

PERSONAL BRANDING VOOR MARKETEERS

Marketeer van nu, brand yourself!

Met de opkomst van social media, big data en onlinemarketing zijn er steeds meer werkterreinen voor marketeers ontstaan.

Maar om relevant te blijven voor uw bedrijf en de verschillende kansen die het biedt, moet u zich blijven onderscheiden. Het bewust bouwen aan uw personal brand is een manier om uw werk en daarmee uw bedrijf sterker te positioneren. Personal branding en corporate branding werken versterkend, waardoor de impact van uw werk en uw meerwaarde zullen toenemen.

Wet u waar uw collega's aan denken als zij uw naam horen? Weten uw zakenrelaties waar u voor staat en wat u uniek maakt? Zullen klanten u aanprijzen bij anderen en vertellen hoe goed u bent? Personal branding is in essentie uzelf neerzetten als een sterk merk, zodat anderen uw kwaliteiten snel herkennen. Een belangrijke voorwaarde: u moet uzelf onderscheiden met een oprecht verhaal over wie u bent, waar u voor staat en wat uw meerwaarde is. Als opdrachtgevers een goed beeld hebben van uw kwaliteiten en zij zich kunnen identificeren

met uw verhaal, zullen zij sneller voor u kiezen. Een sterke branding zorgt ervoor dat de juiste mensen u zullen vinden om mee samen te werken of klant te worden.

Snijvlak

Personal branding bevindt zich op het snijvlak van leiderschap (waar u kijkt naar passie, persoonlijke waarden, kwaliteiten) en vaardigheden die nodig zijn bij ondernemerschap (bouwen van een netwerk, acquisitie, pitchen en het gebruik van social media). Personal

branding bevindt zich zowel in de online als offline wereld. In beide werelden moet u echter dezelfde consistente boodschap uitdragen om geloofwaardig en authentiek te zijn. De benodigde stappen om succesvol op te vallen:

- Start uw personal brand vanuit uw persoonlijke waarden.
- Vertel uw persoonlijke verhaal.
- Verbind deze aan uw werkwijze.

Podium

Om uzelf succesvol te laten zien, hoeft u niet op een podium te staan. Er zijn vele andere manieren waarop u uzelf en uw werk zichtbaar kunt maken. Als u geen goede spreker bent en u zich oncomfortabel voelt op een podium, kunt u impact hebben door blogs of artikelen te schrijven. Misschien is een video maken meer iets voor u. U kunt dan vloggen of een filmpje maken over uw marketingwerkzaamheden of klanten. Het maakt eigenlijk niet uit of u een introvert of extravert persoon bent: beide types hebben hun eigen uitdagingen. De uitdaging van in-

Vijf tips om een fraai en succesvol LinkedIn-profiel voor uzelf te creëren

- 1 Zorg voor een professionele profiel-foto. Het liefst een foto waarop men uw gezicht goed kan zien en waarop u lacht. Een glimlach komt meer open over en het verlaagt de drempel om contact met u te zoeken.
- 2 Maak een mooie samenvatting die goed weergeeft wie u bent en waar u voor staat. Vul dit aan met algemene informatie om gemakkelijk met u in contact te komen.
- 3 Zorg voor goede aanbevelingen. Dit is een verzameling van argumenten waarom mensen voor u moeten kiezen.
- 4 U kunt updates gebruiken om uw netwerk te informeren over uw projecten en lopende zaken. U kunt deze ook gebruiken om mensen uit uw netwerk te verbinden met elkaar of op een podium te zetten.
- 5 Het schrijven van artikelen zorgt ervoor dat u uw expertise laat zien. U kunt dit ook inzetten om mensen op een laagdrempelige manier te helpen.

troverte personen is dat zij zichzelf minder makkelijk laten zien en niet graag in het middelpunt van de belangstelling staan. Het voordeel van introverte personen is dat hun energie meer ingetogen is, zodat mensen minder snel overweldigd zijn. Extraverte personen moeten juist goed opletten met de dosering van hun brandingactiviteiten. Zij moeten steeds bewust blijven aansluiten bij de behoeftes van hun publiek, zodat zij deze in hun enthousiasme niet vergeten. Het voordeel voor extraverte personen is dat zij graag in het middelpunt van de belangstelling staan en dat het natuurlijker aanvoelt.

Strategie

Denk goed na voordat u start met het bouwen van uw personal brand. Er zitten namelijk enkele uitdagingen aan om uzelf als een merk te profileren. Zorg om te beginnen voor een goede strategie zodat u kunt inschatten in welke mate u zichzelf wilt laten zien en of dat beeld klopt met wie u echt bent. Wilt u

Met een groot bereik is een uitglijder niet zonder consequenties

bijvoorbeeld dat iedereen u kan volgen? Dan kunt u bepalen of u dat zowel privé als zakelijk wilt doen, of dat u kiest voor een focus op zakelijke uitingen. Alles wat op internet staat, blijft vindbaar, iedereen heeft een digitale footprint. Vooral als u een groot bereik heeft, is de impact van een uitglijder of een serieuze fout niet zonder consequenties.

