

УДК 331.1

**ЛИЧНЫЙ БРЕНДИНГ.
МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО ЛИЧНОГО БРЕНДА**

Орел Алевтина Андреевна

канд. психол. наук

Горенко Анна Андреевна

студент

Кубанский государственный университет, Краснодар

author@apriori-journal.ru

Аннотация. Личный брендинг – весьма эффективное средство для достижения карьерных целей, много статей и книг посвящено описанию того, что представляет «личный бренд» и как его использовать. Мы предлагаем свою методику построения личного бренда, которая поможет найти «свою» работу и карьерную нишу, как для опытного специалиста, так и для студента-выпускника, которому только предстоит «войти во взрослую жизнь».

Ключевые слова: брендинг; личный брендинг; план карьеры; управление персоналом; первое впечатление; индивидуальность; портфолио.

PERSONAL BRANDING. MODEL OF EFFECTIVE PERSONAL BRAND

Orel Alevtina Andreevna

candidate of psychological sciences

Gorenko Anna Andreevna

student

Kuban State University, Krasnodar

Abstract. Personal branding is a very effective means to achieve career goals, many articles and books devoted to the description of what constitutes «personal brand» and how to use it. We offer a methodology for constructing a personal brand that will help to find «their» job and career, both for experienced professionals and for graduate student, who only have to «enter into adulthood».

Keywords: branding; personal branding; career plan; personnel management; first impression; personality; portfolio.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что современное общество всё больше внимания уделяет поиску уникальных специалистов. Оно готово воспринимать индивидуальность и исключительность работников, экспертов, ньюсмейкеров, и в каждом из них ищет то, что отличает их других специалистов. Создание именно такого бренда, неповторимого профессионала, волнует многих экспертов в области управления персоналом.

Серьёзное внимание к личному брендингу появилось совсем недавно. Но можно с уверенностью сказать, что серьёзные исследования по данной тематике проведены немногими авторами [2].

Английский глагол *to brand* означает «выжигать», «оставлять отпечаток в памяти». В этом смысле задача персонального бренда – буквально впечатать образ работника в умы коллег, партнёров, потенциальных работодателей и представителей профессионального сообщества [2].

Действительно, личный брендинг – весьма эффективное средство для достижения карьерных целей, много статей и книг посвящено описанию того, что представляет «личный бренд» и как его использовать [1]. Но как создать эффективный, практически применимый бренд для любого специалиста? Мы предлагаем свою методику построения личного бренда, которая поможет найти «свою» работу и карьерную нишу, как для опытного специалиста, так и для студента-выпускника, которому только предстоит «войти во взрослую жизнь».

Мы создали универсальную и гибкую к индивидуальным особенностям работника модель личного брендинга [5]. Наглядно её можно представить следующим образом (см. рис. 1):

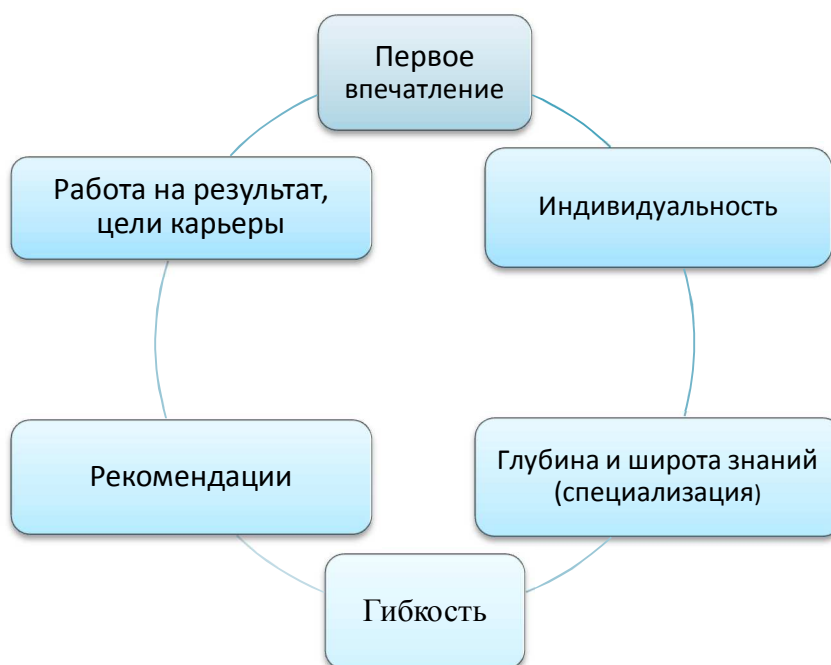


Рис. 1. Модель личного брендинга

Данная модель состоит из шести обязательных элементов, взаимосвязанных между собой. Рассмотрим каждый элемент и способы его создания применительно к личности работника подробнее [5].

1. Первое впечатление. Это совокупность следующих важных критериев оценки при первой встрече с работодателем: рукопожатие, одежда, голос, осанка, опрятность, визуальный контакт. Рукопожатие должно быть не крепким и длиться не более 2 секунд, во время рукопожатия вам следует установить визуальный контакт. Взгляд должен быть спокойным, заинтересованным, добрым. Многие специалисты утверждают, что положительное впечатление производит человек, умеющий «улыбаться глазами».

Постарайтесь ходить без напряжения, не быстрыми шагами, но при этом держать ровно осанку и избегать резких движений из стороны в сторону.

