

برندسازی شخصی یا پرسونال برندینگ چیست؟

۴ اقدام حیاتی که برای برندسازی شخصی به آن نیاز دارید



زندگی برخی از افراد، سراسر زیبایی است. تعبیر من از برندسازی شخصی یک زندگی زیبا به همراه خلق زیبایی برای دیگران است. یک زندگی که از تمامی لحظات آن لذت می‌برید و دوستان، خانواده، همکاران و هواداران شما هم از کنار شما بودن و از شما شنیدن لذت می‌برند. البته ممکن است افرادی هم منتقد شما باشند و یا از موفقیت‌های شما ناراحت شوند.

اگر نگاه ایده‌آل‌گرا به برندسازی شخصی داشته باشیم ممکن است هیچ‌وقت به دنبال آن نرویم. برندسازی شخصی صرفاً متعلق به هنرپیشه‌ها، خوانندگان، ورزشکاران و سیاستمداران نیست. لازم نیست کل مردم ایران یا کل دنیا شما را بشناسند. فقط لازم است افرادی که به مهارت‌های شما نیاز دارند شما را بشناسند و قبول داشته باشند. همچنین لازم نیست ابتدا به شخص فوق حرفه‌ای و بسیار موفق در حوزه خود تبدیل شوید و سپس اقدام به برندسازی شخصی کنید. از نظر من، تنها اگر به مرحله خوبی از خودشناسی برسید می‌توانید برندسازی شخصی را آغاز کنید. بنابراین شروع برندسازی شخصی، پیش‌شرط خاصی ندارد فقط باید قبل از اقدامات اجرایی، به درک

و شناخت خوبی از علایق، استعدادها و توانایی‌های خود برسید.

از نظر من برندسازی شخصی یک مقصد نیست. رسیدن به نقطه اوج موفقیت و شهرت نیست. بلکه یک مسیر است. یک مسیر برای پیمودن زندگی به شیوه درست. یک سبک زندگی است که شما این توانایی را پیدا می‌کنید که هم به کار موردعلاقه خود پردازید و هم در این کار موفق شده و کسب درآمد و شهرت کنید.

بسیاری از مردم از این سبک زندگی می‌ترسند. به دلیل اینکه فکر می‌کنند اگر به کار موردعلاقه خود پردازند نمی‌توانند درآمد کافی کسب کنند. من این جمله شکسپیر را خیلی دوست دارم. او می‌گوید تردیدها به ما خیانت می‌کنند. گاهی اوقات ما تردید داریم که به کار موردعلاقه خود پردازیم. چون می‌ترسیم.

تابه حال به ریشه این ترس‌ها و تردیدها فکر کرده‌اید؟ شاید یکی از دلایل آن این باشد که افرادی را دیده‌ایم که به این مسیر رفته‌اند و شکست خورده‌اند. بله درست است. هر فردی که به دنبال کار موردعلاقه‌اش برود صرفاً پیروز و موفق نمی‌شود. ممکن است حتی به شدت شکست بخورد. به دلیل اینکه قواعد کار را نمی‌داند. اگر ما قواعد برندسازی شخصی را ندانیم شکست می‌خوریم.

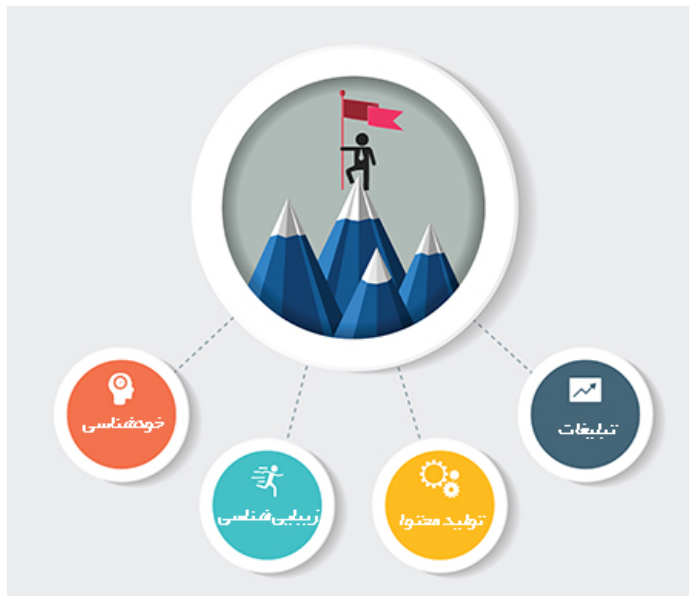
برندسازی شخصی از زمانی شروع نمی‌شود که شما تصمیم می‌گیرید کاری که به آن علاقه ندارید را رها کنید و به کار موردعلاقه خود پردازید. مسیر توسعه برند شخصی از زمانی شروع می‌شود که شما ذهن خود را نسبت به شیوه زندگی‌تان تغییر می‌دهید. ممکن است اگر امروز دیدگاهتان را نسبت به سبک زندگی‌تان عوض کنید، تغییرات زندگی شما از چند سال

