



personal
BRANDING

Osobni brending

- Nensi Araminčić, mag.med.lab.diag.
- prof. izvrsna savjetnica
- Medicinska škola u Rijeci
- 8. studenoga 2024.

Ova prezentacija obuhvaća:

- definiciju brenda
- svrhu brendiranja
- PIE model uspješnosti
- hard i soft vještine
- korake u izgradnji osobnog brenda.



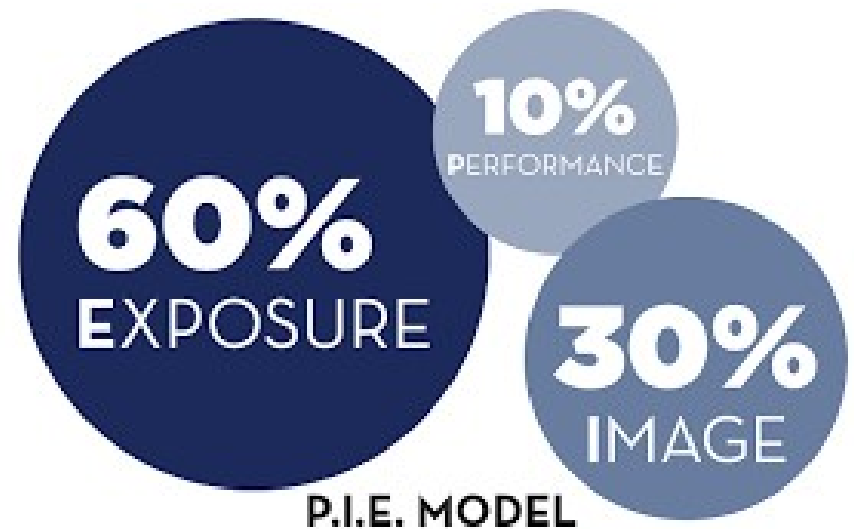
Definicija brenda

- Brend je skup dojmova koje ima javnost o nekoj tvrtki, proizvodu ili osobi.
- Osobni brend je svjesna i namjerna težnja stvaranja javne percepcije o pojedincu kako bi ga se pozicioniralo kao autoritet.
- Osobni branding je proces kojim se pojedinac pokušava prezentirati u što pozitivnijem izdanju. To je prikazivanje vlastitih profesionalnih kvaliteta i razvoj prepoznatljivog imidža u svrhu profesionalnog napretka.
- Osobno brendiranje uključuje sve što čini osobnost pojedinca: način na koji komunicira, za što se zalaže, ono čime se ističe i čime privlači ljude.



Svrha brendiranja

- Osobno brendiranje povećava prilike za napredovanjem u karijeri, gradi autentičnost, povjerenje i poslovne veze.
- Prilikom osobnog brendiranja koristi se **PIE model** (engl. **P**erformance **I**mage **E**xposure) koji označava vlastitu izvedbu, sliku i doseg.
- Izvedba znači da pojedinac u svom radu mora postići izuzetne rezultate. Gradi 10% uspjeha.
- Slika govori o tome što drugi ljudi misle o pojedincu. Gradi 30% uspjeha.
- Doseg se odnosi na to da okolina zna što pojedinac radi i za što se zalaže. Gradi 60% uspjeha.