Чтобы произвести впечатление авторитетного и успешного человека, одевайтесь консервативно. Для мужчин подойдут строгие костюмы, рубашки и батники светлых цветов, галстуки, классические туфли. Для женщин актуальны брючные или юбочные костюмы, платья, пиджаки так же спокойных цветов. Отдавайте одежде из натуральных волокон. Вещи должны сочетаться между собой и хорошо на вас сидеть.

2. Индивидуальность. Не бойтесь отличаться от остальных. Рекомендуем четко и кратко сформулировать свои профессиональные преимущества, чтобы работодатель мог ясно видеть, в чем Вы можете быть полезны компании. Для этого составьте свое персональное брендинг-сообщение из 3-4 предложений, в которое будет содержать информацию о том, с какими проблемами вы готовы справиться.

Подходите к работе творчески. Для развития творческого подхода вам могут помочь: арт-терапия, коучинг, сказкотерапия, тренинги личного роста.

3. Глубина и широта знаний (специализация). Сфокусируйте свое внимание на том направлении работы, которое вам интересно. Наиболее эффективной является концентрация на том навыке, который отвечает критерию уникальности. Для развития глубины ваших знаний узнайте как можно больше о вашей компании и отрасли, в которой вы работаете, или хотите работать. Изучите кадровую политику и корпоративные правила. Постарайтесь как можно лучше ознакомиться с продукцией и персоналом вашей (будущей) компании. Используйте любые предлагаемые программы обучения. Углубляя свои знания, вы заслужите уважение и доверие сотрудников, коллег и руководства.

Под широтой знаний мы подразумеваем вашу способность общаться с коллегами на темы, не связанные с рабочим процессом. Дайте коллегам возможность чувствовать себя комфортнее при разговоре с вами.

4. Гибкость. Это умение работника изменять свое поведение таким образом, чтобы быстро и эффективно наладить контакт со своим собеседником. Обращайте внимание на темп беседы. Умейте с вниманием и интересом выслушать личную историю работника, прежде чем перейти к разговору о делах.

5. Рекомендации. Собирайте документы, которые могут вас рекомендовать как исключительного специалиста. Это могут быть: отзывы, рекомендательные письма, характеристики с предыдущих мест работы или учебы. Помните, что положительная рекомендация может сыграть решающую роль в вашем успешном трудоустройстве.

6. Работа на результат, цели карьеры. Составьте план карьеры, пропишите цели и период их достижения [5]. Вы должны четко представлять то, чего хотите добиться.

Создание личного бренда по нашей методике из шести элементов позволят вам стать успешными и востребованными вне зависимости возраста, профессии, пола и места жительства [5].

Также важно отметить, что для создания личного бренда вам стоит сделать своё профессиональное портфолио. Основа профессионального портфолио – грамотная презентация специалиста. Главная задача – доказать потенциальному клиенту, работодателю, что без вас ему не обойтись. Для этого достаточно показать, что вы умеете качественно работать, вовремя сдавать проекты и знаете себе цену [3]. В портфолио полезно добавить резюме или краткое сопроводительное письмо, в котором написать спокойным деловым тоном о преимуществах работы с вами и ваших деловых принципах.

Портфолио в минимизированном варианте должно включать следующую информацию [6]:

- фамилия, имя, отчество соискателя;
- образование, курсы повышения квалификации;
- список сертификатов, грамот, профессиональных наград;
- список наиболее значимых проектов, выполненных специалистом;
- список предыдущих мест работы;
- информация о текущей должности;
- список конкурентных преимуществ работника – например, можно указать, что Вы предлагаете высокий уровень сервиса, работаете по выходным, можете выйти на связь во внерабочее время, сдаете проекты без задержек;
- контактная информация, адрес личного сайта или ссылка на электронное портфолио;
- примеры выполненных работ по каждой предлагаемой специалистом услуге;
- план развития карьеры. Тут вам необходимо четко сформулировать в лучшем свете свои сильные и слабые стороны как работника, а также заранее подготовить ответ на вопрос: «Почему вы хотите работать именно в нашей компании?».

Создание личного бренда – это непрекращающийся процесс самопознания, в ходе которого человек должен выявить сильные стороны своей личности и профессиональные навыки, а также определить свои уникальные таланты.

Персональный брендинг – один из новейших и ярких трендов в мировой практике, что подтверждается появлением в последнее время книг таких зарубежных профессионалов, как Ф. Котлер, И. Рейн, М. Хэмлин, М. Столлер [4]. Также не менее интересной представляется литература, посвященная теме личного брендинга и отечественных авторов: С.Г. Божук, А. Кичаева, З.М. Макашева, А. Панина.

Предоставленная нами информация о построении личного бренда должна быть полезна всем, кто действительно хочет сделать себя ключевым «товаром» на рынке труда.

Список использованных источников

1. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 216 с.
2. Кичаев А. Я стою 1 000 000\$. Психология персонального бренда. Как стать VIP. М.: Рипол Классик, 2008. 369 с.
3. Макашева З.М., Макашев М.О. Брендинг. СПб.: Питер, 2011. 288 с.
4. МакДоналд М., Чернатони Л., Брендинг. Как создать мощный бренд. М.: «Юнити-Дана», 2006. 506 с.
5. Орел А.А. Планирование индивидуальной карьеры. Краснодар: КубГУ, 2002. 79 с.
6. Перция В., Панин А., Мамлеева Л. Анатомия бренда. М.: Диалектика, 2011. 267 с.