

NPDI

VOOR ORGANISATIES
ONAFHANKELIJK
INNOVATIEF
KENNISNETWERK



NPDI

NATIONAAL PLATFORM DUURZAME INZETBAARHEID

Het Nationaal Platform Duurzame Inzetbaarheid is voor dienstverleners en professionals van organisaties hét netwerk voor alle vraagstukken rondom duurzame inzetbaarheid.

Sparringpartner voor elk inzetbaarheidsvraagstuk

INNOVATIE labs

In de NPDI **INNOVATIE labs** ontwikkelen wij toepasbare kennis met toegevoegde waarde voor organisaties en professionals.

KOBA-DI TOOL

Ken jij de Kosten-Baten tool Duurzame Inzetbaarheid (**KOBA-DI TOOL**)? Deze berekent de relatie tussen (verminderde) inzetbaarheid en productiviteit en in welke maatregelen je als organisatie het beste in kunt investeren.

EIGEN REGIE

Wil jij weten hoe je de **EIGEN REGIE** van medewerkers met het gebruik van coach leidraden kunt bevorderen? Deze 'tool' vind je op www.npdi.nl/eigen-regie

SLIM HYBRIDE WERKEN

De NPDI roadmap voor **SLIM HYBRIDE WERKEN** en voor Werken Op Onregelmatige Tijden.

(in ontwikkeling)

PARTNER WORDEN

Wil jij ook partner worden van hét netwerk voor duurzame inzetbaarheid en profiteren van kennis, inspiratie en een warm netwerk met vakgenoten?

Kijk dan voor meer informatie op www.npdi.nl en vraag vrijblijvend een Zoom kennismakingsgesprek aan met Guido Welter, directeur NPDI.

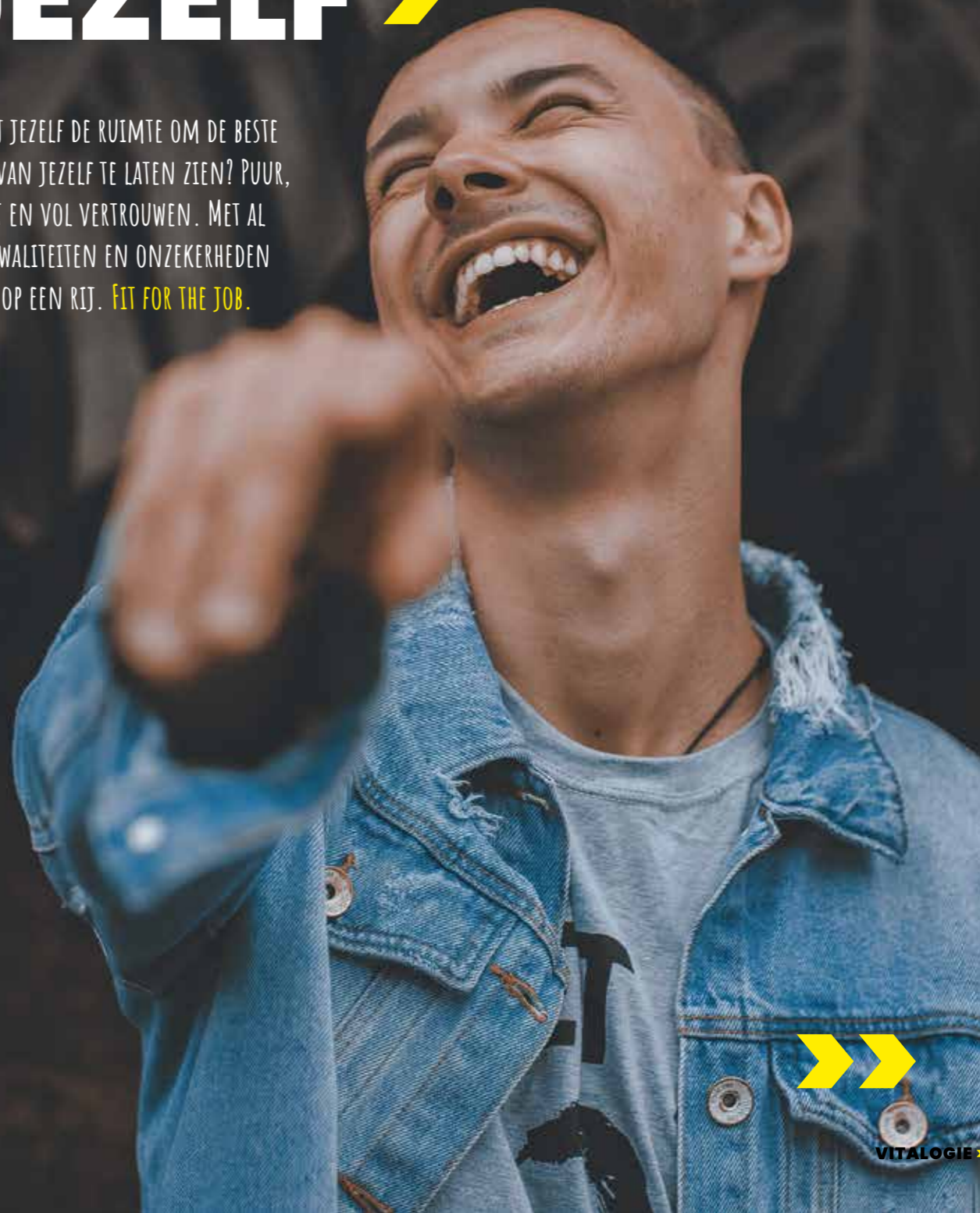
Wij delen en ontwikkelen state of the art kennis in offline en online netwerkbijeenkomsten voor met partners. Onze partners zijn wetenschappers, onderzoekers uit kennisinstellingen als TNO, HAN en professionals die de uitdagingen op de werkvloer kennen. Samen werken wij aan duurzame aanpakken voor alle inzetbaarheidsthema's.

