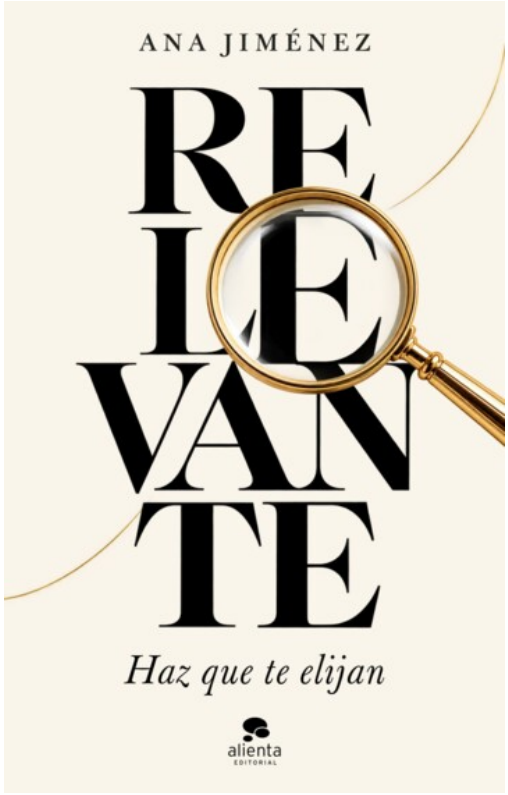

Relevante

Ana Jiménez

Cómo dejar de competir por atención

Cómo dejar de competir por atención

Nunca había sido tan fácil conseguir visibilidad. Y, sin embargo, nunca había sido tan difícil permanecer en la memoria de los demás. Profesionales, expertos y emprendedores dedican cada vez más tiempo a hacerse visibles, generar contenido y competir por atención. Pero ser visto no garantiza ser recordado, y ser recordado tampoco garantiza ser elegido.

En *Relevante*, Ana Jiménez propone cambiar la pregunta: en lugar de pensar cómo conseguir más visibilidad, ¿qué hace que una persona se convierta en la opción en la que los demás piensan cuando aparece una oportunidad?

A partir de más de quince años estudiando el posicionamiento y trabajando con profesionales y empresarios, la autora presenta la cadena de la relevancia, un método basado en siete elementos —claridad, diferenciación, percepción, visibilidad estratégica, consideración, influencia y demanda— que explica cómo se construye una posición profesional capaz de generar recuerdo, confianza y oportunidades.

Con ejemplos, casos y herramientas prácticas, aprenderás a detectar qué está limitando actualmente tu crecimiento y podrás calcular tu propio índice de relevancia para identificar dónde concentrar tus esfuerzos. Un libro para quienes no quieren ser conocidos por todo el mundo, sino ser la persona en la que piensan cuando llega el momento de elegir.

Fecha de publicación:
20/01/2027

Sello Editorial:
Alienta Editorial

Contacto de prensa

Nombre: María José Bertrán

Email: mjbertran@planeta.es

Nombre: Júlia Llaó

Email: julia.llao@planeta.es

Ana Jiménez

Ana Jiménez es experta en posicionamiento de marca personal, conferenciante y colaboradora de televisión. Desde hace más de quince años ayuda a profesionales a construir marcas capaces de convertirse en referentes y en uno de los principales activos de sus negocios.

Es creadora de la cadena de la relevancia, un modelo propio que explica el proceso que lleva a una persona a ocupar un lugar privilegiado en la mente de los demás y a convertirse en una de las opciones elegidas dentro de su sector.

Su trabajo parte de una idea sencilla: ser bueno o el más visible no garantiza ser elegido. Por eso, estudia qué hace que algunas personas consigan transformar su conocimiento y experiencia en relevancia, demanda y oportunidades.