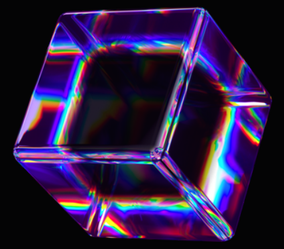
Comunicación y Negociación

Para

Agentes de Propaganda Médica

Clase #8

Marca Personal y Desarrollo del APM



Agenda

- Qué es marca personal
- Estilo, pilares y coherencia
- Presencia digital y redes
- Tu pitch y el cierre del curso



¿Qué hace que te acuerdes de alguien?

Ser un profesional no es lo mismo que ser profesional.

Hoy nos vamos a enfocar en ustedes.
No en el producto, no en el médico, no en las objeciones. En ustedes.

Porque **el mejor recurso que tienen como APM es su propia persona**.
Su forma de comunicar, su reputación, su estilo, su manera de vincularse.
Y eso no se improvisa. Se construye.

Vamos a hablar de cómo se posicionan profesionalmente, cómo los perciben y cómo pueden intencionar esa percepción.
Esta es una clase para mirar hacia adentro y diseñar hacia afuera.

¿Qué nos venimos llevando hasta acá?

✅ Comunicación efectiva
✅ Manejo de objeciones
✅ Diseño de conversaciones difíciles
✅ Herramientas de persuasión y adaptación
✅ Técnicas de negociación
✅ Comunicación digital e IA

Si miramos para atrás, en estas semanas recorrimos muchas herramientas potentes. Aprendimos a leer contextos, a argumentar con base clínica, a manejar tensiones, a negociar sin presión.

Pero todo eso necesita un vehículo. Y ese vehículo sos vos.
Tu forma de entrar, tu forma de dejar huella. De eso se trata hoy: de cómo convertir todo lo que sabés en una marca personal sólida y recordable.

¿Qué es marca personal y por qué importa para un APM?

Tu marca personal es la huella profesional que dejás en cada interacción.
No es solo lo que decís; es lo que el otro **percibe**, **recuerda** y **cuenta** sobre vos.

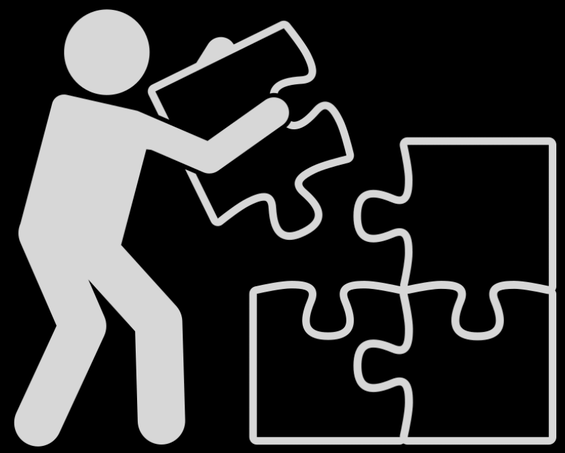
Marca personal no es tener un logo, ni un Instagram prolijo.
Es mucho más **simple** y más **profundo**, es:

- *Cómo te recuerda la otra persona.*
- *Qué dice de vos cuando no estás.*
- *La sensación que generás en cada visita.*

Si te perciben confiable, serio, claro, amable, sólido. O todo lo contrario. Y esa percepción no depende solo del producto que llevás, sino de cómo lo transmitís. De cómo te mostrás.

Eso es tu marca.

Vos ya estás dejando una marca (te des cuenta o no)



La pregunta no es si tenés o no marca personal.
La pregunta es si estás construyendo la que querés.

Porque cada vez que entrás a un consultorio, dejás una impresión.
¿Estás manejando esa impresión? ¿Estás siendo coherente entre lo que decís y lo que proyectás?

Hoy vamos a trabajar para que puedas diseñar esa imagen de forma más intencional.
Para que no sea un resultado aleatorio, sino **una estrategia**.

Diferencia entre tener marca y construirla

Tener marca
– Es inevitable
– Surge de cómo actuás
– Puede ser inconsistente

vs.

