes, etc; te brindará un nivel de confianza alrededor de tu MPD, que es fundamental para cuando tu audiencia considera recibir tu mensaje y consumir tus productos y servicios. Además al compartir contenidos con otros referentes de tu deporte y de las áreas relacionadas es una buena manera de atraer nuevos seguidores de otros mercados adyacentes al tuyo.



02 NUEVAS FORMAS DE AYUDAR A TUS SEGUIDORES:

Al colaborar con otros influenciadores es posible desarrollar contenidos que pueden complementar y mejorar el mensaje que compartes con tu audiencia. También es posible realizar paquetes de servicios en forma conjunta con otros profesionales para darle un valor agregado a tu marca. Existen diferentes maneras de generar contenidos en forma conjunta: Tips, entrevistas, historias en vivo, podcasts, etc.

03 OPORTUNIDADES COMERCIALES:

Construir relaciones mutuas con otras personalidades y empresas te puede generar importantes oportunidades comerciales, tales como la posibilidad de atraer sponsors, realizar ventas promocionales, descuentos para tus seguidores, participar de eventos deportivos, etc.



PILAR 9: CONSTRUYE TU LEGADO

Los pilares anteriores te van a ayudar a construir una MPD con una reputación y con una comunidad detrás de tu marca. Ahora el siguiente paso es pensar qué legado vas a dejar. Se trata de pensar...

- ¿Cuáles son las acciones por las cuales tu marca va a ser recordada?
- ¿Cómo vas a dejar tu huella en la vida de tus seguidores?

Las respuestas de estas preguntas será tu *propuesta de valor*.

~~¿Problema?~~
↓
Solución

Debes definir una “oferta” que les permita a tus seguidores resolver un problema o conseguir un resultado específico.

FÓRMULA DE LA OFERTA IRRESISTIBLE



TIPOS DE OFERTAS IRRESISTIBLES

SERVICIOS

- * Personal training.
- * Métodos de entrenamientos.
- * Secretos de alimentación.
- * Clínicas deportivas.
- * Tecnificación.
- * Charlas motivacionales.

PROGRAMAS

- * Cursos online de entrenamientos.
- * Curso online de tecnificación.
- * Cursos de Nutrición.
- * Webinars.
- * Entrenamientos personalizados online.

PRODUCTOS

- * Libro autobiográfico.
- * Suplementos de entrenamientos.
- * Guía de ejercicios.
- * Recetas saludables.
- * Elementos de Psicología Deportiva.

Es probable que en este momento tengas muchas ideas de como monetizar por medio de tu MPD, pero es importante *priorizar tu marca por encima de las ventas*. Mientras desarrollas tu oferta, siempre genera contenido de valor de manera gratuita. Esto te dará más respeto y admiración a largo plazo.

EJEMPLOS DE MARCAS PERSONALES DEPORTIVAS

DANI CADENAS



- **Perfil:** Ex Arquero profesional. Entrenador FIFA.
- **Propuesta de valor:** Técnicas y ejercicios para arqueros amateurs y profesionales.
- **Contenido Central:** Videos en Youtube.
- **Ejemplo valor gratuito:** Video - La importancia del posicionamiento en el portero del fútbol.
- **Programa:** Escuela de porteros, Campus y Clínicas.
- **Web:** <https://danicadena.es/>



CAYU VEGAS



VerticalMax

Cada persona es diferente por lo tanto los resultados pueden variar

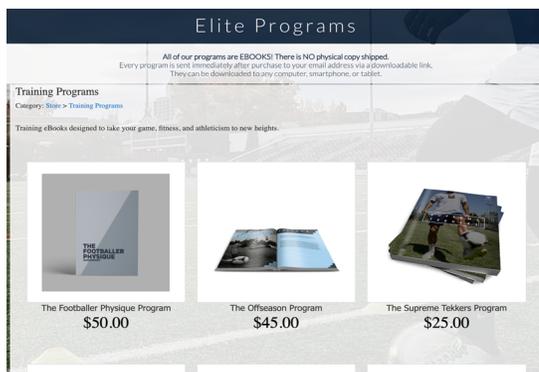
Cada atleta es distinto, distintos tipos de fuerza, experiencia, cuerpos, articulaciones, etc. Por lo tanto los resultados van a variar persona a persona, algunos tendrán un crecimiento más rápido que otros, es imposible saber exactamente cuanto mejorarás.

