



در این مقاله دکتر علیرضا آزمندیان فردی که سال‌ها به‌عنوان استراتژیست در برندسازی شخصی آموزش می‌دهد، شما را با مطالب زیر آشنا می‌کند:

پرسونال برندینگ یا برندسازی شخصی به چه معناست؟
داشتن برند شخصی عالی چه دستاوردهایی برای افراد دارد؟
چگونه می‌توان یک برند شخصی قوی بسازیم؟
۱- تعریف پرسونال برندینگ:

درواقع پرسونال برندینگ را می‌توان تصویر فرد در اذهان عمومی نامید. اینکه دیگران ما را چگونه به هم معرفی می‌کنند نشان‌دهنده این تصویر و ذهنیت است. اینکه ما چگونه در نظر دیگران دیده می‌شویم و یا می‌خواهیم چه تصویری از ما در ذهن دیگران نقش ببندد به توانایی ما در ساخت و تقویت برند شخصی مربوط می‌شود.

دو نوع انسان در این جهان زندگی می‌کنند:

۱- انسان‌هایی که خود را در جهت منافع دیگران به کار می‌گیرند.

۲- انسان‌هایی که دیگران را برای منافع خود به کار می‌گیرند.

واقعیت این است که برای مردم مهم نیست که تو کیستی و چقدر می‌دانی، بلکه برای آن‌ها این مهم است که چقدر شما به آن‌ها اهمیت می‌دهی و به منافع آن‌ها فکر می‌کنی. این اصل مبنای بسیار مهمی در مقوله پرسونال برندینگ و یا برندسازی شخصی است. زیرا اینکه شما چگونه انسانی هستی و به منافع دیگران چقدر اهمیت می‌دهی، برمی‌گردد به برند شخصی شما که این برند چگونه و بر اساس چه اصولی ساخته شده است.

۲- داشتن یک برند قوی و قدرتمند، سه خاصیت مهم برای شما دارد:

۱- شما بیشتر برنده می‌شوید و مشهور و محبوب می‌شوید.

وقتی شما به‌عنوان یک برند و فرد صاحب‌نظر شناخته می‌شوید افراد شما را به یکدیگر معرفی می‌کنند و به شهرت بالایی دست پیدا می‌کنید و اگر این شهرت به خوبی انجام شود به محبوبیت بالاتری خواهید رسید. همواره فرد مشهور و محبوب در زندگی خود دستاوردهای بیشتری کسب خواهد کرد.

۲- شما انسان‌های بیشتری را هدایت و رهبری می‌کنید.

وقتی که افراد جامعه شما را به‌عنوان یک فرد عالی در رشته خود می‌شناسند بیشتر به حرف‌های شما، آموزه‌های شما و راهکارهای شما اعتماد می‌کنند و از آن‌ها تبعیت می‌کنند و در زندگی خود به کار می‌برند و اجرا می‌کنند. در نتیجه شما در زندگی دیگران فردی منشا‌آثر و راهنما خواهید شد.

۳- شما بیشتر به منافع مالی می‌رسید.

فرد برند، مشهور و محبوب همواره گزینه اول افراد جامعه برای مراودات مالی و کاری خواهد بود و جامعه نفع بالایی به این افراد می‌رساند.

خودآگاهی Self-Awareness

خودآگاهی، یعنی که تو در هر لحظه بدانی که تو کیستی و چه جایگاهی در میان مردم داری و مردم تو را چگونه می‌بینند!

اگر فکر می‌کنی آنی که هستی، همان نیست که مردم می‌دانند، آنگاه از دوستان و نزدیکان خود سؤال کن که آن‌ها به‌عنوان یک دوست یا همکار و یا فامیل از تو چه تلقی و برداشتی دارند. اگر اظهار نظر دیگران با احساس خودت نسبت به خودت مغایرت دارد، پس بدان که نتوانستی یک برند شخصی خوبی از خودت بسازی و شخصیت خود را به‌درستی در معرض تماشای انسان‌ها قرار بدهی.

خیلی خوب است که مردم، قصه یا story شما را بدانند تا بهتر با شما ارتباط برقرار کنند. خیلی زیباست وقتی که مردم شما را به زیبایی بشناسند و با شما معامله کنند، تعامل کنند، معاشقه کنند و روی شما سرمایه‌گذاری کنند و از شما خرید کنند.

توجه

مردم باید به شما توجه کنند (Attention) تا شما در کار و زندگی خود موفق شوید. لذا شما باید بدانید که چه منفعتی را به انسان‌ها پیشنهاد و عرضه می‌کنید و دیگران از بودن با شما چه خیری عایدشان می‌شود. پس شما باید به‌عنوان یک استراتژی مهم موفقیت در کار و زندگی‌تان، یک برند شخصی قوی و جذاب از خود بسازید و به‌عنوان یک چهره محبوب و مطلوب در میان مردم بدرخشید.

اعتماد:

در ساختن برند شخصی، اعتماد مردم و اعتبار شما بسیار مهم است. پس شما به نیازهای مردم بیندیشید و نیازهای آنان را تأمین کنید و حس خوبی در دیگران ایجاد کنید. اینک با چنین فلسفه و رویکردی، قلم در دست بگیرید و بنویسید:

" شما چه خدمتی می‌توانید به بشریت و مردم بکنید که اگر در این کار مهارت لازم را کسب کنید و عمل کنید، بهترین برند شخصی را از خود خواهید ساخت و مورد توجه مردم قرار خواهید گرفت؟! "

بامطالعه سلسله مقالات پیرامون برندسازی شخصی، می‌توانید اطلاعات و دانش خوبی پیرامون این موضوع پیدا کنید و از خودتان یک برند شخصی زیبا بسازید و در کسب‌وکار و زندگی خود بدرخشید. ادامه این مباحث را در مقاله‌های بعدی پیرامون پرسونال برندینگ دنبال کنید.