





MET HART & ZIEL

Personal Branding
laat zien
wie je écht bent

Ieder goed product heeft een merk dat zich onderscheidt in de markt. Hetzelfde geldt voor mensen. Iedereen kan van zichzelf een A-merk maken, door zijn unieke waarden te bepalen en die met passie uit te dragen. De kunst om dat effectief te doen heet personal branding. Jocelyn Rebbens helpt mensen bij dat proces waardoor ze met hart en ziel verder kunnen.

Monique's promotie naar marketing directeur leek een kwestie van tijd. Ze was immers een kei in het vak. Daar was iedereen het over eens. Toch stakte haar loopbaan. Dit tot verwondering en irritatie van haarzelf. Als manager stak Monique immers met kop en schouders boven iedereen uit. Haar resultaten spraken boekdelen. Toch bood de verzekeringsmaatschappij waar Monique werkte haar niet de kans haar kwaliteiten uit te bouwen. Ze greep er niets van.

De schoen wong bij haar persoonlijke optreden. Monique was zeer autoritair naar haar mensen, had weinig geduld met twijfelaars die minder daadkrachtig waren. En wie thuis problemen had, moest die vooral thuis laten. Op Monique's afdeling telde alleen het halen van targets. En die kille houding veroorzaakte afstand tot haar team. Toen de klachten over haar 'directe' gedrag langs informele wegen bij de top van het bedrijf kwamen besloot die in te grijpen. Monique kreeg coach Jocelyn Rebbens aangeboden.

Spiegelen

"Door Monique te spiegelen, liet ik haar beseffen welke indruk zij op anderen maakt. Daarmee hadden we de eerste stap gezet. Vanaf dat moment besepte Monique dat er bij haar een probleem lag, maar ook dat ze de oplossing in eigen hand had, zegt Rebbens. "Monique werd zo voor mij een klassiek voorbeeld van het nut van personal branding."

Voor trainer en coach Rebbens werd de 'zaak' Monique een voorbeeld van onvoldoende bewustzijn van gedrag, en daardoor een slecht persoonlijk merk. Rebbens overtuigde Monique dat ze meer gewaardeerd zou worden indien het voor haar collega's helder werd wat haar unieke kwaliteiten waren, maar ook waar haar beperkingen lagen. Door de positieve en de negatieve kanten van haar persoonlijkheid duidelijk te communiceren en zich kwetsbaarder op te stellen zou Monique door collega's meer worden geaccepteerd, voorspelde Rebbens. En ze kreeg gelijk.



ZO MAAK JE EEN STERK MERK VAN JEZELF

1. Leef met passie

Wie met overgave leeft doet zijn werk met inzet en overtuiging.

2. Wees positief

Niemand vindt het plezierig om met een chagrijn om te gaan.

3. Wees authentiek

Blijf bij jezelf. Toneelspelers vallen genadeloos door de mand.

4. Heb geduld

Voor het opbouwen van een sterk merk is veel tijd en evaluatie nodig.

5. Wacht niet

Er zijn iedere dag kansen om jezelf te presenteren. Grijp ze.

6. Ken je 'elevator pitch'

Je moet 'in de lift' bondig kunnen zeggen wie je bent en waar je voor staat (60 seconden).

7. Schrijf meerdere cv's

Maak voor verschillende opdrachtgevers aparte cv's die goed aansluiten. Waarom jij?

8. Kies gepaste kleding

Als je je merk wilt verkopen moet je er goed uitzien. Dress to impress.

9. Verzin een goede naam

Je klanten onthouden je merknaam makkelijker als die positief en origineel is.

10. Ontwerp een logo

Een visueel herkenbaar beeldmerk vergroot de kans op naamsbekendheid.

11. Benoem je kernwaarden

Kies een aantal sterke kernwaarden die je altijd naleeft.

12. Heb meerdere email-adressen

Zo blijven de persoonlijke en zakelijke contacten gescheiden.

13. Koop een domeinnaam

Zet jezelf op de kaart. Als je merk niet op het internet staat, bestaat het niet.

14. Ga bloggen

Laat zien wat je doet en vindt, maar uitsluitend over je expertisegebied.

15. Sta op LinkedIn

Op zakelijk gebied wordt LinkedIn serieus genomen. Uitspattingen op Hyves en Facebook kunnen afbreuk doen aan je merk.

