



# ده گام برای ایجاد برند شخصی!

حسن بنانج : مجله توسعه مهندسی بازار

۱. ماردی را که تصور می‌کنید برای جلب توجه دیگران نیاز است، فهرست کنید.
۲. تلاش کنید توانایی‌هایتان را که بیانگر گذشته، تجارب و موفقیت‌های شما هستند، جمع‌آوری کنید.
۳. یک منشور برند برای خودتان بسازید. منشوری که در آن به سوالاتی نظیر اینکه چه کسی هستید، به چه چیزی افتخار می‌کنید، چرا متفاوت هستید و در چه کارهایی خوب عمل می‌کنید، پاسخ داده شود.
۴. نقل‌قول‌ها یا نکات کلیدی را فهرست کنید که مشتریان یا طرفدارانتان در مورد شما گفته‌اند.
۵. شرومه‌تان را فراموش کنید و تلاش کنید که بیوگرافی خودتان را در قالب یک عبارت به گونه‌ای بنویسید که داستان زندگی‌تان را به طور کامل بیان کند.
۶. نمایه‌ای آنلاین برای خودتان ایجاد کنید. مثلا وبلاگ یا سایت بسازید و اطلاعات کلی از خودتان را در آن بکنجانید.
۷. مطمئن شوید که حضور موثر در شبکه‌های اجتماعی و سایر وبسایت‌های برجسته در صنعتی که در آن به فعالیت مشغول هستید، دارید.
۸. کارت ویزیتی متناسب با محلی که می‌خواهید در آنجا حضور یابید، طراحی کنید و همراه خود داشته باشید.
۹. به ایمیل‌ها و سایر مکاتباتان دقت داشته باشید و دست‌ورزیان درست را در آنها رعایت کنید.
۱۰. مراقب باشید که همیشه لبخند بر چهره داشته باشید و به چشم افراد نگاه کنید و با اطمینان با دیگران دست بدهید. به لباسی که می‌پوشید، دقت داشته باشید. رسا و با اعتماد به نفس صحبت کنید. سرتان را بالا بگیرید و شانه‌هایتان را به عقب بیاندازید.
- و نکته آخر اینکه کسی باشید که خودتان یا افرادی که می‌شناسید به آن افتخار کنند. شخصیتی باشید که دیگران دوست دارند زمانی را با او سپری کنند.
- این‌ها نکاتی هستند که در صورت رعایتشان شخصیتی تاثیرگذار را تداعی خواهند کرد. اصل اساسی در این روند آن است که به انتظارات مخاطبین‌مان در مورد خود توجه کنیم. برند موفق شخصیتی ما همان تصویری است که آنها از آن لذت می‌برند، نه آن ذهنیتی که ما از خودمان داریم. برگرفته از یادداشت‌های جنیفر کاشل، موسس و مدیر وبسایت... (شبکه موفقیت شما) و نویسنده کتاب: رازهای جوانی و موفقیت. /

هنگامی که شخصی می‌خواهد شما را توصیف کند، چه حسی پیدا می‌کنید؟ آیا از اوصافی که به شما نسبت می‌دهد، شگفت‌زده می‌شوید یا از شنیدن آنها به خود می‌بالید؟ حالا لحظه‌ای را به خاطر آورید که در مقابل جمعی ایستاده‌اید و به توصیف شخصیت یا پروژه‌ای که در حال انجامش هستید، مشغول می‌شوید. در مورد کارت ویزیت و وبسایتی که دارید، چه طور فکر می‌کنید؟ آیا از واکنشی که دیگران در مقابل آنها دارند، راضی هستید؟ این مثال‌ها و عناصر در واقع زمینه ساز ایجاد روش‌هایی هستند که می‌توان در یک روند «برندسازی شخصی» از آنها بهره برد. توصیف موفقیت‌ها بدون شک در این روند نقشی بسیار اساسی را ایفا می‌کند. شرکت‌ها نیز وقتی محصول یا کسب و کاری را به مشتریان خود معرفی می‌کنند، روی برندسازی متمرکز می‌شوند. شرکت‌ها نیز وقتی محصول یا کسب و کاری را به مشتریان خود معرفی می‌کنند، روی برندسازی متمرکز می‌شوند. این شرکت‌ها در واقع می‌دانند که درک عمومی می‌تواند موفقیت یا شکست آنان را پایه‌ریزی کند. در برندسازی شخصی نیز باید خودتان را مانند محصولی تصور کنید که قصد دارید آن را به مشتریان بفرروشید یا آن را به کارمندان یا همکارانتان معرفی کنید. در چنین موقعیتی است که باید به سوال‌های زیادی پاسخ دهید. سوالاتی نظیر اینکه آیا شخصیت شما کسل‌کننده هست یا هیجان‌آور؟ دوست دارید وقتی شما را به خاطر می‌آورند، چگونه باشید؟ تاثیرگذار، معمولی یا غیر قابل اعتنا؟ اینکه شما چگونه از سوی دیگران درک می‌شوید، در واقع به تلاش‌تان بستگی دارد، اما باید گفت که همیشه این طور نیست. گاهی اوقات افرادی را می‌توان دید که با وجود تلاش بسیار برای شناساندن خودشان، موفقیت چندانی حاصل نمی‌کنند. از این بدتر زمانی است که برخی دیگران را قانع می‌کنند که در صدر قرار دارند و بسیار مورد توجه هستند، اما بعد از گذشت مدت کوتاهی متوجه می‌شوند که چنین برداشتی فقط یک سراب بوده است و تصویرشان به راحتی فراموش شد و از ذهن‌ها پاک می‌شود. بنابراین باید تصویری واقعی از خود شکل داد. تصویری که صداقت، درستی و ارزش‌های واقعی ارکان اصلی آن را تشکیل می‌دهند. در اینجا برخی از روش‌هایی را برمی‌شماریم که می‌توان به کمک آنها برندی مشخص و پایدار از خود در اذهان مخاطبان ایجاد کرد:

۱. به عناصری که می‌خواهید آنها را در مورد خودتان ترویج دهید، فکر کنید و سپس