بعد آغاز شود، اما ذهن شما از همین امروز شروع به توسعه برند شخصی شما کرده است. بنابراین من دوست دارم به برندسازی شخصی بیشتر به عنوان یک فلسفه ذهنی نگاه کنید تا انجام یک سری اقدامات اجرایی. زمانی که نگاه خود را به زندگی تغییر دهید، فعالیتها و اقدامات شما نیز به مرور تغییر می‌کنند.

یکی از اصول جدایی‌ناپذیر برندسازی شخصی تعهد است. تعهد به ذهنیتی که دیگران از ما دارند. ما اجازه نداریم در خلوت خودمان، خلاف تصور ذهنی‌ای که دیگران از ما دارند عمل کنیم. نفاق و دورویی به هیچ وجه پذیرفته نیست. اصلاً نیازی نیست طوری خودمان را نشان دهیم که همه مردم ذهنیت خوبی از ما داشته باشند. فقط کافی است صفات خود و استعدادهای خودمان را پیدا کنیم و آنها را پرورش دهیم. در برندسازی شخصی توجه بیش اندازه به نقاط ضعفمان اهمیت چندانی ندارد. قرار نیست ما در همه زمینه‌ها خوب باشیم.

چیزی که برند شخصی شما را زیبا و باورپذیر و اصیل می‌کند هارمونی است. کلام شما، رفتار شما، ظاهر و لباس شما و سبک زندگی شما باید با یکدیگر در هارمونی و هماهنگی کامل باشند. هر اندازه که تناقض در شما بیشتر باشد، اصالت برند شخصی شما کاهش می‌یابد.

ساخت برند شخصی قوی موضوعی نیست که در یک مقاله بتوان آن را توضیح داد. بنابراین من برنامه دارم که طی چندین سال در مورد این موضوع صحبت کنم. اما برای شروع کار با ۴ قاعده مهم جهت برندسازی شخصی آشنا می‌شویم:



ستون اول: خودشناسی و کسب مهارت

اکثر افراد مهارت خاصی ندارند که آن‌ها را نسبت به دیگران متمایز کند. اگر شما این مهارت خاص را دارید پس ستون اول ساختمان برند شخصی شما محکم بنا شده است. اگر شما مهارت متمایزکننده خاصی نسبت به دیگران ندارید بهتر است از همین امروز دست‌به‌کار شوید.

اگر از همین لحظه دست‌به‌کار شده‌اید مطمئناً این سؤال بزرگ ذهن شما را درگیر کرده است!

”من در چه زمینه‌ای باید مهارت خود را توسعه بدهم.“

این جمله اشتباه بزرگی است که بسیاری از افراد مرتکب آن می‌شوند. مراقب باشید شما در دام این اشتباه بزرگ نیفتید. بسیاری از افراد وقتی می‌خواهند یک مهارت خاص را پیدا کرده و در آن زمینه خود را پرورش دهند، این سؤالات به ذهنشان می‌آید:

چه مهارتی درآمذزایی بیشتری دارد؟

چه مهارتی کلاس اجتماعی بالاتری دارد؟

کسب چه مهارتی ریسک کمتری دارد؟ (یعنی آزمایش خود را پس داده و هر فردی آن مهارت را کسب کرده موفق شده است)

چه مهارتی را سریع‌تر می‌توان کسب کرد؟

اشتباه این افراد چیست؟ چرا با این طرز فکر موفق نمی‌شوند؟ این افراد به‌جای اینکه به توانایی‌های درونی خود نگاه کنند مدام به این موضوع فکر می‌کنند که دیگران چگونه موفق شده‌اند.

اگر دیگران در زمینه خاصی موفق شده‌اند حتماً استعداد و علاقه زیادی نسبت به آن داشته‌اند. اگر شما در زمینه‌ای استعداد ندارید و وارد جنگ با افرادی شوید که استعداد زیادی در آن زمینه دارند، قطعاً شکست می‌خورید و هیچ‌گاه نمی‌توانید متمایز شوید. زیرا کاری که آن‌ها در یک روز انجام می‌دهند شما به دلیل برخورداری از استعداد کمتر، اگر خیلی به خودتان سختی دهید حداکثر در ۳ روز می‌توانید انجام دهید. پس همیشه از رقبای بااستعداد خود عقب هستید.