Construir marca
– Es intencional
– Requiere estrategia
– Genera coherencia y posicionamiento

La marca espontánea existe, pero suele ser desordenada.

Podés caer bien en una visita y mal en otra.
Podés transmitir confianza sin darte cuenta o perderla del mismo modo.

Cuando la marca se construye, **empezás a elegir cómo querés ser percibido**.
A **generar coherencia** entre lo que mostrás y lo que buscás que el otro entienda de vos.
Eso, en cualquier profesión, **es una ventaja competitiva real**.

¿Qué te hace destacar como APM?

🔍 Conocimiento clínico
💬 Habilidad comunicacional
⏱️ Puntualidad y respeto
👂 Escucha activa
📚 Formación continua
🤝 Confiabilidad y seguimiento

Muchos APM llevan buenos productos. Pero no todos logran dejar una buena impresión.

Lo que te hace destacar no es solo lo que llevás, sino cómo lo llevás.
Tu capacidad de explicar con claridad, tu puntualidad, tu seguimiento, tu actitud profesional...
Todo eso te diferencia. **No es necesario ser perfecto**. **Es necesario ser consistente**.

Los 4 pilares de una marca profesional sólida



Estos cuatro pilares son como las patas de una mesa. **Si una falla, tambaleás**.

Podés ser confiable pero poco claro. Podés comunicar bien, pero no tener vínculo.

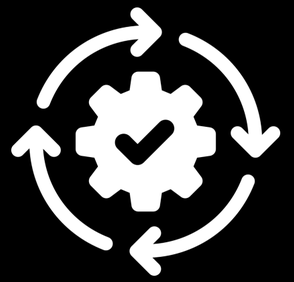
La marca se construye cuando esos cuatro aspectos trabajan juntos.

Tu diferencial no es el producto: sos vos

⚠️ El médico puede ver 10 APM con productos similares.
🎯 La diferencia siempre está en la experiencia que vive con vos.



En un mercado con productos parecidos, **el factor diferencial** no está en la molécula. **Está en vos**.
En cómo hacés sentir al otro, en cómo manejás el tiempo, en cómo resolvés dudas o conflictos.



Tu marca personal es tu ventaja competitiva. Porque un producto puede cambiar...
pero vos, si comprendés tu esencia y lo que querés generar en el otro, podés generar constancia.

¿Qué recordás de un buen vendedor?
(reflexión rápida)

📌 ¿Qué te hizo confiar en esa persona?
📌 ¿Qué detalles marcaron la diferencia?

¿Qué recordás de un buen vendedor?

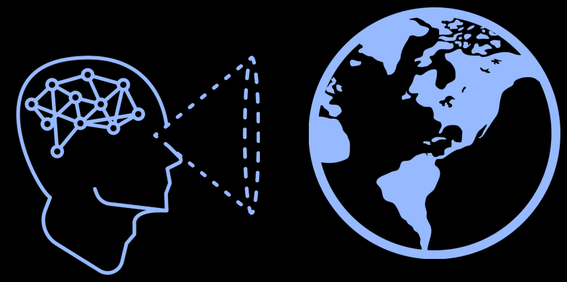
📌 ¿Qué te hizo confiar en esa persona?
📌 ¿Qué detalles marcaron la diferencia?

Pensá en un colega, una persona que conociste, alguien que dejó huella en vos o un vendedor.

¿Qué te hizo confiar en él o ella?
¿Fue cómo te escuchó, cómo explicó, cómo manejó el tiempo o cómo te trató?

Muchas veces, los detalles definen la experiencia.
Esos detalles no cuestan dinero, sino **esfuerzo consciente**, porque **se basan en la actitud**.

¿Cómo se construye la percepción de marca?



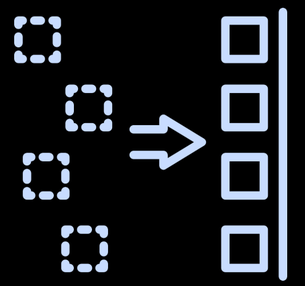
La percepción no es lo que hacés, sino lo que el otro entiende de lo que hacés.
Por eso es clave que reconozcas tus acciones y le pongas una validación de Consciencia (de **#DarteCuenta**).

