



WAT JE ZEGT, BEN JE ZELF!

Ik was er virtueel bij, de 'Twoorlog' (Twitter-oorlog) die Youp van 't Hek verklaarde aan T-Mobile. Ik Twitter veel en was die dagen dus ook online. Twitter barstte uit zijn voegen. Iedereen vond er wat van. Een medewerker van een andere mobiele telefoonaanbieder Twitterde zijn mening dan ook spontaan aan mijnheer Van 't Hek en de boodschap was duidelijk "ik ben het helemaal met u eens. Dat is toch belachelijk! Tja, goed bedoelt waarschijnlijk en vooral heel spontaan maar vergeet niet: wat je online zegt IS je personal brand!

Door: Fiona Stoop



Als je op Twitter (of Hyves, Facebook, LinkedIn of andere sociale media) actief bent, dan doe je bewust of onbewust aan personal branding. Personal branding betekent eigenlijk niet meer dan het branden, het zeg maar vermarkten van je persoon. Online personal branding is heel erg krachtig: je laat zien wie je bent, wat je kunt en wat je doet. En het bereik is enorm. Als je het goed doet, liggen er kansen en heb je de mogelijkheid om je te profileren als 'expert' op je vakgebied. Sneller dan in het dagelijkse leven. Want de pc is niet meer weg te denken uit onze samenleving, evenals de mobieltjes.

Zoek, zoek, zoek!

Iedereen kent de weg naar Google inmiddels. En zeg nou eerlijk, wie zoekt ook niet regelmatig op internet de naam op van zijn collega? Uit onderzoek van Creyf's blijkt overgens dat 62 procent van de werkgevers kandidaten Google voordat ze hen uitnodigen voor een sollicitatiegesprek. Tijd dus om online in actie te komen. Tijd voor bewuste personal branding. Maar hoe doe je dat dan jezelf als expert profileren? In de volgende stappen vertel ik het je!

Stap 1.

Wie ben je? Waar ben je supergoed in (talent) en waar word je erg blij van (wat is jouw passie)?

Ik heb mensen gezien die een opleiding en een dosis werkervaring hadden op een bepaald vlak en daar soms zelfs ook erg goed in waren. Ze waren alleen niet gelukkig en dat is echt heel jammer! Tijd om stil te staan bij deze eerste stap!

Bovenstaande vragen worden makkelijk gesteld maar zijn moeilijker te beantwoorden; je moet er echt 'even' de tijd in steken. Maar zonder de antwoorden op die vragen ga je jezelf profileren zonder inhoud, je verkoopt een lege doos, een cadeauverpakking zonder cadeau. Zonde! Wanneer het minder goed voelt, werk je niet vanuit je sterkte.

Tips: Ga gedurende de dag eens bij jezelf na van welke taken en activiteiten je meer energie en minder energie krijgt. Ik doe het zelf meestal na een activiteit (een gesprek of een taak), "even nadenken wat ik hier nou van vond". Je kan ook gewoon een moment pakken: op weg naar huis in de auto of bijvoorbeeld onder de douche.

Vraag aan je baas, je vrienden, je collega's en je klanten feedback. Ze kennen je soms beter dan jij jezelf kent.

Stap 2.

Ideaalplaatje bepalen.

Bepaal wat je ambities zijn en je wensen. Wat zou je willen bereiken zowel zakelijk als privé? Wat is je ideale plaatje? Wat zou je altijd al willen doen? Waar wil je over vijf of tien jaar bekend om staan?

Tips: Ik geloof in de kracht van positiviteit. Durf hardop voor jezelf uit te spreken wat je dromen zijn, ook tegen anderen. Neem het heft in eigen hand. Jij bent de enige persoon die jouw dromen kan waarmaken! Laat je bij het bepalen van je ambities niet teveel afleiden door wat anderen zeggen. Ga af op je eigen passie en je eigen intuïtie.

