



Nombre de alumnos: Beatriz Irianda
Hernández Calcáneo

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana
Méndez

Nombre del trabajo: Acciones estratégicas
para establecer la imagen personal.

Materia: Proyección profesional.

Grado: U

Grupo: 8vo cuatrimestre

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

Para lograr proyectar la imagen personal y profesional que deseamos es muy importante que sepamos expresar nuestra verdad. Que reconozcamos que nuestra opinión y punto de vista es muy importante, pero que igualmente reconozcamos que la verdad, opinión y puntos de vista de los demás son también importantes, y que lo mejor para todos saldrá del intenso intercambio de opiniones de todos.

Debemos ser breves, exactos, puntuales al expresarnos por escrito y verbalmente. Profesionalmente por ejemplo deberemos saber elaborar resúmenes ejecutivos donde en una simple tarjeta media carta presentamos completo la descripción de un asunto determinado.

Para alcanzar la imagen personal y profesional que deseamos es muy importante que sepamos ser claros, puntuales y saber conectar exactamente los distintos temas de un asunto, sin perdernos, sin divagar. Un aspecto físico impecable con una mente vacía, sin personalidad, no sirve, tampoco una mente prodigiosa con una apariencia descuidada o sucia, tampoco.

Nuestra imagen debe ser cuidada pues habla de nosotros mismos. Para proyectar una buena imagen, primero debemos tener una buena imagen de nosotros mismos, es importante encontrar esa esencia que nos hace únicos e irrepetibles. Entender como proyectar una buena imagen, nos proporciona sin duda, herramientas que nos ayudarán a progresar y realizarnos como personas.

Hoy en día, las empresas además de tener la obligación de cumplir con sus objetivos y buscar altos rendimientos, tienen una gran preocupación y es sobre cuál es la percepción o imagen que los públicos tienen de la organización. Los públicos se encuentran constituidos, en primera instancia, por sus públicos internos (empleados, directivos, accionistas), públicos externos (clientes reales o potenciales, competidores, otras organizaciones que operan en el entorno) o bien

los llamados públicos mixtos (proveedores y distribuidores). Es sumamente importante que todos posean una adecuada imagen de nuestra empresa.

En la actualidad, ya no basta con hacer las cosas bien, esto nos recuerda qué si queremos proyectar una buena imagen, también debemos decir qué es lo que hacemos y cómo lo hacemos, de manera que cuando alguien requiera de los servicios que ofrece nuestra empresa, nos recuerde inmediatamente. Es por ello que, al proyectar la imagen de nuestra empresa, debemos comunicar todas las bondades de nuestros productos, tomando en consideración las necesidades de nuestros clientes.

Los elementos de la imagen corporativa son aquellos signos que hacen que nuestros públicos identifiquen la organización, únicamente con entrar en contacto con alguno de ellos.

No agachar la cabeza como si no pasara nada, no piense que si no se habla de ello probablemente se olvide, en situaciones de imagen el asunto es acumulativo. Recordemos que una buena imagen no se mantiene de manera automática, de igual forma la mala imagen no se vuelve buena si no se hace algo al respecto.

Cuando una organización entra en situaciones de crisis, ya sea porque el producto que vendemos salió defectuoso o falló la tecnología que utilizamos, lo aconsejable es atender de manera oportuna y precisa cualquier demanda por más trivial que parezca. No sabemos en cuestión de imagen qué puede poner al borde de la crisis a la empresa.