Por eso hablar de **calibrado** y **rapport**, pero también de **actitud**, es relevante.
Incluyendo: *Tu tono, tu mirada, tu lenguaje corporal, tus reacciones, tu asertividad, tu compromiso, etc.*

Es cómo reaccionás cuando te dicen que no o si cumpliste lo que prometiste.
Todo eso forma parte de tu marca. Y como todo, **se puede entrenar y mejorar**.

¿Qué tipo de marca estás proyectando hoy?

🔄 ¿Qué dicen de vos tus médicos, colegas, supervisores?
🧩 ¿Coincide eso con lo que vos querés transmitir?



Si decís que sos claro, ¿realmente se entiende lo que explicás?
Si decís que sos profesional, ¿llegás a horario, hacés seguimiento, sos ordenado?
La marca personal es una construcción entre lo que hacés y lo que otros perciben.

Tiene base en tus **acciones**, que tienen base en tus **actitudes**, y eso tiene base en tus **valores**.

¿Tenés estilo o solo seguís un guion?



✅ Tener estilo es transmitir seguridad sin parecer automático.
⚠️ Repetir un guion sin adaptarte = sonar robótico.

Hay APM que suenan igual en todas sus visitas. Eso no es profesionalismo, es rigidez.

Un gran profesional sabe adaptarse sin perder su esencia.
Tiene un **estilo claro**, *pero flexible*.
Como un actor que interpreta un papel distinto en cada obra, pero siempre mantiene su presencia.

Tip: Encontrá tu estilo.

¿Qué estilo querés construir?

🌱 ¿Querés ser percibido como:

- Técnico y confiable?
- Cercano y empático?
- Innovador y curioso?
- Disciplinado y comprometido?



Tu marca se puede moldear.
Y aunque no hace falta que seas solo una cosa, sí es útil elegir qué querés que te represente.

¿Sos alguien que investiga mucho? ¿Que conecta fácil con otros? ¿Que organiza todo al detalle?
Elegí un estilo y hacelo visible en tu forma de hablar, escribir, aparecer.
Eso va a ser tu diferencial indiscutible.

Microacciones que construyen marca (sin darte cuenta)

La marca no se construye con grandes gestos.
Se construye con **hábitos cotidianos**.

Si cada vez que saludás lo hacés con atención, si tomás notas con interés real, si agradecés aunque no te hayan atendido, estás dejando una marca con la vara alta.

La mayoría de los médicos no recuerda lo que dijiste…
pero sí cómo los hiciste sentir.

- ✔️ Cómo saludás
- ✔️ Cómo pedís permiso
- ✔️ Cómo despedís
- ✔️ Cómo tomás notas
- ✔️ Cómo agradecés
- ✔️ Qué seguimiento hacés



¿Qué dicen tus redes de vos?



📱 **Tu presencia digital también comunica**
🔍 **Médicos, colegas y empresas pueden googlearte**
💬 **Todo lo que publicás deja huella**

Hoy tu primera impresión también puede ser digital.

Un médico, un colega o un posible empleador puede buscarte online antes de conocerte personalmente.
¿Qué aparece si alguien te googlea?
¿Hay fotos, posteos, comentarios que suman o restan a tu profesionalismo?

Aunque tengas perfiles cerrados, tu marca digital existe.

LinkedIn, Instagram, TikTok:
- ¿Sirven para APM?

Ideas:

✅ Mostrar conocimiento de la industria

✅ Comunicar profesionalismo y cercanía

✅ Construir red con otros profesionales

⚠️ Evitá contenido polémico o desprolijo

Cada red tiene su tono y su lógica.

LinkedIn te posiciona en el mundo profesional.
Instagram o TikTok pueden mostrarte más humano, más cercano.

La clave es ser coherente con lo que querés transmitir y generar en el otro:
si mostrás interés por la salud, la innovación o el aprendizaje, eso habla bien de vos.

No hace falta volverse influencer: con 2 o 3 posteos cuidados por mes, ya podés posicionarte mejor.

Buenas prácticas para redes

- ✔️ Foto de perfil clara y profesional
- ✔️ Bio breve, con foco en tu valor
- ✔️ No publicar todo, sino con criterio
- ✔️ Interactuar con contenido útil del sector

No hace falta subir contenido todos los días, pero sí cuidar lo que mostrás.

