



پرسونال برندینگ چیست؟

پرسونال برندینگ چیست و چطور می توان یک برندینگ شخصی راه اندازی کرد؟

شاید شما هم تا به حال بارها و بارها واژه برندینگ را شنیده باشید و افرادی را به دنبال ساختن برندینگ شخصی هستند را ملاقات کرده باشید. زمانی که از بازاریابی و برندهای تجاری مختلف صحبت می کنیم، در واقع به موفقیت نامی که پشت آن برند قرار گرفته اشاره داریم و اینکه فردی توانسته با پافشاری بر ایده ها و دنباله گیری های خود قدمی در مسیر کار آفرینی بردارد و به موفقیتی نسبی در کسب و کار دست پیدا کند.

ممکن است از خود بپرسید اصلا پرسونال برندینگ چیست و اصلا چطور می توان یک برندینگ شخصی راه اندازی کرد برای ورود به بازار تجارت و کسب و کار و ایجاد یک برندینگ شخصی، قبل از هر چیزی افراد به دانش، مهارت و آشنایی با کنترل برند خود نیاز دارند. گاهی گمان می شود که ایجاد برندینگ شخصی کاری سخت و دور از انتظار برای عموم مردم است، اما باید بدانید که زمانی که دانش و همت کافی برای راه اندازی یک کسب و کار داشته باشید، می تواند تا هر جایی که می خواهید اوج بگیرید و به موفقیت های بزرگی نیز دست پیدا کنید. بهتر است در ادامه این مقاله ما را همراهی کنید تا در وهله اول بدانید که پرسونال برندینگ چیست و در کنار آن با هر آن چیزی که لازم است در مورد برندینگ شخصی بدانید، آشنا شوید.

پرسونال برندینگ چیست؟

پرسونال برندینگ یا برندینگ شخصی، به فرآیند تعیین شخصیت شما برای مخاطبین اشاره دارد که ارتباط دقیقی نیز با ارزش ها، اعتقادات، اهداف و رویکردهای شما دارد. حال برای اینکه دقیقا با مفهوم اینکه پرسونال برندینگ چیست آشنا شوید، لحظه ای به برندهای بزرگ و شناخته شده همچون نایک فکر کنید.

اهدافی که نایک برای برندینگ شخصی خود در نظر گرفت حمایت از ورزشکاران، ارائه محصولاتی با کارایی بالا و همچنین حمایت از مشتریانی است که قصد دارند زندگی فعال و سالمی داشته باشند. زمانی که به تبلیغات برند نایک در مجلات، روزنامه ها، برنامه های تلویزیونی و شبکه های اجتماعی نیز نگاه کنید متوجه می شوید که تمامی این فاکتورها را به عنوان شخصیت این برند مشاهده می کنید.

این موضوع دقیقا همان رویکردی است که هر فرد برای ایجاد برندینگ شخصی به آن نیاز دارد. شاید شما قصد تبلیغات در مجلات و تلویزیون را نداشته باشید اما باید بدانید که برای به وجود آوردن یک برند شخصی باید از طریق این فاکتورها با مخاطب خود ارتباط برقرار کنید و پیام خود را به آن ها برسانید.

در واقع مفهوم اینکه برندینگ شخصی چیست به این موضوع اشاره دارد که شما خود را چگونه به مخاطب نشان می دهید و چه تصویری از خود در ذهن ها ایجاد می کنید. مجموعه ای از مهارت ها، تجربیات و شخصیت ها که قرار است دنیا شما را با این مفاهیم



اداره امور فناوری، تجاری سازی و کار آفرینی

نظاره کند و نگرش، افکار و مقاصد شما را منعکس کند. اینکه برندینگ شخصی چیست نشان می دهد که شما قصد دارید چطور دیده شوید و تجارت شما چه ویژگی متمایزی نیست به سایر برندهای رقیب دارد و این شما را منحصر به فرد می کند.

تعریف اینکه برندینگ شخصی چیست دقیقاً اشاره به نگرش و تصویری دارد که قرار است شما در ذهن مخاطب خود حک کنید تا مخاطبان شما و برندتان را از زاویه ای دیگر ببینند. مسلماً در تصویرسازی و تشکیل این نگرش عوامل متعددی نظیر اهداف و نگاه شما در تشکیل برند، نحوه تصویربرداری رسانه ها از شما و بازخوردهایی که مخاطبین شما در رسانه ها دست به دست خواهند کرد، دخیل خواهند بود.

