

PERSONAL BRANDING

Tekst: Jocelyn Rebbens



Personal Branding: 'n MUST!

Ik stel me even voor. Mijn naam is Jocelyn Rebbens, afgestudeerd economisch psychologe en jarenlang werkzaam geweest als communicatie-expert en als consultant voor managementtrainingen. In 2007 ben ik ReBBels gestart, met veel plezier! Met ReBBels sta ik letterlijk voor de 'brandende ambitie' van zowel bedrijven als medewerkers. Mij boeit het enorm te bekijken hoe passies en talenten tot uiting komen in een persoonlijk merk... En of deze personal brands overeenkomen met de merken/bedrijfsculturen waarvoor zij werken. Ik geef lezingen, trainingen en coaching over Personal Branding & Reputatiemanagement, Praktische Psychologie, Effectieve Communicatie en Ondernemerschap.

Personal Branding betekent voor mij het zichtbaar maken van je eigen passies, ambities, talent en ervaring in je eigen 'merk'. Ambassadeurschap voor jezelf. Een stukje chemie vanuit je hart, wat van invloed is op jouw gunfactor en het succes van je bedrijf. In mijn programma's start ik bewust met een kijkje naar 'binnen' en eindig ik bij de uitstraling en je uiterlijk. Want of we nu willen of niet, we maken continu een eerste indruk en 'branden' ons dus altijd. Daarbij hoort ook vitaliteit en lekker in je vel zitten. Het bepaalt voor een groot deel je uitstraling, maar ook je draagkracht in het werk. Ik maak deelnemers ervan bewust goed voor hun fysieke gesteldheid te zorgen. Dat doe ik zelf ook...

En dat brengt me bij de reden waarom in mijn optiek Personal Branding een must is voor deze branche. Enerzijds omdat je het als ondernemer of bedrijf met goede producten, goede behandelingen of gekwalificeerde mensen alleen niet meer redt. Er is steeds meer aanbod op het gebied van wellness, massages en lichaamswerk. Je zult je positief moeten onderscheiden ten opzichte van je concullega's. Bakas geeft het al aan in zijn boek "De Toekomst van Werk". Door technologie, mobiele werkplekken, smartphones en verschuivende economische macht vinden er veranderingen plaats in tijd, locatie en werkwijzes. Hoe kun je flexibel zijn en als wellness ondernemer aansluiten op de wisselende behoeften van je cliënten... Wat betekent dit voor je werktijden? Type behandelingen? Wat wil je zelf benutten binnen Social Media, in de communicatie met je continu online zijnde doelgroepen?

In elke komende column zal ik tips geven. In dit nummer de aftrap:

1. Maak eens een collage/mood board van je Personal Brand. Verwerk hierin je passie, talent, kwaliteiten, het onderscheid ten opzichte van andere wellness collega's en je toekomstvisie.
2. Vertaal je mood board naar je bedrijfsmerk: wat wil je communiceren naar je (potentiële) cliënten? En wat niet? Wat is bruikbaar voor je huisstijl, PR, of voor zakelijke Social Media als LinkedIn, Facebook of Twitter. Deze kanalen zijn uitermate geschikt om je Personal Brand tot leven te brengen en te houden, kosteloos!
3. Grootste fout ('t kan ook verkeerd uitpakken) is gedrag aannemen dat niet bij je past. Maak waar wat je belooft. Het kost meer tijd je merk weer op te bouwen dan het af te breken.
4. Lezen: De Toekomst van Werk (Bakas & Van der Woude); De eerste indruk (Vonk).

www.rebbels.com