Fundament

Een goede personal branding kunt u ontwikkelen door het volgen van een stappenplan. Zo bouwt u een fundament waarop u uw persoonlijke verhaal creëert. Stap voor stap bouwt u uw merk in een tempo dat bij u past. Uw persoonlijke waarden staan centraal

Vijf tips voor een persoonlijke website

- 1 Zorg voor een eigen website waarop al uw werk staat. Op die manier zijn u én uw werk goed online vindbaar.
- 2 U kunt uw werk delen door blogs te schrijven en op die manier expertise over een bepaald onderwerp op te bouwen. De blogs kunnen vakinhoudelijk zijn of juist meer gericht zijn op inspiratie.
- 3 Zorg voor een mooi en herkenbaar ontwerp voor uw persoonlijke website.

Er zijn diverse gratis Wordpress-sites die u kunt gebruiken om uw website te ontwikkelen.

- 4 Zorg voor een goede link op uw site naar sociale media, zoals Twitter, Facebook en LinkedIn. Ook kunt u uw blogs en artikelen zo mooi een plek geven.
- 5 U kunt uw website ook inzetten om uw netwerk een podium te bieden. U kunt bijvoorbeeld anderen laten bloggen over thema's binnen uw expertise.

en vormen de basis. Er zijn diverse elementen in het Personal Branding Model, maar de nadruk ligt op zelfreflectie, identiteit en storytelling.

1) Zelfreflectie

Zelfreflectie bestaat uit uw persoonlijke waarden, authenticiteit en open communicatie. Dit zijn de eerste bouwstenen voor uw merk. Geloofwaardigheid is een belangrijke eerste voorwaarde. Als mensen vermoeden dat u zich anders voordoet dan u werkelijk bent, zullen zij minder waarde hechten aan uw bijdrage. Het is daarom essentieel om uzelf goed te kennen. Wat drijft u, wat is uw missie en welke waarden vindt u belangrijk voor uzelf? Waarden zijn overtuigingen of een betekenisgevend ideaal waarnaar u wilt leven. Voor velen zijn waarden als vrijheid, 'samen' of rechtvaardigheid erg belangrijk. Formuleer vier waarden die voor u belangrijk zijn.

2) Identiteit

Uzelf profileren gaat niet alleen om zichtbaar zijn. Het heeft te maken met wie u bent en wat belangrijk voor u is. Zo kunt u het verschil maken en meerwaarde bieden aan uw opdrachtgevers. Als u deze boodschap helder en open kunt formuleren, mensen weet te boeien en te helpen, maakt u echte impact. Kies een (online) platform dat past bij uw persoonlijkheid. Kies vervolgens de beste, liefst creatieve methode om uw boodschap te vertellen. Bedenk tegelijkertijd of u iets eenmaligs wilt doen zoals het pitchen voor

een groep, of iets voor de lange termijn, zoals het online posten van de pitch.

3) Storytelling

Alleen een goed verhaal is echter niet genoeg. U zult ook moeten bouwen aan een netwerk, zodat de impact van uw boodschap zich kan verspreiden. De beste manier om te zorgen dat mensen over u vertellen is door uzelf in te zet-

Wat drijft u en welke waarden vindt u belangrijk?

ten voor anderen. Zo creëert u loyale en trouwe fans: uw ambassadeurs.

Verbinding

Om echt impact te hebben, zult u in verbinding moeten staan met de mensen uit uw netwerk. U kunt hiervoor sociale media gebruiken. Gebruik LinkedIn actief om uw netwerk te laten groeien. Zorg voor een professioneel profiel (eigenlijk een online cv) en nodig actief mensen uit om bij te praten. Wees niet bang om met onbekenden te linken, ook als u niet direct iets voor elkaar kunt betekenen.

Gloria van Ewijk is eigenaar van en adviseur bij Life Impact Company, tel.: 06 17 39 96 31, e-mail: info@ilife.nu, www.ilife.nu

Marketing Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door Marketing Rendement

Marketing Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over marketing, online marketing en communicatie. De insteek is: geen glossy magazine met meningen en veel advertenties. Maar wel een blad dat met beide benen op de grond staat. Marketing Rendement biedt gewoon praktische, objectieve informatie waar de lezer daadwerkelijk iets aan heeft in zijn dagelijks werk. Gericht op kostenbesparing. Gericht op snel en efficiënt werken. Gericht op tips en adviezen voor een betere persoonlijke performance en regelmatig aandacht voor loopbaan en beloning.

Marketing Rendement biedt u:

- beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- regelmatig een gedegen vergelijkend marktonderzoek waar het doorlopen van een bestelproces in kaart wordt gebracht en waar leveranciers op prijs en geboden diensten worden vergeleken;
- veel kort nieuws;
- wekelijkse e-mailservice met het allerlaatste marketingcommunicatienieuws;
- een aanvulling op de inhoud van elke uitgave met praktische, online tools.

Kijk voor meer informatie of een proefabonnement op www.rendement.nl/marketingblad