چگونه اولین گام توسعه برند شخصی‌ام را محکم بردارم؟

جواب سوال شما خودشناسی است. بجای اینکه به بیرون نگاه کنید و به دنبال این بگردید که دیگران از چه طریقی موفق شده‌اند، بهتر است به درون خود نگاه کنید. با توجه به شناختی که نسبت به خود دارید بررسی کنید در چه زمینه‌هایی استعداد دارید و به انجام چه کارهایی علاقه‌مند هستید.

سؤال اول: از کجا بفهمم در زمینه‌ای استعداد دارم؟

به گذشته خود نگاه کنید و ببینید چه کاری را بهتر و راحت‌تر و سریع‌تر از دیگران انجام داده‌اید. اگر چیزی به ذهنتان رسید، قطعاً استعداد شما در آن زمینه از دیگران بیشتر است. پس زمان را از دست ندهید و هرروز در زمینه‌ای که استعداد دارید تمرین کنید و مهارت خود را افزایش دهید.

سؤال دوم: اگر استعداد خودم را پیدا نکردم چه کار کنم؟

به این فکر کنید که به چه کاری علاقه دارید. ممکن است موضوعی را پیدا نکنید که در آن بهتر، راحت‌تر و سریع‌تر از دیگران عمل می‌کنید. اما جای نگرانی نیست. به این فکر کنید که چه کاری را با شور و شوق و علاقه انجام می‌دهید. دست‌به‌کار شوید و در زمینه‌ی موردعلاقه خود مهارت کسب کنید. شاید بعداً متوجه شوید که در این زمینه استعداد شما نیز نسبت به دیگران بیشتر است.

سؤال سوم: اگر به هیچ زمینه‌ای علاقه نداشته‌ام چه کار کنم؟

به این فکر کنید که انجام چه کارهایی برای شما خسته‌کننده است. چه کارهایی را با اکراه انجام می‌دهید. در انجام چه فعالیت‌هایی زمان برای شما دیر می‌گذرد و دوست دارید هر چه زودتر از انجام آن کار خلاص شوید. برای تمامی این کارهای خسته‌کننده، لیست سیاه تهیه کنید و وقتی که تصمیم گرفتید مهارتی را در خود پرورش دهید، بررسی کنید که آن مهارت جزو لیست سیاه شما نباشد. جای نگرانی نیست. فقط کاری را انجام دهید که جزو لیست سیاه شما نیست. مطمئن باشید پس از کمی پیشرفت علاقه شما در آن زمینه بیشتر می‌شود و ممکن است نشانه‌هایی

از استعداد و نبوغ را نیز پس از مدتی، در آن زمینه در خود ببینید.

ستون دوم: زیبایی‌شناسی

شما هم جزو افرادی هستید که فکر می‌کنند اگر در یک زمینه متخصص می‌شوند به کامیابی می‌رسند؟

به نظر من شما باهوش‌تر هستید چون قطعاً افراد متخصص زیادی را دیده‌اید که به ثروت و شهرت و کامیابی نرسیده‌اند.

چرا برخی از افراد متخصص رستگار نمی‌شوند؟

به دلیل اینکه فکر می‌کنند به جای ۴ ستون، می‌توانند ساختمان برند شخصی خود را تنها روی یک ستون بنا کنند. داشتن مهارت و تخصص تنها نقش یک ستون را ایفا می‌کند و اگر به موارد دیگر توجه نکنید برند شخصی شما فرومی‌ریزد.

یک فرد متخصص برای جلوگیری از فروپاشی برند شخصی خود در گام بعدی چه کاری باید انجام دهد؟

یک فرد متخصص باید علم زیبایی‌شناسی را یاد بگیرد و به آن توجه کند. یک فرد متخصص باید زیبا حرف بزند، زیبا لباس بپوشد، زیبا رفتار کند و اگر محصول یا خدماتی ارائه می‌دهد، به زیباتر شدن آن فکر کند.

صورت زیبای ظاهر هیچ نیست ای برادر سیرت زیبا بیار

من هم کاملاً با این کلام سعدی موافقم. در واقع اگر باطن شما خوب نباشد هر اندازه که به ظاهر خود توجه کنید ارزشی ندارد. ویژگی مشترک تمامی افراد کلاه‌بردار این است که ظاهر خوبی دارند اما باطن خوبی ندارند.

