

# برندسازی شخصی از سیر تا پیاز



## برندسازی شخصی از سیر تا پیاز

شاید اگر ۵ سال پیش از ما می پرسیدند نام بنیانگذاران برند های بنام ایرانی را بگویید، افراد زیادی را نمی شناختیم. ولی در سال های اخیر با رشد شبکه های اجتماعی و دسترسی آحاد جامعه به رسانه های آنلاین، رفتار خرید مشتریان ایرانی هم تغییر کرده، یعنی اینکه قبل از خرید یک محصول به نام و نشان محصول و بیشتر اوقات به وب سایت آن برند مراجعه می نمایند. به همین ترتیب هر چه شناخت بیشتری از بنیان گذار یک برند داشته باشند تمایل بیشتری برای استفاده از محصول و خدمات آنها دارند.

از طرفی بخاطر **فرهنگ** شفاهی ما ایرانی ها معمولاً ترجیح می دهیم به صورت حضوری و چشم تو چشم یک خرید یا معامله ای را انجام دهیم.

مدیران برندهای بزرگ و کوچک و صاحبان کسب و کار های شخصی هم به این نتیجه رسیده اند که در کارزار **تبلیغاتی** امروز برای حفظ سهم بازار خودشان در برابر رقبای سنتی و رقبای امروزی صرفاً به قدرت برند شرکتی همیشه اکتفا کرد، و باید از ظرفیت **هایبرند شخصی** خودشان هم کمک بگیرند.

حال این برندشخصی چگونه باشد که بتواند مکمل برند کسب و کار شما باشد در ذیل مطالب مفیدی را گردآوری کرده ایم که می تواند به شما دید بهتری بدهد.



### برندسازی شخصی چیست و چه تاثیری بر تداوم کسب و کار دارد؟

بسیاری از مدیران در مورد برندسازی شخصی صحبت کرده‌اند، اما تعداد اندکی از آنها این موضوع را با مدیریت خود تلفیق کرده‌اند و برای درک آن نشان داده‌اند که واقعا می‌خواهند و نیاز دارند که این چنین باشند. دونالد ترامپ به‌عنوان یک مدیر کسب‌وکار، همه عمر خود را صرف برندسازی و فروش بی‌وقفه برند خود و تنظیم کردن آن برند در جهت نیازهای بازار هدفش کرده است. بازار هدف او گسترده است و شامل سرمایه‌گذاران، مخاطبان تلویزیونی و حتی رای‌دهندگان هم می‌شود! او در برندسازی چیره‌دست و ماهر است...



### چه کسانی به برند شخصی نیاز دارند و چگونه می‌توانند به آن دست پیدا کنند؟

برند شخصی به این معنی است که شما چگونه خود را به دنیا معرفی می‌کنید، چگونه تصویر و هویت خود را خلق و حفظ می‌کنید. برند به همان اندازه که درباره‌ی سابقه‌ی فرد است، در رابطه با شغل، تجارت و پیشه‌ی او نیز می‌باشد. اینکه چطور آدمی هستید، علایق شما و هر حقیقت جذاب دیگری را دربرمی‌گیرد. برند شخصی کاری است که انجام می‌دهید، آنچه

که هستید و بالاتراز همه چه کاری برای دیگران انجام می دهید. قرار ملاقات با شخصی، تماس تلفنی، فرستادن ایمیل فعالیت هایی هستند که با وجود آن ها، این فرصت را به دست می آورید که بتوانید برند خود را نشان دهید...



### اصول اولیه در برندسازی شخصی

این روزها مسئله **برند سازی شخصی** یا **Personal Branding** به مسئله قابل بحثی تبدیل شده است. افراد با پروفایل های اجتماعی قوی، اعتماد به نفسی بالا و ایده های ناب می توانند با یک ارائه مناسب به تاثیرگذارانی قهار تبدیل شوند و تغییراتی در زندگی دیگران ایجاد کنند. اگر می خواهید همکاران، شرکا، کارمندان یا خریداران خود را تحت تاثیر قرار دهید، می توانید **روبرندسازی شخصی** سرمایه گذاری کنید. راه اصلی برندسازی شخصی، داستان گویی و روایتگری مناسب است...



