

HISTORIA *de marca y* DE VIDA

¿Qué es la historia de marca?

El conjunto de vivencias personales y experiencias profesionales que han marcado tu camino hasta llegar al punto en el que te encuentras como marca.

*La historia de tu marca
es inconcebible sin seguir
la historia de tu vida.*

Punto de inflexión

Un punto de inflexión es una vivencia destacada de tu vida que haya marcado un nuevo rumbo.

Hito

Un hito lo defino como un evento concreto en el cual has conseguido un objetivo reseñable para tu marca.



La diferencia entre ambos es con qué hacen que tu audiencia conecte.

Los puntos de inflexión harán que las personas que reciben tus comunicaciones, conecten desde **la emoción y empaticen contigo**, mientras que los hitos conectan con la percepción que tienen los demás sobre ti, y esos logros profesionales te dan **autoridad**.

Repasa tu historia personal en busca de 3 a 5 puntos de inflexión o hitos.

Puede ser de utilidad revisar cronológicamente los eventos de tu vida y anotar los más relevantes.

¿De qué manera se relacionan estos puntos de inflexión e hitos con tu momento actual profesional? ¿Cómo podrías conectarlos?

¿Cuál de estos puntos e hitos quieres integrar en tu estrategia de comunicación como marca?

Pero NO los fuerces si para ti no son tan relevantes, porque puede que a la hora de comunicarlos no te sientas cómodo, así que es mejor optar por otra alternativa.

Práctica: tu historia de marca.

Redacta un texto en el que expongas tu historia de marca, conectando los puntos de inflexión e hitos entre sí y relacionándolos con tu situación de marca actual.