سؤال اصلی در برندسازی شخصی این است که اگر ما فردی بسیار متخصص با خصوصیات اخلاقی خوب بودیم آیا لازم است که به امور ظاهری پردازیم؟
جواب: قطعاً لازم است.

چه منصفانه باشد چه نباشد، در برخوردهای اولیه، افراد بر اساس ظاهر و نحوه لباس پوشیدن و صحبت کردن ما در باره‌مان قضاوت می‌کنند.

خصوصیات اخلاقی و رفتاری ما در بلندمدت برای دیگران آشکار می‌شود اما در برخوردهای اولیه، ظاهر زیبا و آراسته ما باعث ایجاد ذهنیت مثبت در دیگران می‌شود. اگر در برخوردهای اولیه تأثیر خوبی روی دیگران نگذاریم، بسیاری از فرصت‌های خوبی که در آینده ممکن است برای ما پیش بیاید، از بین می‌روند.

ستون سوم: تولید و انتشار محتوای تخصصی



فرض کنید شما فردی بسیار متخصص و حرفه‌ای هستید و به زیبایی ظاهر خود نیز اهمیت می‌دهید اما فقط مدیر شما از توانایی‌هایتان اطلاع دارد. به نظر شما چه سرنوشتی در انتظار شماست؟ بگذارید من جواب این سؤال را بدهم: بدون

اینکه به آرزوهای خود برسید روزی فرامی‌رسد که در گمنامی خواهید مرد. اگر حافظ، اشعاری که به ذهنش می‌رسید تنها برای همسر خود بازگو می‌کرد و اقدامی برای جمع‌آوری و انتشار آن انجام نمی‌داد، قطعاً در گمنامی چشم از دنیا فرومی‌بست.

از همین امروز در هر زمینه‌ای که تخصص دارید محتوا تولید کنید. این محتوا می‌تواند به صورت متن، صوت، ویدئو، عکس و یا اینفوگرافیک باشد. سپس دانش خود را در وبسایت و یا رسانه‌های اجتماعی از قبیل اینستاگرام، لینکداین، فیس‌بوک و ... منتشر کنید.

به راهکارهایی فکر کنید که می‌توانید با استفاده از آن‌ها مهارت‌های خود را به دیگران معرفی کنید. اگر این کار را به خوبی انجام دهید، به شکل معجزه‌آسایی فرصت‌های طلایی خود را به شما نشان خواهند داد.

سؤال: زمینه کاری من کاملاً تخصصی است در حالی که صفحات و اینستاگرام و فیس‌بوک من برای ارتباط با دوستان و خانواده‌ام است. مطالب تخصصی خود را چگونه منتشر کنم؟

اگر در یک صنعت خاص فعالیت می‌کنید و تولید محتوا در زمینه تخصصی‌تان برای عموم مردم کاربرد ندارد، اقدامات زیر را جهت انتشار دانش خود به‌کارگیرید:

اقدام اول: یک وبسایت شخصی طراحی کنید. برای این کار لازم نیست هزینه بالایی بپردازید! یک‌هاست و یک دامین خریداری می‌کنید و از شرکت ارائه‌دهنده‌هاست می‌خواهید که وردپرس را بر روی‌هاست شما نصب کند. پس از آن قادر هستید به راحتی مطالب خود را بر روی سایت شخصی‌تان آپلود کنید.

اقدام دوم: اگر عضو شبکه لینکداین نیستید، ابتدا در این سایت عضو شوید: www.Linkedin.com این سایت جهت برقراری ارتباط با دیگران در فضای کسب و کار طراحی شده است. می‌توانید حوزه تخصصی خود را در قسمت جست‌وجوی سایت وارد کنید تا موتور جستجوی آن تمامی افرادی که در این سایت عضو هستند و در حوزه تخصصی شما فعالیت می‌کنند را به شما نشان دهد. سپس می‌توانید با این افراد ارتباط گرفته و مطالب تخصصی خود را برای آن‌ها ارسال کنید تا با توانایی‌های شما آشنا شوند. هر اندازه افراد بیشتری از توانایی‌های شما مطلع باشند، شانس موفقیتتان بیشتر می‌شود.

ستون چهارم: بازاریابی و تبلیغات

برای برندسازی شخصی قدرتمند باید چهار ستون آن محکم باشد.

