

Brandul meu

Motto: Se intampla oricum, deci n-ar fi mai bine sa preiau controlul?

Ioana Manoiu
Managing Partner GMP PR

“Personal branding” sună sofisticat și trendy. Îți lasă impresia că este un serviciu de avangardă al unei agenții de PR, conectată la trendurile internaționale. Te duce cu gândul la star system și VIPs. Te gândești în primul rând la Madonna, Oprah sau revenind pe meleagurile noastre, la Mihaela Rădulescu. Poate și la un CEO al unei mari multinaționale, care a muncit mult și a plătit armate de consultanți, ca să devină brand. În cele ce urmează, mi-am propus să vă dezamăgesc. Voi vorbi despre brandul personal într-un mod foarte simplu și ne-corporatist, ca despre un fenomen care a existat dintotdeauna, înainte să i se găsească un nume complicat și să devină capitol în cărțile de PR.

Eu cred că brandul personal există, indiferent de poziția noastră față de el. Fie că vrem sau nu să-l conștientizăm, vrem sau nu să ne ocupăm de el. Este un proces continuu, care ne influențează cariera, relațiile și viața. Brandul personal este construit din modul nostru de a fi, de a ne comporta, din lucrurile pe care le spunem și rezultatele noastre. Mesajele pe care noi le transmitem formează în mintea celor din jur percepții clare despre noi.

Cineva a spus o dată “Define your brand or your brand defines you”. Ai două variante. Poți să-ți construiești brandul personal într-un mod organizat sau poți să-l lași la voia întâmplării, să îi inviți pe ceilalți să te perceapă cum vor ei. Majoritatea brandurilor personale sunt construite accidental. Trebuie însă să conștientizezi că a-ți construi brandul personal nu înseamnă altceva decât a prelua controlul asupra unui proces care se întâmplă oricum.

De ce să faci asta? Din nenumărate motive. Ca să-ți găsești un job (mai) bun, să avansezi în carieră, să-ți găsești clienți, să câștigi bani mai mulți, să fii respectat, să-i faci pe oameni să lucreze pentru tine, să ai putere și influență și lista poate continua.

Ca să preiei procesul însă, trebuie să te cunoști foarte bine. Brandul personal nu se construiește decât pe realități, altfel nu are cum să dureze. Trebuie să știi care sunt punctele tale slabe și cele puternice și cum să le maximizezi pe cele din urmă. Trebuie să-ți stabilești obiective perceptuale: cum vrei ca ceilalți să vorbească despre tine?

După această etapă, urmează campania de auto-promovare. Cheia în orice campanie de personal branding este să fii cunoscut de publicul tău țintă. Transmite-ți mesajele către ceilalți, fii vizibil, participă la evenimentele industriei, vorbește despre proiectele tale, prezintă-te așa cum vrei să fi perceput, du-te în preajma oamenilor pe care îi ai în vedere, fie că este vorba de angajați, colegi de breaslă sau potențiali angajatori.

Nu în ultimul rând, fii consecvent. Ți-ai ales o imagine personală, ține-te de ea. Schimbările bruște sunt neavenite. Asta nu înseamnă că nu vor exista ajustări pe parcurs, în funcție de context și evoluția pieței. Și brandurile personale, la fel ca toate celelalte, au cicluri de viață, se dezvoltă, se maturizează.

Foarte important: nu te opri când ți-ai construit brandul personal. Întreține-l. Analizează-ți rezultatele. Urmărește trendurile. Reinventează-te.

În final, nu uitați că branduri suntem toți. De la un student care își caută de lucru, până la un PR Director sau un CEO. Tot un brand poate fi și mama mea care își dorește să fie considerată “cea-mai-bună-mamă-din-lume” sau vecinul de scară care vrea să fie “cel-care-știe-tot-ce-se-întâmplă-în-bloc”. Indiferent de obiectiv, există o singură regulă: preia controlul asupra brandului tău, altfel îl vor prelua ceilalți!