

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ЗАПОРУКА КАР'ЄРНОГО УСПІХУ

студент гр. МКмс-31/1м **Кириченко Т.В.**

Брендинг особистості дає можливість сформувати персональний бренд, бренд себе, який забезпечить створення відповідних умов вже для диктування своїх власних вимог до керівництва з метою отримання заробітної плати та поваги, як того насправді заслуговує особа, котра є професіоналом своєї справи.

Створити персональний бренд набагато простіше, ніж бренд компанії. В даному випадку головне бути впевненим у своєму таланті, вірити в свої навички та здібності, іншими словами – бути професіоналом своєї справи.

Персональний брендинг – це комплекс маркетингових заходів, спрямованих на популяризацію персони в очах цільової аудиторії та інформування останньої про професійні чи особисті якості персони.

Двигуном просування персонального бренду є репутація. Кожен першокласний фахівець повинен бути готовим у будь-який момент підтвердити свій статус, довести свою профпридатність. Це говорить про те, що з самого початку свого шляху необхідно піклуватися про свою репутацію, так як грамотно сформований позитивний статус – запорука успішного кар'єрного зростання.

Найбільш яскравими представниками успішно сформованого персонального бренду є: Коко Шанель, Луї Вітон, Джанні та Донателла Версаче – найуспішніші дизайнери, брати Клички – зірки світового боксу, Стів Джобс та Біл Гейтс – професіонали в сфері ІТ-технологій, брати МакДональди – засновники концепції ресторанів швидкого обслуговування.

З метою формування сильного бренду особистості необхідно дотримуватися основних правил його побудови, які ґрунтуються на поєднанні наступних складових (рис. 1).

Образ або Ваш бренд – він складається у свідомості інших людей, і ґрунтується на репутації – на тому як Вас сприймають оточуючі.

Ексклюзивність – передбачає формування бренду, який максимально вигідно відрізняє конкретну особистість від конкурентів (професійні здібності та навички).

Значимість – все, що робить особа, має бути цікавим і важливим для аудиторії.

Впевненість – демонстрація впевненості в собі, в своїй компетенції та профпридатності, готовність неухильно й наполегливо йти до своєї мети.

Підтримання статусу – необхідно постійно підтверджувати статус професіонала, в будь-якому місці і в будь-який час.

Цінності – в особистості повинні бути чітко сформульовані власні принципи, якими вона керується в житті і в роботі. Відступ від власних принципів може звузити аудиторію шанувальників та послідовників.

При побудові персонального брендингу необхідно уникати наступних базових помилок: Позиціонування. Під час формування звичайного бренду використовуються принципи товарного позиціонування, в той час як для бренду особистості важливою є самоідентифікація (ексклюзивність). Відсутність «великих вчинків». Становлення сильного бренду можливе за умови чіткого виокремлення у свідомості аудиторії конкретної особи (реалізація соціальних проєктів, матеріальна підтримка). Боязнь критики. Відсутність критичних висловлювань в бік особистості свідчить про відсутність до неї інтересу на ринку. Помилки першого враження. Перше враження зберігається в пам'яті протягом доволі тривалого часу.

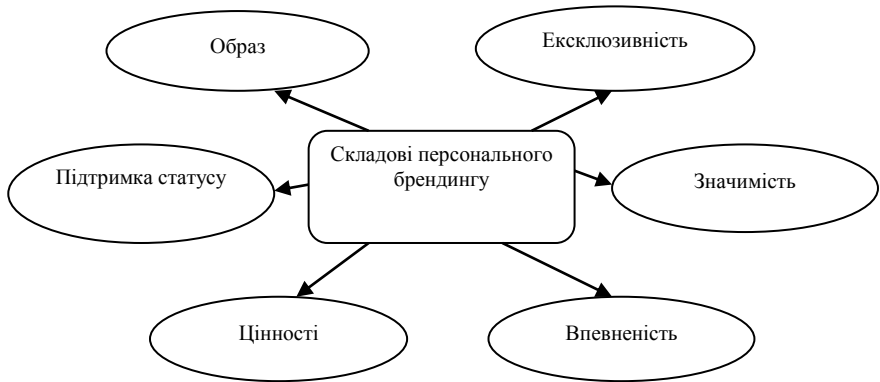


Рис. 1 – Складові персонального брендингу

Отже, врахування основних складових персонального брендингу та уникнення найбільш розповсюджених помилок допоможуть сформувати сильний бренд особистості.

1. Что такое персональный брендинг? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://teenbiz.ru/?p=92>

2. Самые частые ошибки в персональном брендинге [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.personafactor.ru/index.php?id1&article=64>

Науковий керівник: ст. викладач **Івашова Н.В.**

Кириченко, Т.В. Персональний брендинг як запорука кар'єрного успіху [Текст] / Т.В.

Кириченко; наук. кер. Н.В. Івашова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 251-252.