Te devolvemos el dinero si no satisfacemos tus necesidades.

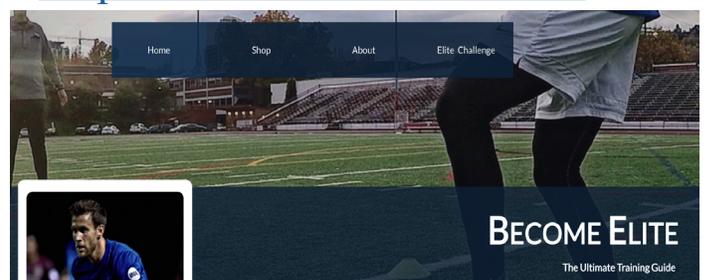
- **Perfil:** Ex voleibolista profesional; Entrenador FIVP de Voley Playa.
- **Propuesta de valor:** Técnicas y ejercicios para llevar el voley playa al mayor nivel.
- **Contenido Central:** Videos en Instagram y Youtube.
- **Ejemplo valor gratuito:** Checklists Planificación Semanal para aumentar tu salto.
- **Programa:** Vertical Max - Programa destinado a mejorar el salto de un voleibolista.
- **Web:** www.cayuvegas.com



MATT SHELDON



- **Perfil:** Futbolista profesional en ejercicio.
- **Propuesta de valor:** Recursos de entrenamientos para futbolistas amateur que aspiran a profesional.
- **Contenido Central:** Videos en Youtube. Documentos PDF con ejercicios.
- **Ejemplo valor gratuito:** Ejercicios en Youtube.
- **Programa:** Become Elite - “Conviertete en élite”. Herramientas de entrenamientos
- **Web:** <http://www.become-elite.com>



PILAR 10: CREA UN EQUIPO DE TRABAJO

Siendo deportista conocés la importancia de tener un buen equipo de trabajo para alcanzar el éxito deportivo. De la misma manera, **para que tu marca alcance un nuevo nivel es importante que comiences a crear un equipo de trabajo alrededor de la misma.**

3 BENEFICIOS DE TENER UN EQUIPO DE TRABAJO

01 TE DA PRESTIGIO Y RESPETO

Rodear a tu marca de las personas adecuadas te dará prestigio y respaldo. El hecho de que personas trabajen contigo en tu marca significa que hay confianza y proyección alrededor de tu marca. Además te brinda una ventaja competitiva en relación a otros deportistas.

“ **El trabajo en equipo hace que los sueños se cumplan.**

-Bang Gae



02 PODES OPTIMIZAR TU TIEMPO

Trabajar con un equipo en tu marca te permitirá delegar tareas y así optimizar tu tiempo que suele ser limitado sobre todo durante las competencias. Esto permitirá enfocarte en la parte “divertida” de la marca, como lo es el desarrollo de ideas de negocios, estrategias de contenidos, etc. Mientras que, por otro lado, puedes delegar la parte técnica de tu marca, tales como: Diseño gráfico, edición de posts, diseño de página de web, administración de las respuestas de mensajes de tus seguidores, posteo en las redes sociales, etc.



“ El trabajo en equipo divide las tareas y multiplica el éxito. ”

02 TE BRINDA MAYOR PODER DE NEGOCIACIÓN.



Otra ventaja de contar con un equipo de trabajo se presenta en la parte comercial de tu marca. En la negociación con patrocinadores, alianzas comerciales, desarrollo de servicios para tus seguidores, venta de merchandising, etc. En el momento de negociar, contar con un equipo adecuado, le brindará a tu MPD un mejor poder de negociación, pues tu marca podría hablar un idioma empresarial, lo cual te aumenta las posibilidades de éxito en la parte comercial de tu marca.