Una buena foto de perfil *(no de fiesta ni con filtro)*, una bio que diga qué hacés, y una actitud proactiva: comentar en posteos útiles, compartir noticias del sector, mostrar curiosidad y actualización.

Eso suma a tu reputación digital.



¿Querés diferenciarte? > Mostrate aprendiendo

Una de las formas más simples de construir una marca con buena reputación, es mostrar que estás en constante formación.

Podés postear una frase que te resonó en clase, una reflexión, una experiencia de visita, un artículo interesante.

Mostrarte aprendiendo dice: “Me tomo en serio lo que hago.”,
Y eso te hace relucir.

Puede dar vergüenza, pero atravesar esa incomodidad puede ser lo que te potencie para lograr nuevos resultados.

🎓 Compartí aprendizajes
📌 Mostrá que invertís en tu formación
📈 La gente valora a quien busca mejorar



¿Qué no hacer en redes? *(aunque sea tu perfil personal)*

❌ Evitá mensajes ofensivos o agresivos
❌ No expongas discusiones privadas
❌ Cuidá tu ortografía y redacción
❌ No comentes desde el enojo o la ironía



Muchas personas pierden oportunidades por lo que publican en redes.
No es censura, es responsabilidad.

Una opinión mal expresada, una queja publicada con bronca, una discusión con alguien de la industria... todo eso puede cerrar puertas sin que te enteres.

Las redes no son privadas, aunque tengas el perfil cerrado.

Actividad:

WORKSHOP

🧩 Actividad individual

👉 Tenés 10 minutos para escribir un pitch de 3 frases que:

- Diga quién sos
- Qué aportás como APM
- Por qué deberían escucharte

En 3 frases, vas a contar quién sos, qué aportás como APM y por qué alguien debería prestarte atención.
Este pitch no es para que vendas un producto, sino para que vendas tu presencia. Antes de escribir, elegí un estilo y un pilar de los que vimos.

Imaginate que te cruzás con un médico en un ascensor,
tenés 30 segundos.
¿Qué decís para que te quiera recibir la próxima vez?



Workshop · Tu pitch en 3 frases

Elegí un estilo y un pilar de los que vimos. El pitch tiene que hacerlos visibles.

1️⃣ Quién sos: tu nombre y lo que hacés, sin el título de la tarjeta.

2️⃣ Qué aportás: lo que el médico gana con vos, no con el producto.

3️⃣ Por qué escucharte: una prueba concreta de tu estilo y tu pilar.

⏱️ 10 minutos para escribirlo. 30 segundos para decirlo.

EJEMPLO · TÉCNICO Y CONFIABLE + CREDIBILIDAD

❌ “Soy Juan, APM del laboratorio X. Le traigo nuestro producto, que es muy bueno.”

✅ “Soy Juan. Mi trabajo es que usted tenga los datos que necesita en dos minutos. Si le traigo un estudio, ya lo leí y le marco lo que importa para sus pacientes.”

Estilos: Técnico y confiable · Cercano y empático · Innovador y curioso · Disciplinado y comprometido
Pilares: Credibilidad · Claridad · Coherencia · Conexión

Rescate de la Actividad

Rescate · ¿Qué marca dejaste?

En parejas: uno dice su pitch y el otro adivina qué estilo y qué pilar eligió.

🎤 Decís tu pitch en 30 segundos, sin leer.

🔍 Tu compañero adivina tu estilo y tu pilar.

🎯 Si no los adivina, el pitch todavía no los muestra: ajustá una frase.

✋ Dos o tres voluntarios lo dicen frente al curso.

CHECKLIST DEL PITCH

¿Tu pitch…

✅ Deja claro quién sos?

✅ Dice qué gana el médico con vos?

✅ Tiene una prueba concreta?

✅ Se nota tu estilo y tu pilar?

⚠️ Habla más del producto que de vos?

⚡ Giro: el médico te corta a los 10 segundos: “Al grano, ¿qué me traés?”. ¿Qué frase de tu pitch sobrevive?