## انواع برند شخصی در دنیای کسب و کار

پرسنال برند چیزی فراتر از یک استراتژی بازاریابی است. برند شخصی چگونگی ظاهر شدن شما را در برابر دیگران مشخص می کند و تعیین میکند دیگران باید چه انتظاراتی از شما داشته باشند. یک برند شخصی موفق تأثیر زیادی بر پیشرفت شما دارد و کمک می کند به اهداف شخصی و حرفه ای خود دست پیدا کنید. در این مقاله به معرفی انواع برند شخصی پرداخته ایم تا با شناخت آنها راحت تر بتوانید پرسنال برندینگ خود را بسازید. بهترین نوع برند شخصی برندی است که انعکاسی واقعی از شما ارائه دهد، از مهارت های فعلیتان گرفته تا ارزش های شخصی تان را پوشش دهد...



## چرا ایجاد و ارتقاء برند شخصی برای همه ما ضروری است؟

اینکه بدانید چگونه صدای خودتان را به گوش دیگران در سراسر دنیا برسانید یک مهارت ارزشمند است. چگونه می توان تأثیرگذاری و موفقیت یک برند شخصی را بیشتر کرد؟ این روزها جامعه به سرعت در حال پیشرفت است؛ به طوری که همه چیز از خرید کردن گرفته تا نفوذ اجتماعی به سمت دیجیتال شدن پیش می روند. بنابراین یکی از مهم ترین دارایی های یک شخص می تواند نام تجاری شخصی او باشد. مهم نیست یک دانش آموز ۱۶ ساله باشید یا یک کارمند باتجربه ۴۰ ساله، داشتن یک شخصیت آنلاین به شما اعتبار و هویت می بخشد...



## ۷ روش آسان برای راه ساخت برند شخصی

برخلاف باور عمومی، برندسازی تنها برای راه‌اندازی کسب‌وکار نیست. داشتن برند شخصی، نقش پررنگی در راه رسیدن به موفقیت ایفا می‌کند. این روزها حجم اطلاعات بسیار بالا رفته و رقابت در بازار کار سخت شده است. موفقیت یعنی بتوانید با ساختن برند شخصی خود از رقبا پیشی بگیرید. مهم نیست که کارمند هستید یا شرکت خودتان را راه‌اندازی کرده‌اید؛ مهم این است که شما اولین و تنها برندی هستید که در ذهن دیگران ماندگار می‌شوید. این شما هستید که باید خودتان را بازاریابی کنید نه اینکه منتظر باشید و آرزو کنید که مردم و مشتری‌ها شما را پیدا کنند...



### داشتن برند شخصی قدرتمند چه مزیت‌هایی دارد؟

بباید با حقایق روبرو شویم. داشتن اخلاق کاری خوب است اما کافی نیست. اگر برای برندسازی شخصی خود استراتژی خاصی ندارید فرصت فوق العاده ای را از دست داده اید. در کتاب «من را برند کن»، برند شما تجسم و نوید ارزش تعریف شده است. هر کسی برندی دارد؛ این برند می تواند مثبت یا منفی باشد. خنثی هم که اساساً به چشم نمی آید. اما در اقتصادی که در آن توجه حرف اول را می زند، چگونه می خواهید ارتباطاتی به یاد ماندنی و معنادار برای خود رقم بزنید؟ برندسازی شخصی پلتفرمی برای ارتقای شخصی نیست...



### راهکارهای مفید برای برندسازی شخصی

در دنیای پر از رقابت امروز، نه تنها شرکت ها و سازمان ها می بایست برای ساخت برند خود اهتمام بورزند، بلکه افراد نیز لازم است تا در این زمینه تلاش کنند. برندسازی شخصی یا پرسنال برندینگ، **هنر** ساخت برندی منحصر به فرد برای هر فرد است که اهمیت بسیار زیادی دارد. همانند مباحث قدیمی تر و سنتی تر برندینگ، ساختن برند شخصی یا پرسنال برندینگ نیازمند تعیین تصویری خاص، صدا و لحنی منحصر به فرد و استانداردهایی مشخص است که خوانندگان، طرفداران و مشتریان شما بتوانند آن ها را تشخیص داده و به واسطه آن ها متوجه ارتباط این موارد با شما شوند...