www.npdi.nl

PERSONAL BRANDING

DE BESTE VERSIE VAN JEZELF >

GUN JIJ JEZELF DE RUIMTE OM DE BESTE VERSIE VAN JEZELF TE LATEN ZIEN? PUUR, OPRECHT EN VOL VERTROUWEN. MET AL JOUW KWALITEITEN EN ONZEKERHEDEN KEURIG OP EEN RIJ. **FIT FOR THE JOB.**



VITALOGIE > 7

Jouw personal brand is die beste versie van jezelf. En die is niet wezenlijk anders dan de échte versie van jezelf; het is vooral de meest reële en bewuste versie van jezelf. Eén die gezien mag worden. En gehoord. Maar hoe presenteer je de ideale jij? Personal branding helpt je om je ware ik boven te krijgen en 'm vol vertrouwen aan de buitenwereld te tonen.

Het klinkt zo pocherig, de beste versie van jezelf. Maar dat is het helemaal niet. Door na te denken over jouw identiteit, jouw imago en de impact van die twee factoren, kom je tot de kern van wie je bent, wat je kunt en wat je wilt. Het zijn die drie zaken die jou de stevigheid geven en het vertrouwen van anderen, om de kansen te grijpen en te krijgen om dat te doen waar jij energie van krijgt. En dat geldt zowel thuis als op je werk. Het is allemaal jij.

DE STOERE STAP NAAR ZELFREGIE

Oké, even een concreet voorbeeld. De secretaresse van een bankfiliaal zit al twaalf jaar trouw op haar post. Leuke plek, leuke collega's. Niet veel nieuws onder de zon, maar prima. Twee avonden in de week richt ze zich studiematig op haar hobby fotografie en elke zaterdag staat ze als assistent-coach langs de lijn tijdens de hockeywedstrijden van de D1, het team van haar jongste zoon. Op kantoor weet niemand dat verder, op één collega na. Totdat er nieuwe portretfoto's geschoten moeten worden

voor de website en de foto's ziekt afbelt... Haar collega oppert luchtig "Kun jij dat niet doen dan?" Dan neemt ze een dapper besluit. Die ochtend stapte ze naar haar manager en werpt zich op als fotograaf; laat het haar maar regelen. Het was even onwennig, maar ze coachte iedereen in de juiste pose en de portretten zijn fantastisch. De nevenfunctie van fotograaf beklijft en ze is niet langer die dame van de telefoon en administratieve rompslomp. Sinds die dag zit ze beter in haar vel dan ooit. Op haar werk, in haar studie, langs de lijn. Ze doet nu nóg meer wat ze wil doen en nam daarin zelf de regie. Hoe stoer is dat! Daarin schuilt de kracht van personal branding.