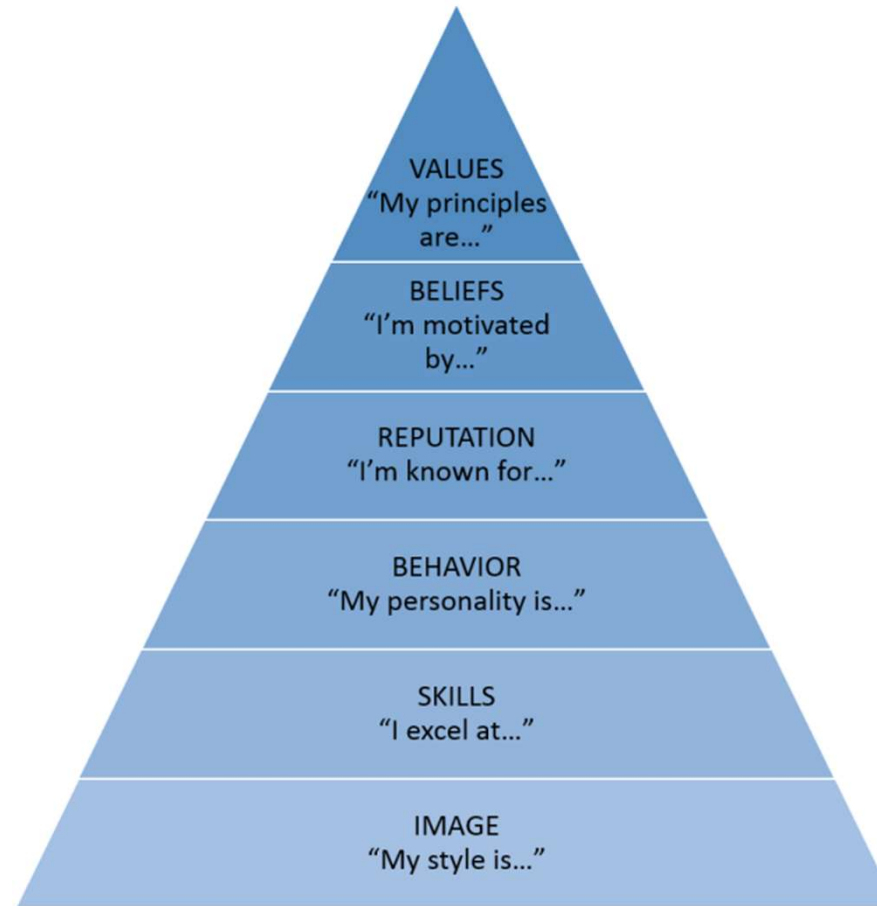


Osobni brend odgovara na pitanja:

- 1. što pojedinca čini jedinstvenim, drugačijim od ostalih?
- 2. koje ključne riječi padaju na pamet ljudima o pojedincu kad nije nazočan?
- 3. po čemu pojedinac želi biti poznat?
- 4. kako donosi vrijednost društvu/svijetu?
- 5. po čemu se ističe u odnosu na konkurenciju?



Piramida
osobnog
brenda



Elementi
osobnog
brenda



Hard i soft vještine prilikom brendiranja

- Hard i soft vještine važne su u osobnom brendiranju.
- Hard vještine su primjenjive vrijednosti poput: pisanja, kreiranja strategija, edukacija...
- Soft vještine su atributi poput: komunikativnost, otvorenost, motiviranost, inovativnost, brzo razmišljanje, neovisnost...



Timski rad

- Tim je srce organizacije.
- To je specifična grupa ljudi koji imaju zajedničku svrhu i cilj te kolektivnu odgovornost.
- Članovi tima obavljaju zadaću koja doprinosi uspješnosti organizacije.
- U modernim korporacijama tim broji 5-12 članova, idealno 7.



Koraci u izgradnji osobnog brenda

- **1. identificiranje znanja, vještina i talenta** – isticanje onoga što nas čini drugačijima od ostalih; pripremljen popis vlastitih kvalifikacija, nagrada, priznanja, diploma, potvrda, istaknutih medijskih nastupa i primjera vlastitog rada te izjave korisnika usluga
- **2. pozicioniranje u svom području djelovanja** – pojedinac konstantno mora raditi na sebi i educirati se kako bi postao stručnjak u svom području djelovanja
- **3. objavljivanje** – naglasak je na komunikaciji sa ciljanom publikom kako bi isti stekli što pozitivniji dojam.
- **4. povezivanje** – u društvenim grupama se stvara povjerenje i lakše se iskreno komunicira
- **5. biti ista osoba online i offline** – neophodno je imati iste stavove i opredjeljenja na društvenim mrežama i u vlastitom životu.



Online i offline kvalifikacija brenda

- Online i offline kvalifikacije brenda čine dizajn brenda.
- Naziv, boje, logotip, fontovi čine online kvalifikacije brenda.
- Fizički izgled pojedinca, stil odijevanja, način izražavanja i nastupa u javnosti čine offline kvalifikacije brenda.



Osobni
brend



Ne
zaboravite!



Gdje sebe
vidite u
budućnosti?





I believe in doing the
right things; that is
my character and
personality.

Gianluigi Buffon

I za kraj...