شاید تا قبل از دیجیتالی شدن دنیا و پیش رفتن همه امور از راه اینترنت، اینکه پرسونال برندینگ چیست، تنها به کارت ویزیتی که هر فرد برای کسب و کارش داشت خلاصه می شد و یا تصویری از برند و چهره تبلیغاتی که بارها و بارها از تلویزیون پخش می شد و صدای و یا آوازی که هر روز از رادیو برای تبلیغ شنیده می شد؛ اما امروزه هر اقدام کوچکی در رسانه های اجتماعی به سرعت در سراسر دنیا پخش می شود و مورد بحث و بازخورد عموم مردم قرار می گیرد و در تصویر برند شما در ذهن عام تأثیر می گذارد.

چرا باید برند شخصی خودتان را راه اندازی کنید!

تا به اینجای مقاله با این موضوع که پرسونال برندینگ چیست تا حدودی آشنا شدید، اما باید بدانید که همه چیز آنقدر هم که به نظر می رسد پیچیده نیست و گاهی افراد بدون آنکه حتی بدانند دست به راه اندازی برندینگ شخصی خود می زنند. زمانی که شما اقدام به نشر یک پست در وبلاگ یا شبکه های اجتماعی تان می کنید و در آن جنبه هایی از شخصیت خود را برای خوانندگان مطرح می کنید، ناخودآگاه برندینگ شخصی خودتان را نیز با همان محتوا انتشار می دهید. ایجاد برندینگ شخصی به شما اجازه می دهد تا بر روی صندلی راننده بنشینید و افکار مخاطب را در مورد خودتان آنطور که دوست دارید هدایت کنید، تا شما و زندگیتان را به آن شکلی که شما دوست دارید ببینند.

قرار نیست مثل شخصیت های سینمایی فیلم بازی کنید و شخصیتی دروغین از خودتان بسازید اما می توانید تنها جنبه هایی از زندگیتان را که دوست دارید به دیگران نشان دهید و دانش و اهداف خودتان را با آن ها در میان بگذارید.

در پرسونال برندینگ شما این فرصت این را دارید تا نقاط قوت و احساسات خود را برجسته کنید و از این طریق ارتباط بهتر و اعتماد برانگیزتری با مخاطبین خود برقرار کنید. دقیقاً شبیه به زمانی که قرار است انتخابات صورت بگیرد. این روال کار است و در تمام دنیا نیز به همین صورت شکل می گیرد که شرکت کنندگان با معرفی خود، علایق، اهداف، برندینگ شخصی که از خود در ذهن مخاطب ایجاد می کنند، بدون اینکه حتی ارتباط نزدیکی با مردم داشته باشند، نظر آن ها را جلب می کنند و رأی به دست می آورند.

اهمیت پرسونال برندینگ!

برای اینکه بدانید اهمیت پرسونال برندینگ چیست و چرا راه اندازی آن برای شما بسیار مؤثر خواهد بود، بهتر است بدانید که برندینگ شخصی شما و محصول و خدماتتان را از همه متمایز می کند، شما می توانید از این طریق دانش، مهارت تخصصی و همچنین محصولات



اداره امور فناوری، تجاری سازی و کار آفرینی

خود را به مخاطبین ارائه دهید و برای مدتی طولانی در ذهن‌ها ماندگار شوید. مهم‌ترین مسأله‌ای که در این میان وجود دارد این است که همه افراد برای اینکه بتوانند محصول و خدمات خود را معرفی کنند و در واقع محصول و یا خدماتی ارائه دهند، در ابتدا باید برندینگ خود را با توجه به اهداف، افکار و رویکردهایشان به معرض نمایش بگذارند و مخاطبین را جذب کنند و با آن‌ها ارتباط و پیوند بالقوه برقرار کنند و بعد محصول و خدماتشان را ارائه دهند.

ایجاد یک برندینگ شخصی نیاز به تأمل و برنامه‌ریزی گسترده دارد. باید فکر کنید و در وهله اول خودتان را بهتر بشناسید و که شاید خیلی از افراد این مرحله از کار را نادیده می‌گیرند، برخی از افراد خود را به گونه‌ای سخت توصیف می‌کنند و برخی بیشتر خودشان را با توجه به اهدافی که در آینده دارند و چیزی که دوست دارند باشند، معرفی می‌کنند که البته معمولاً روش درست و مؤثری نخواهد بود.

اگر هدف اصلی شما از برندسازی شخصی، ایجاد بهبود در کسب و کارتان است، قبل از هر چیزی باید اطمینان حاصل کنید که مشتریان هدفتان را به خوبی شناسایی کرده‌اید، زیرا مهم‌ترین موضوع برای ایجاد برندینگ شخصی این است که برای مخاطب از خود و اهدافتان بگویید و به افراد نشان دهید که دغدغه شما مراقبت و حل مشکلات و مسائل افراد است. بخش مهمی از برندینگ شخصی شما ارائه راه حل مناسب برای حل مشکلات است و نمی‌خواهید با بیان چند جمله کلیشه‌ای تنها مخاطب جذب کنید.

