

به یاد یکتای بی همتا

## ۲۱ استراتژی قدرتمند برای ایجاد برند شخصی

به عنوان یک فرد بلندپرواز و صاحب کسب و کار خدمات محور، مهم است که شما برند خودتان را به رسمیت بشناسید. هر نظر، پست و تعامل آنلاین یا آفلاین صدای برند شما را منتشر می کند و می تواند اثر مثبتی بر شهرت شما داشته باشد.

در ادامه به ۲۱ استراتژی حیاتی در این خصوص اشاره خواهیم کرد:

۱. یک برند شخصی باید شما را به عنوان متخصص در رشته خودتان معرفی کند نه یک استاد سطحی

در همه زمینه ها. شما بر چه چیزی متمرکز هستید؟

۲. آیا شما دارنده شغل خدمات محور هستید؟ مشتری شما دقیقاً بر روی شما سرمایه گذاری می کند

اطمینان حاصل کنید که شما فاکتور انسانی یعنی صدای اعتمادتون را بر ارتباطات آنلاین قرار دادید.

۳. یک برند به یاد ماندنی همیشه پیام های سازگار و مرتبطی را ارسال میکند. آیا شما از طریق این

ارتباطات هایتان، برند شخصی را تقویت یا تضعیف می کنید؟

۴. یک پروفایل توییتر دارید؟ اطمینان حاصل کنید که شما یک لینک از وب سایت و رزومه خود که

با پیام ها و شهرت برند شما سازگار است دارید. (البته در کشور ما تلگرام از شبکه های مجازی

مورد استفاده است)

۵. با خلق یک رزومه ۱۴۰ حرفی نتیجه گرا و منفعت محور، در خدماتتان جذابیت ایجاد کنید.

۶. یک برند شخصی قوی به طور شفاف با ارزش بازار هدف ارتباط برقرار می کند. آیا ارتباطات آنلاین یا آفلاین شما به صورت شفاف در مورد بازار اصلی شما صحبت می کند؟
۷. یک صاحب کسب و کار هوشمند ، گفت و گوهای آنلاین در مورد برندش را کنترل می کند. آیا شما آنچه که افراد در موردتان می گویند را بررسی می کنید؟
۸. عمل و تعهد مستمری که منجر به ساخت یک برند قوی می شود همان چیزی است که می تواند تخریب کننده باشد به وسیله یک حرف بی برندها . **مراقبت کن از حرف هایت .**
۹. اطلاعات منفی یا Digital Dirty می تواند موجب تضعیف برند شما شود و یک مشتری را از شما جدا کند . **بر برندتان در همه فعل و انفعالات باقی بمانید .**
۱۰. از ارسال پیام های مبهم از برندتان در هنگام تبلیغ برنامه ها و خدماتتان خودداری کنید چون یک مشتری به اشتباه به شما پاسخ "نه" خواهد داد .
۱۱. صاحبان کسب و کار آگاه می دانند که برنامه ریزی و اقدام سازگارانه موجب می شود برندشان در صدر رقابتشان قرار گیرد . **آیا شما این کار را انجام می دهید؟**
۱۲. اطمینان حاصل کنید که می توانید ارزش و مزایای برند خودتان را در کمتر از ۳۰ ثانیه یا ۱۴۰ حرف بیان کنید .
۱۳. آیا از رسانه ای اجتماعی به عنوان بخشی از بازاریابی استفاده می کنید؟ **اطمینان حاصل کنید که سوابق و پیام های شما با همه سیستم عامل ها سازگار باشد .**
۱۴. صاحبان کسب و کار: هیچ چیزی قدرت بیشتری از یک برند معتبر ندارد . **آیا شما واقعی در برندتان نشان داده می شود؟**
۱۵. صاحبان کسب و کار خدمات محور : آیا می خواهید موقعیت تحقق اهداف خود را افزایش دهید؟ **ساخت یک برند قدرتمندی که ویتترین تجربه های شما باشد را دنبال کنید .**

۱۶. یک کاراکتر مثبت که افراد اغلب برای توصیف شما آن را به کار می برند چیست؟ آیا آن کاراکتر

با برند شما هم راستاست؟

۱۷. افراد، کسب و کار را با برندهایی که آن ها را می شناسند، دوست دارند و اعتماد دارند انجام می

دهند. برند شما چگونه در برابر این موارد اندازه گیری و ارزیابی می شود؟

۱۸. مشتری ایده آل خود را توصیف کنید. آیا آن ها همان افرادی هستند که شما و پیام های برندتان

آن ها را به کسب و کارتان جذب می کنید؟

۱۹. آیا اخیراً خود را گوگل کرده اید؟ آنچه نشان داده می شود می تواند بر شهرت شما تاثیرگذار

باشد. اطمینان حاصل کنید که آن برندتان است.

۲۰. صدای اقدامات (عملکردتان) بلندتر از کلمات است. آیا شما صدای برندتان را در آنچه که در

مسیر صحبت کردنتان انجام می دهید را محفوظ داشته اید؟

۲۱. آیا می خواهید برندتان سخت غیر قابل مقاومت شود و همه به سمت برند شما بازگردند؟ به

اشتراک گذاری اطلاعات ارزشمند به خصوص نیازهای بازار اصلی تان ادامه دهید تا آن ها دوباره

برگردند.

دکتر سعیده خادمی

مشاور و مدرس حوزه کسب و کار