

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ЗАПОРУКА КАР'ЄРНОГО УСПІХУ

студ. Матушак А.М.
наук. керівник ас. Афтанділянц М.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

Інтернет все більше звужує межі нашого власного простору, роблячи особисте життя кожного загальним надбанням. Практично всі ми маємо особистий бренд, але мало хто усвідомлює це і використовує його ефективно. У наші дні мало бути супер успішним фахівцем у своїй сфері – головне якісно і переконливо подати себе світові. Персональний брендинг допомагає створювати правильний образ відповідно вашим цілям.

Персональний бренд – це динамічний образ у свідомості людей, який генерує додаткову цінність і створює певні вигоди. Характерні риси сильного персонального бренду – цілісність, натуральність, значимість і послідовність.

Персональний брендинг орієнтований, перш за все, на творчих людей, які організовують комерційну діяльність або які потребують яскраву само презентацію. Також він прекрасно підійде діячам громадськості, політики і бізнесменам. Персональний брендинг – відмінний помічник там, де все «сконцентровано» на людині та її індивідуальних рисах.

В інформаційну епоху рекомендації по перетворенню в бренд стають важливими не тільки для матеріального товару, але і для людини. Впізнаваність людини в певному середовищі, її репутація, сформований образ, затребуваність і популярність мають відношення до особистості, що вийшла на рівень бренду. Що стосується особистості, бренд можна визначити як стійкий набір асоціацій, сформований про образ. Щоб вийти на рівень бренду, людині необхідно нести якусь суспільну користь та значимість. Люди-бренди, як правило, професіонали екстра-класу. Крім професіоналізму, вагомим внеском в особистісний бренд є вміння вигідно подати себе, створити і підтримати образ в очах цільової аудиторії.

Ваша популярність і репутація безпосередньо впливають на ваш бізнес. За кожною «гучною» компанією стоїть не менш «гучне» ім'я. Дуже важливо, щоб заявлений імідж збігався зі створеною репутацією, тобто сприйняття має бути ідентичним позиціонуванню. Колосальний внесок у підтримання бренду особистості вносять комунікації, особливо PR, тому що саме цей інструмент комунікації має справу з іміджем.

PR – це діяльність по створенню довіри, а довіра створюється завдяки професіоналізму і комунікацій, за допомогою яких інформація доноситься до цільових груп. Без комунікацій важко уявити створення персонального бренду, тому що бренд повинна знати цільова аудиторія. Наприклад, студент для обміну досвідом, наукового пошуку, а також для підвищення своєї впізнаваності в професійному середовищі повинен брати участь в конференціях, симпозіумах, писати статті за темою свого дослідження.

Бути в центрі уваги в професійному середовищі – одна з необхідних умов існування особистісного бренду. Займаючись створенням персонального бренду, слід зауважити важливість якісної присутності в Інтернеті – соціальних мережах, блогах і т. д.

При створенні особистого бренду необхідно чітко уявляти свою цільову аудиторію і її переваги. Таким чином, можна сформулювати певні асоціації у споживачів. Це зможе згенерувати додаткові цінності компанії і залучити нових потенційних покупців.

На наш погляд, найбільш ефективним в створенні особистісного бренду є взаємопов'язане використання психології, роботи над іміджем і PR інструментів.

Отже, персональний брендинг здатний не тільки розкрити особисті й професійні переваги, але і сприяє процесу самовдосконалення особистості. Також він допомагає вивести професіонала або його продукт на новий ціновий сегмент.