این موضوع را همیشه به یاد داشته باشید که مردم با شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها معامله نمی‌کنند، آن‌ها از افراد و برندهایی خرید می‌کنند که دوست دارند و به آن‌ها حس خوبی دارند. روابطی مبتنی بر اعتماد و پیوندهای متقابل که در برندینگ شخصی نهفته است و بازتابی که هر شرکت از برند خود در ذهن مخاطب ایجاد کرده است باعث ایجاد ارتباط و استفاده از خدمات یا محصولاتشان می‌شود.

در بسیاری از شرکت‌های بزرگ نیز افراد و شخصیت‌هایی هستند که برای پیشبرد این رسالت گماشته شده‌اند و یا برای تبلیغ خود همیشه از چهره‌ای خاص و دوست داشتنی و شناخته شده استفاده می‌کنند و او را به عنوان شخصیت اصلی برند خود معرفی می‌کنند و در مشاغل کوچک این خود شما هستید که باید آن چهره محبوب را از خودتان بسازید و اعتمادها را به سوی خود جلب کنید.

مهم‌ترین مسائلی که در برندینگ شخصی به آن‌ها باید توجه کنید عبارتند از:

۱- شخصیت خود را بسازید

بهتر است همه چیز را از خودتان شروع کنید، زیرا شما منحصر به فردترین کسی هستید که شاید هیچکس دیگری در دنیا شبیه‌تان نباشد. نقاط قوت خود را بشناسید و صفات مثبت شخصیتی خود را همانند دقت، شجاعت، بی‌باکی، سرسختی، برون‌گرایی و درون‌گرایی و هر خصلت دیگر را یادداشت کنید و با خود فکر کنید که کدام خصلت شما می‌تواند برای مخاطبین‌تان جذاب باشد. سعی کنید آن خصوصیات را در خودتان تقویت کنید و نشان دهید با استفاده از آن می‌توانید برندی قدرتمند برای خودتان داشته باشید.



۲- به خودتان به عنوان یک برند ایمان داشته باشید

بسیاری از متخصصان و صاحبان برند حتی به خودشان برای انتخاب نام برند زحمت نمی دهند و خودشان را به عنوان یک برند نمی بینند. بهتر است با خودتان صادق باشید و بدانید زمانی که قرار است چیزی عرضه کنید و یا عقاید و افکارتان را با دیگران در میان بگذارید، پس شما یک برندینگ شخصی دارید و باید به این موضوع ایمان داشته باشید.

۳- خودتان را با همه کاستی ها و قوت ها بپذیرید

شما هم همانند هر انسان دیگری نقاط قوت و ضعفی دارید و اگر بخواهید برندی را به بازار ارائه دهید، باید قبل از هر چیز خودتان را همانگونه که هستید بپذیرید و حتی از بیان نقاط ضعف خود نترسید. البته لازم نیست همه مسائل خصوصی زندگی خودتان را بازگو کنید اما باید بتوانید نسبت به چیزی که نمی دانید صادق باشید و قبول کنید همه انسان ها همین گونه هستند و ممکن است در مورد خیلی از چیزها بی اطلاع باشند.

۴- وب سایت خودتان را راه اندازی کنید

داشتن یک برندینگ شخصی در کنار معرفی خوب و کاربردی به مخاطب امکان پذیر است. بهتر است برای خود وب سایت بزنید و از این بستر شخصی برای ارائه محصولات، خدمات و ارتباطات خود با مخاطبانتان استفاده کنید.

۵- برای اشتراک پست یا مطلب، اهداف خود را به خوبی تعیین کنید

شاید تا به حال متوجه شده باشید که برندینگ شخصی چیست، اما هیچگاه فراموش نکنید که برای اینکه در کارتان موفق شوید نیاز به برنامه ریزی حتی برای کوچک ترین کارهایتان دارید. برای هر پستی که قرار است با مخاطبینتان در میان بگذارید، باید هدف داشته باشید و فراموش نکنید که اگر مخاطبین را از خودتان ناامید کنید، ممکن است آن ها هیچ گاه دیگر به برند شما برنگردند و گمان کنند که شما هیچ مزیتی نسبت به رقبایتان ندارید و چیز مهمی برای ارائه کردن ندارید.

به یاد داشته باشید...

پرسونال برندینگ یک شبه و به سرعت به وجود نمی آید و باید برای این هدف برنامه ریزی و هدف گذاری گسترده داشته باشید و اطلاعات و پیامی ارزشمند به مخاطب ارائه دهید و در کنار آن خودتان و برندتان را به گونه ای برای آن ها معرفی کنید که خوشایند و اعتماد برانگیز باشد.