Marca personal ≠ autopromoción

💡 No se trata de hablar solo de vos
🎯 Se trata de mostrar tu propuesta de valor
🔄 Lo que hacés por otros define tu marca

A veces se confunde marca personal con egocentrismo. Pero mostrar tu marca no es hablar de vos todo el tiempo. Es mostrar qué hacés, cómo lo hacés y qué impacto tiene en otros. Tu marca se construye cuando dejás huella, no cuando buscás aplausos. El foco no es en vos: es en el valor que generás.

¿Qué te hace confiable?

- ✔️ Transparencia
- ✔️ Claridad en tus límites
- ✔️ No prometer de más
- ✔️ Ser coherente con tu estilo

La confianza no se exige, se gana. Y se gana mostrando consistencia. Si siempre actuás con claridad, si no decís 'sí' a todo con tal de caer bien, si sos transparente sobre lo que podés y no podés hacer, la gente va a confiar más en vos. Porque no estás vendiendo humo. Estás construyendo una relación.

¿Cómo se entrena una marca personal?

📌 Consistencia → mismo estilo, distintos espacios
📌 Visibilidad → mostrarte en los lugares correctos
📌 Claridad → saber qué mensaje querés dejar



- Tu marca no se define con un logo ni con un eslogan. **Se entrena con práctica.**

Se entrena siendo consistente en lo que decís y cómo lo decís; eligiendo bien dónde estar presente (eventos, redes, grupos); y teniendo claro qué querés que digan de vos cuando no estás.

No se trata de ser el mejor, sino de ser **claro, coherente** y **visible.**

Tu diferencial no es solo lo que sabés



🎓 Todos pueden aprender sobre un producto
🧠 No todos aprenden a comunicarlo bien
🧭 Tu forma de estar es tu mayor herramienta

En el mundo APM, muchos tienen información.
Pero pocos saben hacerla accesible, breve, concreta, empática.
Pocos logran que el otro quiera escucharlos.

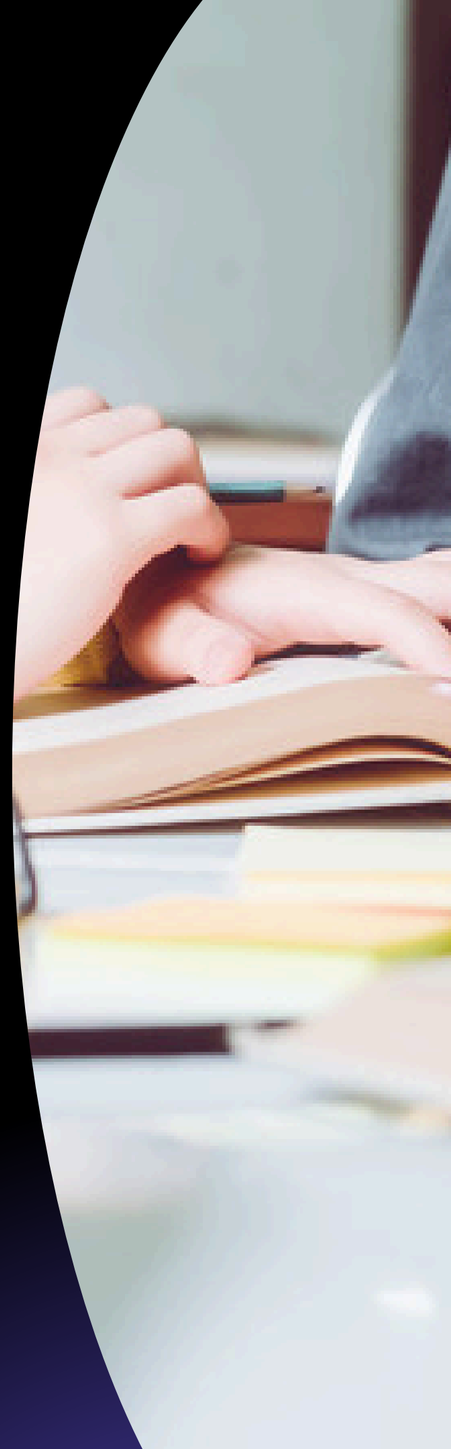
Tu diferencial no está solo en los datos que manejás, sino en cómo los compartís.
Y **eso se entrena desde tu manera de estar presente**: clara, atenta, respetuosa, distinta.

