

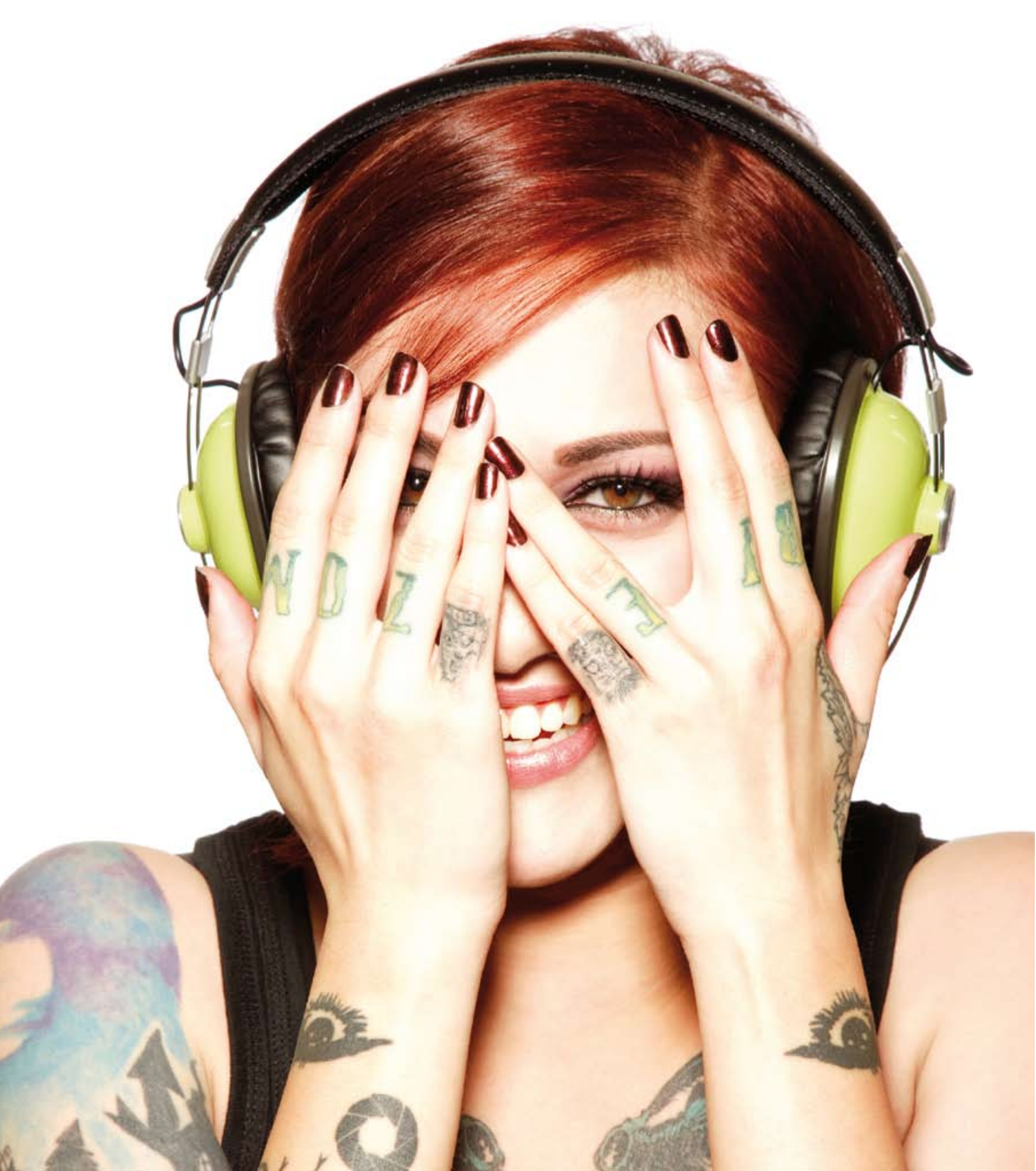
Ik ben *mezelf* Er zijn al zoveel *anderen*

*Personal branding: inhoud, marketing
en sales van professionaliteit*



Interview over

PERSONAL BRANDING DOOR VIBEKE VITERI



IK BEN MEZELF

Personal branding is een manier om het allerbeste uit jezelf te halen. Maar om een uniek en sterk merk te zijn, moet je jezelf eerst heel goed kennen en vooral ook laten kennen ...

Als ik jou bij iemand anders zou beschrijven, wat moet ik dan eigenlijk écht over jou vertellen? Wat is het eerste en allerbelangrijkste? Dat kan professioneel zijn, of privé, of een mix van die twee.

Het spel Brand New You helpt je (with a little help from your friends) op weg met je zoektocht naar het beste in jou.

Dat personal branding niet vrijblijvend is maar tegenwoordig eigenlijk een must, bewijzen Cees Harmsen en Rolf Rosenmöller in This is your wake-up call, een mooi vormgegeven boek over de noodzaak van het beste uit jezelf halen in barre (crisis)tijden.