Veel mensen vinden bovenstaande stap enorm lastig. Ze zijn zomaar het bedrijfsleven ingerold vanuit een studie en rollen weer door. Maar zonder een echt doel lopen velen daar op een gegeven moment op vast, ze missen een promotie, krijgen een volgende functie niet. En dan komt het erop aan. Stel jezelf de vraag waar jij energie van krijgt, waar jij waarde kunt en graag wilt toevoegen. En dat bespreek je niet in een functioneringsgesprek alleen. Daarin moet je zelf de regie nemen. Om de juiste richting voor jezelf te bepalen is personal branding cruciaal. Want wanneer jij de regie zelf in handen hebt, je doet wat je wilt doen en daarin gekend wordt, dan straalt je dat ook uit.

JOUW PERSONAL BRAND IN DRIE STAPPEN

Een gedegen personal brand, ontstaat door jouw drie I's te bepalen: identiteit, imago en impact. Personal branding start vanuit je karakter, je vaardigheden, passies en talenten. En daar zit ook werkervaring in, want jouw ervaring is uniek. Alles bij elkaar bepaalt dit **jouw identiteit**. Bekijk jezelf hiervoor vanuit

verschillende perspectieven; waar was je goed in als kind, wat vind je leuk om te doen, waar mag een ander jou voor wakker maken? En natuurlijk zijn ook ambities onderdeel van jouw identiteit, die bepalen je doel. Want zonder doel geen beweging. Dus als je echt een stap wilt zetten, is onderzoek naar jouw identiteit het startpunt.

Fast forward; nu jij voor jezelf veel beter weet wie je bent, komt het dan ook zo over? Ervaren jouw omgeving, je collega's, klanten, kennissen of zelfs je familieleden dat ook zo? Kortom, komt **jouw imago** overeen met jouw identiteit. Het antwoord op deze tweede stap op de zoektocht naar jouw personal brand, kun je in de vorm van feedback ophalen bij anderen. Stel de vraag hoe een ander je ziet. Durf jij puur en oprecht jezelf te zijn? Doe je de dingen op jouw manier, of doe je sommige dingen juist niet? Veel mensen die opgevoed zijn met het idee dat het belangrijk is wat anderen van je vinden bijvoorbeeld, zijn veel meer bezig met sociaal gewenst gedrag. Daar is helemaal niets mis mee, maar dat kost onbewust veel energie en anderen prikken misschien door die mismatch met jezelf heen.

Als jij weet wie je bent, waar je voor staat en hoe je omgeving dat ervaart, dan kun je daarin keuzes gaan maken. Keuzes zoals, wat doe ik met de feedback uit mijn omgeving, hoe ga ik daarmee om. Dan is het tijd voor de derde stap: bepaal **jouw impact**, de manier waarop jij je manifesteert. Dus ook hoe je bijvoorbeeld omgaat met social media. Daarop kun je zelf veel regie houden. De keuzes voor kanalen, de teksten die je typt, de foto's die je kiest, maar ook de groepen, clubs organisaties waar jij je prettig bij voelt. Alles is onderdeel van jouw brand.

Stel jezelf de vraag waar jij energie van krijgt, waar jij waarde kunt en graag wilt toevoegen.



GUN HET JEZELF GEZIEN TE WORDEN

Jouw personal branding geeft een richting voor jezelf. Uiteindelijk bepalen jouw persoonlijk leiderschap en de wijze van communiceren of je het ook daadwerkelijk gaat doen. Jouw doel ook echt bereikt. Dat vraagt consistentie vanuit gedrag en karakter, dus van binnenuit. Maar daar moet je buitenkant dan ook wel een beetje op aansluiten. Een eerste indruk doet heel veel. Ben vooral wie je bent, al vragen sommige momenten, functies of gelegenheden om wat extra sturing van jezelf. Past jouw outfit bij de gelegenheid? Leef je op van die gele jurk? Maakt die nieuwe bril je niet onnodig oud? Allemaal zaken waarmee je anderen op het verkeerde been kunt zetten over jezelf, maar ook zaken die mogelijk bijdragen aan jouw zelfvertrouwen en uitstraling. Realiseer je ook dat nieuw gedrag – zoals bijvoorbeeld juist wel communiceren terwijl je voorheen liever je mond hield – in het begin best onnatuurlijk voelt. Maar door het vaker te doen, wordt het ook 'eigen'. Eén tip: doe vooral wat goed voelt en wat vanuit jou pure, authentieke 'ik' bijdraagt aan het bereiken van jouw doel. Jouw personal brand moet je iets opleveren. Het is wie je bent, de beste versie van jezelf zelfs. En die mag gezien worden!

Jocelyn Rebbens is economisch psycholoog. Ze geeft training, workshops en coaching op het gebied van o.a. personal branding en persoonlijk leiderschap en heeft veel ervaring in management development en marketing van professionals in organisaties.