



Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente.
Autor: Andrés Pérez Ortega.
Editorial ESIC. 358 páginas. 17 euros.

ISBN: 9788473565578.

Imagina que tienes un problema y necesitas a un profesional de confianza pero no conoces a nadie ¿Qué harías? Este proceso de decisión es similar al que seguimos al comprar un producto. Para que sea recordado, tenido en cuenta y finalmente elegido, las empresas desarrollan marcas y los consumidores estamos dispuestos a pagar más por ellos. El *branding* personal pretende ayudarnos a posicionarnos, a ocupar un lugar preferente en la mente de otros (jefes, colaboradores, clientes, votantes, colegas, familia, amigos,...).