We laten Cees aan het woord:

Wat is personal branding? Hoe leer ik dat?

CH: Personal branding is bewust gebruikmaken van de talenten en kwaliteiten die jou onderscheiden. Met je personal brand communiceer je waar je voor staat en wat je doet: jouw unieke waarde voor je werk. Je beïnvloedt daarmee op een professionele manier de wijze waarop anderen jou zien, je doet een belofte over wat mensen van jou mogen verwachten als jullie in de toekomst gaan samenwerken. Je kunt leren jezelf als een personal brand te manifesteren door te werken aan de drie O's:

- Onderzoek waar je talenten, passie en kwaliteiten liggen. Waar ben je goed in? Wat geeft je plezier? Wat doet je hart sneller kloppen?
- Ontwikkel je talenten en sterktes door er bewust gebruik van te maken in diverse leeromgevingen
- Onderneem bewust en consistent actie in het opbouwen van een positief beeld bij anderen.



This is your wake-up call

Personal branding voor professionals

CEES HARMSEN EN ROLF ROSENMÖLLER

€ 24,95 | 184 blz | ISBN 978 90 5871 421 3

Waarom zou ik aan personal branding doen? Wat levert het me op?

CH: De wereld zoals we die nu kennen, verandert in hoog tempo. Binnenkort staan miljoenen BRIC'ers (Brazilianen, Russen, Indiërs en Chinezen) aan de poorten van Europa te rammelen om onze afzetmarkt te betreden met hun kennis, diensten en producten. Omdat de moderne, mondiale economie een open systeem is van competitie en samenwerking, zul je om succesvol mee te kunnen blijven doen niet doorsnee moeten zijn maar juist moeten uitblinken.

Als je een oorspronkelijke 'brand' wil zijn, wat is dan het allereerste dat je af moet leren en/of nooit moet doen?

Wat is taboe voor een sterke personal brand?

CH: Imiteren. Teveel mensen zingen liever de karaokeversie dan hun eigen lied. Dat is jammer, want daarmee kom je nooit verder dan een slap aftreksel. De essentie van personal branding is authenticiteit en die moet je toch echt in en bij jezelf zoeken. Een ander 'taboe' is veel lawaai maken. Alsjeblieft geen oppervlakkig geschreeuw en overloos gebral, maar eigenheid en originaliteit. Dat is wat telt. De onlangs overleden Eckart Wintzen is een mooie personificatie van personal branding. Dus welke mensen inspireren jou tot eigenzinnigheid en originaliteit? Wat kun je van ze leren zonder ze te imiteren? Zie het als een uitgelezen kans om een authentieke en persoonlijke invulling te geven aan de wijze woorden van Aristoteles: De maatstaf van menselijk geluk ligt in de mogelijkheid je potenties te verwezenlijken.

We leven in een merkenmaatschappij. Een van de belangrijke identificatiepunten in een Hyves-profiel zijn de merken die de hyver 'aanhangt'. Welke rol blijft dan nog over voor 'het merk ik'?

CH: Leuke vraag. Bestaat 'het merk ik' alleen uit de som der delen of is het meer dan dat? Uit onderzoek blijkt dat één of twee (ken)merken het totaalbeeld dat wij van een persoon hebben, gigantisch kunnen beïnvloeden. De samenstellende delen hebben dus verschillende wegingsfactoren. Houd daar rekening mee en 'ontwerp' je 'merk ik' bewust op consistentie. Ga na welke authentieke indruk je graag wilt maken en kies de (ken)merken die daarbij passen.

Stephen Bayley, een absolute autoriteit op het gebied van moderne design en cultuur, verwoordt het zo: 'Self-invented people are the most interesting ones of all. Technically, you and I are 96.2 percent the same. The difference is in the intangibles of the personality we create for ourselves. You are your own finest creation'.

Heb je nog iets toe te voegen?

CH: De leukste quote over personal branding voor boven je bed komt van Loesje: 'Ik ben niet anders. De rest is zo hetzelfde'.

Personal branding

PIETERNEL DIJKSTRA TEST
'Brand new you'



STERK MERK:



Pieterneel is psycholoog en schrijfster. Ze schrijft voor populaire tijdschriften zoals de *Libelle*, *Santé*, en *Psychologie Magazine*. Daarnaast

schrijft ze populair-psychologische boeken over de liefde en geeft ze lezingen. Ook doet ze wetenschappelijk onderzoek naar relaties, gezondheid en lichaamsbeeld. Pieterneel maakt ook psychologische tests, vaak in samenwerking met 123test.nl. Voor Thema heeft ze *Het Relatiespel* gemaakt.

Dr. Pieterneel Dijkstra
(www.pieterneldijkstra.nl)



Brand new you

Rond de tafel over identiteit, imago en impact

CARLA GEENEN,
KEES IZELAAR EN
RUTGER SLUMP
€ 37,95 | spel met 56 kaarten
ISBN 978 90 5871 411 4