

Primero Producto, luego Marca Personal y al final, Marketing

Tengo que reconocer que empiezo a estar bastante cansado de los mensajes y anuncios, que cada día abundan más, sobre temas relacionados con captar seguidores, con los embudos de venta y cuestiones similares.

Ojo, no digo que no funcionen todos esos mecanismos, sistemas y trucos. Simplemente es que no van con mi forma de ser y de pensar. ¿Es posible que esté perdiendo dinero y oportunidades por no subirme al carro? Seguro. Pero es que hay algo en todo eso que me hace sentir incómodo.

Durante los quince primeros años de mi vida profesional estuve trabajando en multinacionales, en empresas de gran consumo y de investigación de mercados que consideraban a los clientes como números, perfiles demográficos y elementos de un nicho. Cuando inicié mi segunda etapa a primeros de siglo, la de profesional independiente, pensé que, gracias a Internet, las personas podríamos tratar con otras personas, con sus diferencias, singularidades y características únicas.

Sin embargo, poco a poco, en lugar de aprovechar las ventajas de La Red para hacerlo todo más humano, mucha gente ha acabado adoptando las prácticas más salvajes y deshumanizadas de los departamentos de marketing de las grandes empresas para tratar a sus seguidores y clientes.

Insisto en que seguramente es lo que hay que hacer, pero uno es como es y para mí hay personas y no "leads", hay relaciones y no "funnels", yo digo lo que me apetece y como me apetece y no lo que me imponga un algoritmo (o un logaritmo como leí hace poco).

Seguramente también habrás visto anuncios y publicidad de gente que te dice que puedes ganar miles o centenares de miles de Euros si aprendes a manejar el “Copywriting” (es la tendencia de moda para la temporada 2018/19), a generar ingresos pasivos y a conseguir libertad financiera a base de explicar a otros como conseguir libertad financiera. Esto se está convirtiendo en una especie de sistema piramidal.

No hay día en que no me encuentre datos “reales” de lanzamientos de cursos y programas de alguien que dice que ha ganado 300.000, 500.000 o 1.000.000 de Euros a las 24 horas de su último lanzamiento. Pero francamente, no me lo creo. Como decía [Claudio](#) en una imagen de nuestro [canal de Twitter Street Personal Branding](#), hay algo que no termina de encajar.

¿Cuántos creadores de infoproductos de temas similares soporta un país? ¿Cuanta gente puede ganar miles de euros con podcasts o webinarios? ¿De verdad tanta gente puede convertirse en experto o formador virtual? ¿En serio hay tanta obsesión por aprender a crear páginas en WordPress, dominar el SEO o automatizar tus mensajes de venta? Y si fuese así, ¿No debería el Gobierno fomentarlo para acabar con el paro y crear un país de millonarios pasivos?

Por otra parte, que es lo que me preocupa en este post, veo que se multiplican como setas quienes te explican como promocionar, como utilizar la publicidad de Facebook o como conseguir miles de seguidores en poco tiempo pero apenas veo a nadie que te explique como crear algo, como generar ideas y ponerlas en marcha, como crear algo valioso con tu “materia prima”.

Parece que todo gira alrededor del Marketing digital. Se venden miles de cursos sobre el tema o, los más espabilados venden cursos sobre como vender cursos sobre el tema. Pero ¿dónde está el producto? ¿dónde está la parte humana de todo esto? ¿Tiene sentido preocuparse más en crear textos persuasivos o dominar la segmentación de los Facebook Ads,

para vender lo mismo que otros muchos, que en crear algo realmente bueno?

No se vayan todavía, aún hay más. Creo que al ir directamente al “departamento” de Marketing Personal y saltarse la fase de Producto, se pasa de puntillas sobre la etapa de Branding Personal. Me refiero a que si no te has generado un prestigio, una reputación como persona que domina un tema, entonces es cuando quizás te veas obligado a utilizar este tipo de sistemas de lanzamientos masivos, productos homogéneos, cortipegados e indistinguibles que nos invaden y, algo peor, a tirar los precios.

Cuando tu nombre se asocia con algo valioso no digo que te puedas saltar las estrategias de venta en masa, la utilización invasiva de los [MailChimp](#) y similares o el “spameo” constante en todos los canales existentes, pero vas a poder mantener una relación más humana con quienes se interesan por lo que ofreces. ¿En serio hay que hacer cosas como enviar un mensaje cada dos horas el día en que vas a lanzar un infoproducto? y algo peor ¿Hay personas que permiten que su correo se llene de esa mierda?

Como te digo, seguro que me equivoco, muy probablemente me estoy perdiendo algo o simplemente quiero perdmelo. Pero mi obsesión ha sido y seguirá siendo seguir un proceso que encaja más con mi forma de pensar. Diseña un propósito, una motivación, unos valores, define y crea una oferta, producto o servicio que mole mucho, gánate la confianza de aquellos que sintonicen contigo y luego, sólo en ese momento, muéstralo, ofrécelo, comunícalo pero como PERSONAS que se relacionan con PERSONAS y no con “bots”.

Creíamos que lo dospuntocero haría más humanas a las empresas pero lo que ha ocurrido es que ha vuelto más empresariales a las personas.

NOTAS

This content was originally published [here](#).