

Zapamtite, prosjek nikada ne pobjeđuje. I stoga kojim god putem krenuli i poslovnim vodama plovili ostanite vjerni sebi i svojem brandu

Personal branding

Vaš personal brand je vaše obećanje vrijednosti. To vas čini posebnima, jedinstvenima, te vas izdvaja od vaših kolega i konkurencije. Štoviše omogućuje vam da širite svoj profesionalni uspjeh. Personal branding se ne vrti oko izgradnje posebnog imidža za vanjski svijet. Naprotiv, personal branding odbacuje sve naše lažne maske te se fokusira na razumijevanje osobne jedinstvene kombinacije racionalnih, emotivnih i duhovnih atributa - vaših snaga, vještina, vrijednosti i strasti - te korištenje istih kako bi se izdvojili iz gomile i ostali dosljedni sebi

Što je personal branding?

Još od samih početaka industrijalizacije, koncept branding koristio se s namjerom da se uspostave i razviju snažne i dugotrajne veze sa kupcima. Danas koncept branding prelazi prvobitne lokalne okvire nudeći te iste vrijednosti kupcima, ali sada na globalnoj višeslojnoj razini. Tako se npr. Volvo izdvaja iz mase proizvođača automobila svojom ponudom vrhunske sigurnost u vožnji dok se IKEA nametnula kao standard za relativno jeftin no ujedno i kvalitetan namještaj.

No branding se više ne odnosi samo na tvrtke ili proizvode. Znanje, internet i educirani individualci su tetrapogon new age ekonomije. Versace, Mc Donald's, Glumičić, Maxim Mrvica, Messi i Bill Clinton - oni su brand. Nadasve uspješni osobni brandovi.

Stoga je danas personal branding neophodan za profesionalni uspjeh.



Renato Librić, B. sc.
renato@zenconsulting.biz

Davno su prošli dani kada se vaša vrijednost kao zaposlenika povezivala sa lojalnošću i predanošću. Danas su ljudi predani i lojalni isključivo sebi. Pogledamo li samo poslovno okruženje u kojem svakodnevno egzistiramo uvidjet ćemo da su tvrtke u konstantnom stanju reorganizacije kako bi bile u mogućnosti rapidno odgovoriti na promjenljive prohtjeve tržišta. Taj nametnuti tempo modificira i način na koji se ponašate kao zaposlenici, gotovo na dnevnoj bazi mijenjate timove, managere, tvrtke, i klijente s kojima radite. U biti, vi ste tvrtka u malom - morate njegovati i unapređivati svoj imidž, reputaciju i poziciju na tržištu.

To znači da imate potrebu istaknuti i razlikovati se u masi istih izgradnjom personal branda koji će vam pomoći da zauzmete i učvrstite poziciju na tržištu.

Personal branding je proces koji traje tokom cijelog vašeg života, fokusira se na vaš duh, životnu svrhu i prirodni ritam vašeg bića. On vas izgrađuje i pomaže vam da ot-

krijete tko ste, što vam je namijenjeno da postanete i koja je vaša svrha (osobna i poslovna) u ovome svijetu.

“Treba stvoriti osobni brand i živjeti ga punim plućima”, kaže Goran Radman predsjednik Microsofta za jugoistočnu Europu i član Nacionalnog vijeća za konkurentnost. Te dodaje; “Osobni branding nije aktivnost kojom rezultate postizemo preko noći. Stvaranje uspješnog branda je zahtjevan i složen posao, te iziskuje strpljiv i predan rad pojedinca tijekom dugog razdoblja.”

Koji su domaći primjeri uspješnog personal brandinga?

Definitivno među hrvatskim managerima pojedincima koji su ostali dosljedni sebi i na tome izgradili prepoznatljiv brand. Kao dobar primjer

SAVJETI poslovnog savjetnika

Kako kreirati uspješan personal brand?

1. Prepoznajte vaš brand - svaki biznis je šoubiznis

- a) **Dodajte vašem brandu sadržaj.** Prije nego što uopće možete jasno opisati vaš osobni brand bitno je da definirate vašu viziju i svrhu. Vaša vizija je eksterna. Ona predstavlja srž vaših mogućnosti u profesionalnom svijetu. Vaša svrha je interna. Ona predstavlja način na koji podupirete vašu eksternu viziju. Kao što je Gandhi rekao, "Sami moramo biti promjena koju želimo vidjeti u svijetu."
- b) **Upoznajte sebe.** Uspješan personal brand je autentičan. Dakle, za početak je važno upoznati sebe prije nego što uopće možete započeti s izgradnjom uspješnog osobnog branda.
- c) **Upoznajte svoje konkurente.** Kao ćete se istaknuti ako ne poznajete svoje poslovno okruženje? Drugim riječima analizirate protiv koga se doista natječete. Bacite još jednom pogled na vaše ciljeve, a onda pomno proučite i ciljeve vaše konkurencije, pa ih međusobno parirajte.
- d) **Upoznajte svoju ciljanu skupinu.** Kako bi ste bili uspješni nije dovoljno imati samo personal brand. Ključ personal brandinga je fokus, dosljednost, upornost i iskrenost naspram samih sebe i drugih.

2. Izrazite se - svjetla pozornice uperena su u vas

- a) **Opišite srž vašeg personal branda.** Napravite listu svojih brand atributa, kreirajte svoj jedinstveni brand kao i svoj osobni slogan.
- b) **Označite sve što radite svojim personal brandom.** Bilo da održavate prezentaciju, sudjelujete na sastanku ili pišete izvještaj, nikada ne smijete zaboraviti na vaš personal brand. Sve što radite začinite svojim unikatnim stilom.
- c) **Živite svoj personal brand.** Preispitajte sve što činite, način na koji se oblačite, način na koji komunicirate itd. Da li su konzistentni sa vašim personal brandom? Sve mora odražavati i komunicirati vaš personal brand.

3. Evoluirajte - uništite kako bi ste stvarali

Kako bi ostali fokusirani na svoju ciljanu skupinu svi snažni brandovi evoluiraju s vremenom. Tako morate i vi. Npr. papa Ivan Pavao II je u sumrak milenija godine gospodnje 1999. objavio CD pod nazivom *Abbá Pater* na kojem pjeva tradicionalne molitve u rap stilu i to samo kako bi se približio svojoj ciljanoj skupini. Impresivno. I dok neki briju glave, nose crna odijela i savjetuju Billa Gates koje poslovne poteze treba činiti ove godine, drugi pak nose monotona klasična odijela, uširkane bijele košulje i jedina osoba koju savjetuju jest njihov susjed o tome kako je bolje ulagati u investicijske fondove, a ne polagati svoj mukotrno stečen novac u banke. Jedni su se odlučili za autentičnost, a drugi za prosječnost.

naveo bih Sinišu Glumičića, estetskog kirurga koji je od svog personal branda stvorio unosan posao. Snažne i upečatljive brandove od svojeg

osobnog imidža kreirali su i jedni od naši najuspješnijih menagera Todorić, Čović, Marinac i Tedeschi.

Ako već niste počeli kreirati svoj

personal brand sada je krajnje vrijeme jer će vas mlada i nemilosrdna konkurencija u tome prestići.



paauza!
najbolji dio radnog dana!

Provedite pauzu za ručak u
McDonald'su ... i vratite se
na posao veseliji!