فرض کنید در زمینه تخصصی‌تان کاملاً حرفه‌ای هستید، در برخوردهای اولیه تأثیر بسیار خوبی روی دیگران می‌گذارید و دانش خود را نیز به‌طور مرتب برای علاقه‌مندان منتشر می‌کنید؛ اما این موارد تضمینی برای موفقیت شما نیستند! به این دلیل که یکی از چرخ‌های ماشین برندینگ شخصی شما پنجر است. وقتی یکی از چرخ‌های اتومبیل پنجر باشد، حرکت اتومبیل بسیار کند می‌شود. وقتی شما بازاریابی و تبلیغات برای برند شخصی خود انجام ندهید، روند موفقیت شما بسیار کند خواهد بود.

چگونه در زمینه برند سازی شخصی بازاریابی انجام دهیم؟

قدم اول در بازاریابی، تحقیقات بازار است. افراد موفق در زمینه تخصصی خود را پیدا کنید. این افراد رقبای اصلی شما هستند. پس از مشخص کردن رقا به تحلیل هریک از آن‌ها بپردازید تا بفهمید نقاط ضعف و قوت

آنان در چیست. سپس فصل مشترک نقاط ضعف رقبای خود را پیدا کنید و تلاش کنید در آن زمینه قدرتمند شوید. با این کار می‌توانید نسبت به رقبای خود متمایز شوید. اگر نسبت به همتایان خود مزیت رقابتی نداشته باشید، تبدیل شدن به یک برند شخصی ممتاز، ممکن است غیرممکن باشد.

چگونه در زمینه برندسازی شخصی تبلیغات انجام دهیم؟



خجالت را کنار بگذارید و قدم اول را بردارید. در مورد توانایی‌های خود با دیگران صحبت کنید. منتظر نباشید که دیگران برای شما تبلیغ کنند. این باور اشتباه که تعریف از خود نشانه خودپسندی است را فراموش کنید. اگر اعتماد به نفس لازم را نداشته باشید که در مورد توانایی‌هایتان صحبت کنید، دیگران به شما اعتماد نخواهند کرد. حتی ممکن است از قابلیت‌های فردی شما مطلع نشوند.

برای برندسازی شخصی خود پول خرج کنید.

برای اینکه افراد زیادی شما را بشناسند باید برای تبلیغات خود هزینه کنید.

چند روش تبلیغاتی برای توسعه ارتباطات با دیگران:

– اگر وبسایت دارید و مطالب تخصصی را در آن منتشر می‌کنید، از سامانه ایمیل مارکتینگ برای اطلاع‌رسانی به افراد در حوزه خود استفاده کنید.

- با پرداخت هزینه تبلیغات به گوگل در سامانه گوگل ادوردز، کلیدواژه‌های مرتبط با تخصص خود را تعریف کنید تا در صدر نتایج جستجو نمایش داده شوید.

- با پرداخت هزینه جهت SEO وبسایت، مطالب وبسایت را برای موتورهای جستجو بهینه‌سازی کنید و در صدر نتایج جستجو، نمایش داده شوید.

- در مجلات تخصصی، مهارت خود را تبلیغ کنید.

- با فعال کردن عضویت پولی در لینکداین، می‌توانید به شکل بهتری با افراد متخصص حوزه خود ارتباط برقرار کنید و حتی به افرادی که شما را نمی‌شناسند و در شبکه ارتباطی شما نیستند ایمیل ارسال کنید.

با تقویت ۴ ستون برند شخصی خود می‌توانید به سرعت به موفقیت برسید؛ البته لازم است کمی صبور باشید. پروسه برندسازی شخصی همانند یک پروژه نیست که در زمان مشخصی شروع شود و در زمان مشخصی به پایان برسد، انتظار نداشته باشید که راه صدساله را در یک‌شب طی کنید. به‌مرور شاهد توسعه برند شخصی‌تان خواهید بود.

اگر از مطالب این مقاله لذت بردید به شما پیشنهاد می‌کنم کتاب من با عنوان [رستاخیز برند شخصی](#) را نیز مطالعه کنید.

همچنین اگر به مبحث برندسازی شخصی علاقه دارید، بهتر است دیدگاه‌های مختلف را در این زمینه مطالعه کنید. یکی از دیدگاه‌های خوب، نظر آقای [محمد رضا شعبانعلی](#) در مورد برندسازی شخصی است.

به دوستانی که علاقه‌مند به مطالعه کتاب در زمینه برندسازی شخصی به زبانی ساده هستند، کتاب [Personal branding for DUMMIES](#) و کتاب [Ditch Dare Do](#) را پیشنهاد می‌کنم.