

INDICE

| | |
|---|-----|
| Introducción | 1 |
| 1. Superarlo es tarea suya. Olvídense de <<ellos>>. Es su vida. Punto | 9 |
| 1ª. ¿Cuándo fue la última vez que se preguntó: <<Qué quiero ser<<?>> | 14 |
| 2. No tiene opción: ¡La Revolución de los Trabajadores de Oficina está a Punto de Devorarme a mi/A usted/ a nosotros! | 18 |
| 3. La respuesta: Haga de usted una marca | 21 |
| 3ª. ¿Y si cada uno tuviéramos una <<cotización de mercado>>, una evaluación determinada por el libre mercado de nuestro valor económico, más o menos como ocurre con los jugadores de fútbol a los actores? | 26 |
| 4. En marcha ya: Valore su capital de marca personal. Y: prepare un anuncio de la marca usted para... las páginas amarillas | 29 |
| 4ª. Necesitamos una imagen: ¿Qué <<aspecto>> tiene la marca Usted? ¿Qué impresión produce? Para empezar: Piense en la persona símbolo. (Y oiga cómo se ríe) | 35 |
| 5. Olvídense de las <<Tareas>>. La nueva divisa de la marca usted: ¡Proyectos asombrosos! | 39 |
| 5ª. Consagrarse en cuerpo y alma a los Proyectos. Busque la maestría | 42 |
| 6. Usted – Marca Usted – es u paquete /envase/ envoltorio | 44 |
| 7. Constitúyase en <<Yo, S. L>>. Mentalidad: Soy una empresa | 47 |
| 8. ¡Dígale en voz alta ¡ La marca usted tiene que ver con lo que usted valora | 50 |
| 9. La marca Usted requiere una cartera de capacidades diversas y rica | 52 |
| 9ª. Los Guerreros marca usted llevan, como mínimo, Ocho Corbatas: la de ventas, la de contabilidad, la de desarrollo de productos | 55 |
| 10. Aprenda a jugar al Gran Juego de los Negocios debe dominar los principios económicos básicos | 59 |
| 11. Pinte con palabras una imagen irresistible y en tecnocolor de quién es usted | 63 |
| 12. Obsesiónese con... su título (Sí, es importante) | 66 |
| 13. Marca Usted: Predique con el ejemplo. (Gandhi: <<Tenemos que llegar a ser el cambio que queremos ver en el mundo>>) | 69 |
| 14. Usted necesita habilidad política para actuar en el mundo real | 72 |
| 15. Convierta los <<encarguitos>> fastidiosos en proyectos increíblemente geniales (puede hacerlo siempre) | 75 |
| 15ª. ¡Trabaje con lo que tiene! ¡Conviértalo en una obra maestra! | 78 |
| 16. Domine el arte de <<buscarse la vida>> ¡Aprenda a agenciarse recursos! | 82 |
| 17. Usted es su cartera: Piensa en la calidad de su cartera de proyectos | 84 |
| 17ª. Usted hace asombrosos sus proyectos. Por tanto: Puntúe la capacidad de asombrar | 87 |
| 18. ¡Concentración! | 90 |
| 19. Usted en sus clientes, I: La persona marca usted viene definida por sus clientes. Por quiénes no lo son | 94 |
| 20. Usted en su clientes, II: Por lo tanto... ¡Escúchelos! ¡Conecte con ellos | 97 |
| 21. Usted es sus competencias vendibles. Debe ser... maravillosamente | 100 |

| | |
|--|-----|
| bueno en algo valioso para sus clientes | |
| 22. Usted es su fichero de contactos, I: Marca usted es un deporte de equipo | 103 |
| 22ª. Fidelidad: Más importante que nunca. Nueva fidelidad – marca usted - = Fidelidad a su fichero / Red de contactos. (No <<fidelidad a una logotipo>>) | 107 |
| 23. Usted es su fichero de contactos, II: ¡La variedad importa! ¡Colecciones tipos raros! | 109 |
| 24. ¡El Diseño Importa! Usted es su estilo de redacción, su membrete, su tarjeta de visita... | 112 |
| 25. Piense en su <<gama de productos>> Amplíela... periódicamente | 115 |
| 26. Piense a lo G – r – a – d – e. En grandes ideas. Criterio de valoración del publicitario David Ogilvy: << ¿Me dejó sin habla la primera vez que lo vi?>> | 118 |
| 27. Mantra de Yo, S. L. /Marca usted: Audacia Todos los Días | 120 |
| 28. Ríndase al arte del Teatro. <<Marca Usted>> entra dentro de las artes escénicas | 122 |
| 29. ¡Jefes: Tienen que adorar la marca usted! (Se trata de convertir a los <<empleados>> en locos de la escena) | 126 |
| 30. Identidad = El activo más apreciado. Marca usted: Aprender a pensar como Gillette o saturn | 128 |
| 31. Una marca es un <<signo de confianza>>: La marca usted se apoya en una roca sólida llamada Credibilidad | 131 |
| 32. Puede parecer irrelevante y No lo Es. Las tarjetas de visita dicen mucho. (Lo primero es lo primero) | 134 |
| 33. Cree una página Web que asombre. Ahora | 137 |
| 34. Usted es su propia <<agencia>> de relaciones públicas. Para empezar: apúntelas a un curso de oratoria | 140 |
| 35. Cultive el optimismo. (Los profetas del desastre rara vez atraen seguidores) | 145 |
| 36. Renovación = Tarea número uno para la marca usted. Punto | 148 |
| 37. Imprescindible; Plan formal de inversión en renovación | 152 |
| 38. Aprende de... todo el mundo. En todas partes. En todo momento. Sea una Esponja... para las cosas geniales (Y vaya adonde pueda tomarse con ellas) | 155 |
| 38ª. ¡Ame la meseta! El aprendizaje – Esencia de la marca usted – no es una ascensión ininterrumpida. (En ocasiones, uno se queda atascado) | 163 |
| 39. Usted – marca usted – Necesita un consejo asesor sensacional (En serio) | 166 |
| 40. Usted – Marca Usted – Necesita informadores en la primera línea. Mensaje: Manténgase en estrecho contacto con la >>gente de verdad>> que hace el <<Trabajo de verdad>> | 169 |
| 41. No deje nunca de buscar hombre y mujeres geniales. La caza de talentos debe estar siempre en marcha | 172 |
| 42. haga de su <<empresa>> algo grande desde el principio. Defina sus principios y sus aspiraciones | 175 |
| 43. Yo, como Marca usted..., soy jefe en todo momento. (Aunque por mi cargo no tenga subordinados) | 177 |
| 44. El Poder Importa. Lo que importa – la que se hace – exigen una | 181 |

| | |
|---|-----|
| extraordinaria habilidad política | |
| 45. Usted – Marca Usted – Necesita un plan formal de marketing | 184 |
| 45ª. Piense detenidamente: ¿Tengo de verdad un producto? No es fácil superar esta prueba | 186 |
| 46. Piensa: Una potencia mundial unipersonal, (En serio) | 190 |
| 47. Venda. Venda. ¡¡¡Venda!!! | 192 |
| 48. Usted – Marca Usted – Tiene que ser un buen <<Cerrador>> (Aprenda a <<pedir el pedido>>) | 194 |
| 49. ¡Las marcas usted son desleales! (Es decir, toman parte en una cruzada que va más allá de <<la empresa>>) | 196 |
| 50. ¡Bienvenido al país de los Agentes Libres! | 198 |
| El movimiento | 200 |
| Libros recomendados | 202 |
| Agradecimientos | 204 |