### چه اقداماتی برای تقویت برند شخصی لازم است؟

برندسازی شخصی یکی از مباحث بهروز و بااهمیت دنیای امروز کسب و کار است. ساخت یک برند شخصی خوب نیازمند زمان و انجام برخی اقدامات بهخصوص است. ساختن برند شخصی از نیازهای الزامی فعالان این روزهای دنیای کسب و کار شده است. در دنیایی که مردم هر چیزی را در اینترنت جستجو می‌کنند، افراد نیز باید در نتایج مربوط ظاهر شوند و تلاش کنند بهترین تأثیر را روی مخاطب و مشتری احتمالی بگذارند. ساختن برند شخصی و تبدیل شدن به فردی شناخته‌شده در صنعت، نیازمند فعالیت‌هایی خاص است که در ترکیب با زمان، نتیجه‌ای عالی خواهند داد...

### راه حل سریع برای انجام جایگاه یابی برند شخصی

زمانی که در حال تعریف برند خود هستید، طبیعتاً مرحله بعدی جایگاه یابی است. جایگاه یابی در واقع یک جمع بندی از تمامی مشخصه هایی است که شما برای برندتان انتخاب کرده اید، اگر در حال تعریف برند شخصی باشید در اینصورت جایگاه یابی برند شخصی مطرح می شود. زمانی که در زندگی تان اقدام به تصمیم گیری می کنید، این بیانیه جایگاه یابی است که به عنوان یک راهنما برای شما عمل می کند. جایگاه یابی یکی از اصول بازاریابی است که دارای بیشترین میزان بدفهمی و سو تفاهم است...

### تبلیغات یکی از مهمترین ابزار برای توسعه و پیشرفت برند شخصی



مدرس کارگاه برندسازی شخصی که در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد، تبلیغات را مهم ترین ابزار توسعه برند شخصی عنوان کرد. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان میثم شفیعی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران ضمن بیان این مطلب افزود: برند را می توان از طریق انتشارات، حضور در رویدادها، وب سایت، از طریق اصرار بر روی یک موضوع، رسانه های اجتماعی و ... **تبلیغ** کرد. وی با بیان اینکه به نظر می رسد برند شدن طی کردن بخش عمده ای از راه بازاریابی باشد، گفت: ...

### دلایل مهم برای جایگزین شدن برند شخصی به جای ایجاد رزومه

امروزه افراد بسیار زیادی با استفاده از برند شخصی شان موفق به بهبود کارنامه حرفه ای و کسب و کارشان شده اند. یکی از نمونه های واضح در این زمینه، گری وینچوک، **کارآفرین** و سرمایه دار بلاروسی-آمریکایی، است. در حقیقت امروزه برندسازی شخصی به کانون توجه مردم در سراسر دنیا بدل شده است. اکنون روزهایی که افراد به سادگی پشت میزهای شان به کار مشغول بودند، به آرامی به پایان نزدیک می شود. در عوض دنیا اکنون بسیار باز تر شده است. امروزه مردم مایل به خرید اطلاعات هستند. همچنین آنها قصد شناخت بهتر شما به عنوان فروشنده یا کارآفرین را دارند...

### تغییر مفهوم واقعی برندسازی، وقتی که هر شخص میتواند یک برند باشد

با تغییر معنای برند و **برند سازی**، شرکت های موفق با سهیم کردن مشتریان در واقعیت های خود، ارزش های انسانی را با روندهای تجاری تلفیق می کنند. معنای برند و برندسازی در حال تغییر است. از سال ۲۰۰۷، با توسعه رسانه های اجتماعی به عنوان پایه ای ترین تکنولوژی مؤثر، ایده ای آنچه ما به عنوان برند شخصی می شناختیم (وقتی برندهای این عرصه نام شرکت و محصول خودشان را به هر شیوه ای در گوش مردم فریاد می زدند) کم کم به سمت انسانی شدن مفهوم نام تجاری رفت. الا برندها فراتر از کلمات و تصاویر، تعریفی از افرادی پیشرو بودند که ...

