О чем расскажет ваш личный бренд

Личный бренд сегодня, пожалуй, — одна из самых востребованных тем. Более 90% людей связывают личный бренд с карьерным успехом. Мы постоянно презентуем себя миру: устраиваясь на работу, претендуя на повышение, привлекая клиентов или развивая собственное дело. Личный бренд — любопытная сущность: он существует независимо от нашего желания управлять им. Без осознанного подхода он развивается стихийно, а грамотное управление позволяет сформировать образ, который работает на нас и подчеркивает ключевые компетенции и ценности

текст
Оксана Морсина,
управляющий партнер Regroup



Что такое личный бренд

Личный бренд представляет собой целостную систему управления собственной профессиональной идентичностью. Его формирование зависит от вашего опыта, результатов работы, взаимодействия с вашим окружением и тех ключевых ценностей, которые определяют вас как уникальную единицу.

Пик увлеченности личным брендом пришелся на начало 2020-х, спасибо цифровизации и социальным сетям. Был момент, когда эта тема так захватила умы, что в личном бренде почти не осталось ничего аутентичного, и стремление казаться превалировало над тем, чтобы быть. Это и есть основная ошибка в создании личного бренда — люди строят его не из того, во что верят и кем являются, а исходя из запроса целевой аудитории. Сейчас такого уже меньше, мы подходим к личному бренду более осмысленно, гордимся тем, что является частью нас, а не стесняемся этого. Мы видим более «здоровый» тренд на искренность и аутентичность. Любые расхождения с реальностью, а они всегда выявляются опытными хедхантерами, — это тревожный звонок.

Поэтому к публичной информации советую относиться с осторожностью. Я знаю много случаев, когда проекция личного бренда расходилась с тем, что человек собой представлял как профессионал и руководитель. Публичная информация может оказаться очень манипулятивной. Поэтому в работе я в большей степени отпираюсь на неформальные каналы коммуникации, на деловое сообщество, нетворкинг и круг людей, с которыми человек взаимодействует.

Моя практика работы в сфере подбора и консалтинга руководителей высшего звена подтверждает важность четкого понимания потенциального сотрудника. Устоявшийся, сформированный бренд помогает в трудоустройстве и соискателю, и работодателю, делает многое очевидным уже на этапе первоначального исследования.

Как человек работает, каких добивается результатов и успехов, какие вызывает ассоциации у знающих его людей, какие ценности защищает и как ведет себя в обычной жизни — тоже часть личного бренда. Личный бренд помогает человеку в продвижении по карьерной лестнице, а хедхантерам — в поиске подходящих кандидатов: можно спрогнозировать, годится соискатель для работы в компании или нет. Как говорил один мой клиент, владелец крупного российского банка: «Ты увидел человека и понял, ему ничего объяснять не нужно». Когда у тебя есть выстроенный личный бренд, про тебя действительно уже многое объяснять не нужно.

Ошибка в создании личного бренда — люди строят его не из того, во что верят и кем являются, а исходя из запроса целевой аудитории

Формирование стратегии личного бренда

Когда в России говорят о личном бренде, в первую очередь имеют в виду представленность в соцсетях. Но создание личного бренда — это глубокая целенаправленная работа по формированию профессиональной идентичности. Той, которая есть сейчас и, что важнее, какой вы ее представляете себе в отдаленном будущем.

На любом этапе карьеры нам важно представлять долгосрочную, скажем так, финальную картинку своего карьерного пути и планировать ее на несколько шагов вперед. В основе такого планирования лежит стратегия. Свой личный бренд нужно выстраивать, исходя из этой стратегии, большой профессиональной цели, которая перед вами стоит. Не стремитесь казаться, не придумывайте о себе то, чего нет. Каждый человек от рождения наделен всеми талантами, которые ему нужны для профессиональной и личной жизни, главное — их «распаковать». Действуйте, исходя из динамической ситуации. Переизобретайте свой личный бренд в зависимости от того, что происходит в вашей жизни, как меняются контекст, обстоятельства. Необходимо периодически переоценивать и обновлять имидж, учитывая изменения внешней среды и собственные потребности.

Хотя общие принципы универсальны для мужчин и женщин, существуют некоторые особенности. Женщинам свойственно большое внимание к деталям внешнего вида, включая одежду, аксессуары и макияж. Одним из примеров служит использование «говорящих» украшений главой Центрального банка России **Эльвирой Набиуллиной.** Считается, что ее броши рассказывают о текущем положении в экономике страны. Как объясняла глава ЦБ, она выбирает броши в соответствии с ситуацией и настроением. Для мужчин важны аккуратность и соблюдение дресс-кода, но акцент на стиле проявляется реже.

Люди с проработанным личным брендом в два раза чаще получают повышение по карьерной лестнице, чем те, кто его не имеют

Вверх по карьерной лестнице

При построении карьеры наличие сформированного личного бренда значительно повышает шансы на карьерное продвижение. Люди с проработанным личным брендом в два раза чаще получают повышение по карьерной лестнице, чем те, кто его не имеют. Поэтому, если вы стремитесь строить карьеру, хотите сократить путь к повышению, к тому, чтобы подниматься быстрее по карьерной лестнице, этой темой стоит заниматься.

Если не развивать личный бренд целенаправленно, то восприятие вас другими людьми может не соответствовать вашим реальным профессиональным качествам и вы можете начать упускать возможности. Я знаю людей, которые из года в год на личном бренде кочуют из организации в организацию, пуская пыль в глаза. Становится обидно за профессионалов, которые прекрасно работают, являются настоящими двигателями компании и при этом не получают вознаграждения ввиду своей скромности или из-за того, что у них руки не доходят до себя. Это в полной мере можно отнести к женщинам, которые чаще страдают от синдрома самозванца и чаще соглашаются на более скромные карьерные условия.

Если говорить о популярных нынче портфельных карьерах, когда управленцы могут развивать дополнительный трек, например, участвуя в работе советов директоров и наблюдательных советах, здесь личный бренд более чем желателен. Это позиции, на которые попадают люди, доказавшие свою профессиональную и экспертную состоятельность.

Если говорить на языке бизнеса, личный бренд — это ваш актив, который всегда будет с вами, и в ваших силах повышать его капитализацию. И заниматься им нужно системно и вдумчиво, рассматривая его не как модную блажь, а как долгосрочную инвестицию. Б.О

Если говорить на языке бизнеса, личный бренд — это ваш актив, который всегда будет с вами, и в ваших силах повышать его капитализацию