De techniek die Rebbens toepaste op Monique komt uit een leer die 'personal branding' wordt genoemd. Dat is een in Amerika ontwikkelde denkwijze die mensen beschouwt als merken, net zoals bijvoorbeeld Coca Cola, Hema en Chanel. De centrale gedachte is dat ieder mens zichzelf kan positioneren ten opzichte van anderen door het benadrukken van positieve beelden, kwaliteiten en associaties. Maar ook door inzicht te geven in zijn persoonlijke communicatiestijl. Als dat goed gebeurt, begrijpt iedereen meteen wie voor hem staat en wat er wordt geboden. Rebbens kwam in aanraking met personal branding toen ze na haar studie economische psychologie ging werken als communicatieadviseur bij een reclamebureau en verantwoordelijk was voor diverse accounts en marktonderzoek. In een latere job begeleidde ze tal van internationale opleidingstrajecten voor onder andere IBM, SNS Reaal, AMC, Alcatel en Douwe Egberts. In die beroepspraktijk raakte ze overtuigd van de potentie van personal branding. De stap naar zelfstandigheid was toen nog maar klein. Sinds 2007 is ze eigenaar van ReBBels, een bureau dat individuen en groepen coacht en traint in opdracht van het soort bedrijven waar ze vroeger zelf voor heeft gewerkt. Personal branding is één van haar specialiteiten.

Rebbens: "Voorwaarde om een sterke brand van jezelf uit te werken is dat je authentiek blijft, trouw aan je zelf. Geen persoonsverandering, maar versterking! Dat was voor Monique ook het uitgangspunt."

Merkwaarden

Wie bij Rebbens aanklopt voor hulp bij het bepalen van zijn of haar unieke merkwaarden moet bereid zijn tot zelfanalyse. Wat zijn je sterke punten en wat zijn je zwakheden. Dat kan confronterend zijn. Leaders en professionals zijn behoorlijk eigenwijs of gewend aan stevige bedrijfs-politiek. Niet gewend om oprechte en eerlijke feedback te krijgen op hun centrale rol in een organisatie. Dit aspect van personal branding verbetert zelfkennis en groei. Vervolgens kijkt Rebbens naar de specifieke kansen en mogelijkheden die haar cliënt heeft. Voor een marketingmanager bij een multinational zijn

die anders dan voor de directeur van bijvoorbeeld een modebedrijf.

Rebbens: "Meteen bij de eerste kennismaking laat ik een cliënt zichzelf presenteren, onvoorbereid. Op dat moment sta ik nog neutraal tegenover deze persoon waardoor ik in staat ben feedback te geven over de eerste indruk. Vervolgens wordt dmv een moodboard een visuele analyse gemaakt van strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) waarbij persoonlijke uitdagingen onder de loep worden genomen, maar ook aspecten als uitstraling, houding en mimiek. Dit alles samen kan een persoonlijk merk maken of breken. Het is mijn taak om de sterke punten te benadrukken en de zwakke te verbeteren. Indien nodig neemt een stylist aansluitend het uiterlijke deel voor zijn rekening".

Een grote vlucht

De laatste jaren neemt personal branding in Nederland een grote vlucht. Volgens Rebbens ligt dat aan de huidige arbeidsmarkt waarbij hoogopgeleiden steeds meer in een banenoorlog terecht komen en het aantal zzp'ers (zelfstandigen zonder personeel) steeds groter wordt. Dit aantal wordt momenteel geschat op 700.000. Deze éénpitters zijn sterk afhankelijk van opdrachtgevers die voor iedere klus op zoek gaan naar de perfecte uitvoerder. In zo'n vechtmak- t is presentatie van levensbelang. Een sterk persoonlijk merk kan daarbij het verschil maken tussen wel of geen werk. En voor beiden een win-win situatie opleveren.

"Zowel in je keuze van een baan, bedrijf of netwerk is je persoonlijke merk van belang. Waarom jij? Wat is de match? Wie deze vragen kort en bondig kan beantwoorden heeft de essentie van een sterk merk in handen en zal daardoor vanzelf succesvoller zijn dan anderen." ■

MEER WETEN...

- De Snelheid van Vertrouwen, van Steven M.R. Covey
- De Eerste Indruk, van Roos Vonk
- Internal Branding in de Praktijk, van Marc van Eck, Niels Willems en Ellen Leenhouts



Jocelyn Rebbens

Functie

coach en trainer

Werk

coacht en traint individuen en groepen in opdracht van bedrijven

Geboren

28 maart 1972

Opleiding

economische psychologie aan de Universiteit van Tilburg

Website

www.rebbels-coaching.nl

Thuis

lekker eten met vrienden

Boek

'Het huis van de Moskee' van Kader Abdolah

Muziek

Alicia Keys, Pink en Adele

Vrije tijd

freestyle steps, body pump, lezen en zelfstandig reizen door Azië

Auto

zwarte Renault Clio met zonnedak

Snelheidsovertredingen

maximaal 5 per jaar, altijd binnen de bebouwde kom

Ringtone

tropisch dansmuziekje

Parfum

in de zomer 'Iris Nobile' van Aqua di Parma. In de winter 'Beyond Love' van Kylian

Ik wil nog

moeder worden

Ik wil nog kopen

witgouden Bulgari ring

Ik bewonder

mijn grootmoeder die 11 kinderen heeft grootgebracht en intussen multitalent was