### ۵ نکته مهم در برندسازی شخصی

برندسازی شخصی، باعث دیده شدن شما در حرفه تان می شود. وقتی افراد بسیار زیادی شغل شما را انجام می دهند، باید از دنیای مجازی و دنیای واقعی برای نشان دادن استعدادهایتان استفاده کنید. در هر دقیقه، ۳/۵ میلیون نفر در گوگل جستجو می کنند، ۴۲۵ هزار توییت می فرستند، ۱/۸ میلیون نفر با اسنپ چت پیغام می فرستند و حدود ۷۵۰ هزار دلار خرید آنلاین انجام می دهند. این فناوری ها باعث شده اند که افراد ارتباط بیشتری با هم داشته باشند. شما چطور می توانید مطمئن شوید که افراد شما را به یاد می سپارند و از شما به عنوان یک کارشناس در حوزه شخصی تان یاد می کنند؟ ...

### ساخت یک برند شخصی پیروز در میان تلاطم جنگ سرد و گرم

هرگاه صبحت از برند شخصی یا برندسازی شخصی به میان می آید، ناخودآگاه ما به یاد آرتیست ها یا به قول امروزی ها اینستاگرامی ها می افتیم. امروزه به کمک رسانه های اجتماعی خیلی زود تبدیل به یک شخص معروف می شوند. بماند که

چقدر این معروف شدن هم معنی آن چیزی است که اندیشمندان بازاریابی از آن یاد می کنند. به هر حال چه دوست داشته باشیم و چه دوست نداشته باشیم آدم معروف ها پیشتر با شبکه فیس بوک و این روزها با توئیتر و اینستاگرام برند شخصی خود را راهبری کرده و از فرصت های پیش رو استفاده می کنند...

### **چگونه میتوانیم برند شخصی خود را بررسی و اصلاح نموده و آن را تأثیرگذار و معتبر نماییم؟**

اطرافیان تان در مورد سبک کاری شما چه فکر می کنند؟ چگونه می توانید میزان موفقیت برند شخصی خود را بسنجید؟ برند شخصی شما، تیتر رزومه یا بیزنس کارتان نیست، ولی به هیچ وجه نمی توان اهمیت آن را نادیده گرفت. اگر می خواهید ماهیت برند شخصی خود را درک کنید، با همکاران، شریک، دوستان و آشنایان تان صحبت کنید و ببینید زمانی که از کارکردن کنار شما حرف می زنند، چه واژه هایی به زبان می آورند. همین روش ساده نکته های بسیار جالبی به شما یاد می دهد. به عنوان مثال جوئل پترسون، رئیس شرکت جت بلو، زمانی که با فرزندانش صحبت می کرد، متوجه شد که همه ی آن ها در مورد یک ایده هم عقیده اند...

### **برای انجام برندسازی شخصی موفق، باید شخصیت خود را بازاریابی کنید**

تأثیرگذاران شبکه های اجتماعی، نمود این حقیقت هستند که برندینگ شخصی، فرصت های جدید و شگفت انگیزی را پیش روی زندگی حرفه ای افراد قرار می دهد. وقتی صحبت از برندسازی شخصی می شود، بسیاری از مردم می پرسند چرا باید روی چیزی سرمایه گذاری کنند که بازده آن مشخص و قابل اندازه گیری نیست؟ واقعیت این است که راه هایی برای سنجش موفقیت و بازدهی برندسازی شخصی وجود دارد. همه ی وقتی که در رسانه های اجتماعی صرف می کنید، عکس هایی که به اشتراک می گذارید، توئیتهایی که ارسال می کنید و مقالاتی که می نویسید، سودآوری خود را به شما نشان خواهند داد...