

PERSONAL BRANDING



Tekst: Jocelyn Rebbens

Blijf dicht bij je zelf!

In mijn eerdere jobs als vrouwelijke consultant was mijn Personal Brand, of meer concreet de 'verpakking' van mijn merk, regelmatig een nadeel. En dan in het bijzonder voor de gunfactor met betrekking tot het verkrijgen van projecten. Ik mocht me vaak extra bewijzen op de inhoud. Het feit dat ik het prettig vind aandacht te besteden aan mijn uiterlijke verzorging wekte argwaan op. Het klopte blijkbaar niet met mijn achtergrond als afgestudeerd bedrijfspsychologe. Mijn jonge leeftijd en enthousiasme deden daar nog een schepje bovenop. Ondanks de diverse 'kopstootjes' en persoonlijke frustratie, weerhield me dat niet om trouw aan mijzelf en m'n eigen persoonlijke stijl te blijven. Ik liep als kind en student al niet in lijn met de massa en paste me later in het werkende leven ook niet aan de voorgeschreven formele bedrijfsculturen voor communicatie of kledingcodes aan.

Als ondernemster blijkt deze eigenwijze overtuiging trouw te willen blijven aan mijzelf, me juist vruchten af te werpen. Want het gaat er bij ondernemen niet alleen om de beste te willen zijn; dat wil iedereen. Ook in jullie branche. Daar kun je vandaag de dag alle kennis en ervaring voor opdoen. Nee, het gaat er meer om uniek of anders te zijn. Vanuit echtheid en overtuiging. En je merk zelf te doorleven! Dat kost doorzettingsvermogen... Recent kreeg ik spontaan de bevestiging van een nieuwe relatie in een gesprek. Dat hij juist vanwege mijn Personal Brand en persoonlijke overtuiging kansen ziet voor samenwerking. Terwijl hij me nog nooit aan het werk heeft gezien...

Wat laat jij met je praktijk, salon, benadering of behandelingen zien waardoor jij een onderscheidende ervaring of beleving bij je cliënt teweeg brengt? Hoe haal jij het beste uit jezelf voor jouw Personal Brand en blijf je tegelijkertijd trouw aan jezelf? Ik deel graag een Personal Branding Strategie of stappenplan, met input van brandingcollega's Sundberg en Bisetto (2011). Om per stap weloverwogen keuzes te kunnen maken om je persoonlijk merk te voeden en actueel te houden.

1. Wie = Jij? Wat zijn je vaardigheden, passies, unieke sterktes/kwaliteiten als therapeut, masseur of wellness aanbieder?
2. Perceptie van jou: Hoe zien anderen je? In persoonlijke relaties, professionele relaties en je online reputatie van je praktijk.
3. Doel van je bedrijf: Welk vakgebied, sector/markt, positie, stijl & communicatie.
4. Merk maken: Welke emoties, woorden, beelden en verhalen maken jouw merk?
5. Ecosysteem: thuisbasis (praktijk), platforms, clubs van waaruit jij je laat zien.
6. Netwerken: Volg koplopers/experts, 'communities' en persoonlijk netwerken. Neem deel aan evenementen of congressen en laat je expertise zien.
7. Originele inhoud: waardevolle inhoud in je communicatie, geen standaard verhaaltjes, stem je 'toon' af op je doelgroepen bij verschillende diensten of behandelingen.
8. Betrokkenheid en delen: actieve conversatie en inhoudelijke bijdrage bij bv landelijke kennissites, social media in de Wellness & therapie.
9. Luisteren en monitoren: nieuws/actualiteit, professioneel omgaan met feedback en kritiek, bewaak en evalueer je personal brand regelmatig.

Leestips:

Opmerkelijke Ik, Cees Harmsen (2011)

De Toekomst van de Gezondheid, Adjiedj Bakas (2011)

www.rebbels.com