Rescatando data de la clase

🧠 **Herramientas para construir mi marca**
🎤 **Práctica de pitch personal**
📲 **Uso estratégico de redes**
🎯 **Profesionalismo y reputación en acción**

Hoy no hablamos de productos, sino de vos.
De cómo querés posicionarte, cómo querés que te recuerden, cómo hacés para diferenciarte en un mundo competitivo.

La marca personal no es solo para emprendedores: es para cualquiera que quiera dejar una huella positiva y **construir relaciones profesionales a largo plazo**.



Recapitulación del camino recorrido



- Clase 1: Fundamentos de la comunicación
- Clase 2: Arquetipos, persuasión y objeciones
- Clase 3: Frameworks para conversaciones difíciles
- Clase 4: Carisma, apertura y fidelización
- Clase 5: Cierre de la visita y seguimiento
- Clase 6: Negociación y acuerdos inteligentes
- Clase 7: Comunicación digital, IA y negociación virtual
- Clase 8: Marca personal y desarrollo del APM

Este recorrido no fue solo sobre comunicación y negociación, sino sobre **cómo estar más preparados** para desempeñarse como APM con conciencia, estrategia y presencia.

Vimos cómo adaptarse a los interlocutores, cómo sostener conversaciones difíciles, cómo generar compromiso real y, finalmente, cómo construir una marca que los represente con orgullo.
Pero, como punto clave: No se trata solo de repetir fórmulas, sino de tomar acción con criterio.

📌 ¿Qué cambió en tu forma de ver la profesión?
📌 ¿Qué herramientas sentís que ya hacés tuyas?
📌 ¿Qué vas a hacer distinto a partir de hoy?

Más allá del contenido, lo importante es lo que hacés con él.

¿Qué aprendiste sobre vos mismo en este camino?
¿Qué conversaciones sabés que ahora podés encarar mejor?
¿Qué prácticas vas a sostener?

Este cierre es una invitación a no dejar que todo esto quede en apuntes.
Llevátelo al cuerpo, **a la calle**, **a tus vínculos**.

Y **recordá que la mejor herramienta de venta es tu autenticidad**.



No sos solo un APM

Muchas veces hablamos de productos, de objeciones, de estrategias...

Pero no nos olvidemos de lo más importante: vos.
Tu actitud, tu manera de mirar, tu ética.

Vos sos la herramienta más potente que llevás en cada visita.

Y cuanto más desarrolles tu propia voz, tu forma de conectar y tu identidad profesional, más confianza vas a generar.
Porque **los médicos no compran 'solo' datos**: confían en personas.



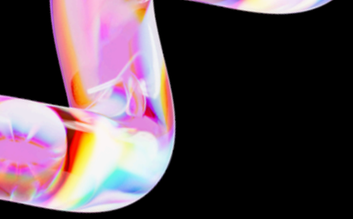
Las clases se terminan, pero el trabajo real recién empieza.

Quedate con lo que más te haya servido, dejá lo que no.

Nuevamente, todo esto no se trata de fórmulas, sino de:

- actitud,
- entrenamiento
- y coraje.

Ese es el verdadero diferencial.

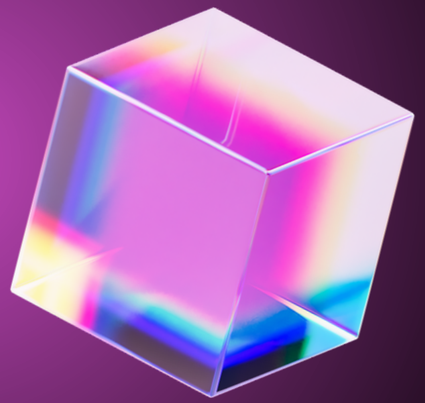




¡Gracias por llegar hasta acá!

Sigamos en contacto





Lic. Nicolás Gabriel Gómez

www.nggomez.com

hola@nggomez.com

wa.me/5491161531646

Linkedin.com/in/nggomez