Waar een wil is, is een weg maar blijf wel realistisch. Als je al jaren op de backoffice werkt en je droomt over een baan als piloot van een Boeing 777, dan is dat waarschijnlijk niet haalbaar.

Stap 3. Wat zijn je kansen in de arbeidsmarkt en hoe ziet je weg ernaar toe eruit?

Je hebt nu genoeg informatie om te gaan zorgen dat jij (h)erkend wordt om jouw kwaliteiten en te profileren: je weet wie je bent en je weet wat je wilt! En nu nog de weg ernaar toe: Wat ga je doen om te bereiken wat je wil bereiken? Formuleer acties en vergeet vooral niet om te genieten van de weg ernaar.

“ONLINE PERSONAL BRANDING IS HEEL ERG KRACHTIG: JE LAAT ZIEN WIE JE BENT, WAT JE KUNT EN WAT JE DOET”



Stap 4. Durven en doen doen doen!

Denk doelgericht, laat je (zakelijke) “ik” ook online zien en val op in positieve zin. Vraag jezelf af bij wie je wilt opvallen?

Tip:

Wees niet te pushy of te brutaal want dat is erg irritant. Wees positief! Je krijgt wat je geeft. Als jij positief bent is jouw omgeving dat ook sneller. Het is de toon die de muziek maakt. Sociale media zoals Facebook, Hyves, Twitter en LinkedIn zijn ideale manieren om jezelf te laten zien. Ik vind dat je in ieder geval een LinkedIn-profiel moet hebben met een nette foto en een goed verhaal in het licht van jouw droombaan. Reageer op LinkedIn-groepen die passen bij jou en jouw droombaan en op andere blogs die relevant voor jou zijn. Google af en toe op je naam of zet daar een google alert voor aan. Vergeet ook niet jouw Googleprofiel in te vullen. Allemaal in het licht van jouw droombaan.

Sociale media heten trouwens niet voor niks zo, ze zitten vol met sociale mensen die je graag willen helpen. Help ook eens af en toe anderen, het verstevigt je netwerk enorm! Helpen is ook: geholpen worden.

Stap 5. Blijf dicht bij jezelf, eerlijk naar jezelf. Authentiek.

Doe wat je zegt en zeg wat je doet, ook online. Dit is soms lastig omdat we allemaal in meerdere of mindere mate bezig zijn met wat anderen van ons denken. Stop daarmee! Jij hebt altijd gelijk als het gaat over jouw mening!! Als jij in je kracht zit (dus volledig het eerste punt benut) dan lijkt het trouwens wel alsof je stroop aan je billen hebt en komen ze naar jou toe omdat je dan uitstraalt dat het goed met je gaat en je lekker in je vel zit. Probeer het maar eens! Denk maar eens terug aan de momenten dat jij je lekker voelde: alles leek op dat moment vanzelf te gaan toch?

Stap 6. Ontwikkel jezelf continue.

Denk na over wat je nodig hebt om ‘er’ te komen: heb je een opleiding nodig? Bepaalde werkervaring? Welke specifieke vaardigheden wil je nog ontwikkelen? Bedenk wanneer je wat gaat doen: maak een actieplan en zet er data bij, maak het concreet. Vraag iemand waar je veel van kan leren binnen jouw bedrijf als mentor. Ga virtueel netwerken met mensen die al in het vak van jouw droom (of de functie van jouw droom) zitten en stel goede vragen. Actie à reactie!

Zoals te lezen was in CCM nummer 11 (2010) was Youp van ’t Hek de wake-up-call voor bedrijven die zaken doen met consumenten. Op de “tweets” van Youp

van ’t Hek, die hij via zijn twitteraccount de wereld in hielp, kreeg hij meer dan 30.000 reacties via Twitter en meer dan 11.000 e-mailberichten. De grote publieke belangstelling voor de omgang van bedrijven met hun klanten geeft de actualiteit rond de klanttevredenheid van contactcenters aan. Dus mocht jij of jouw medewerker de volgende keer de telefoon opnemen en je hoort: “Goede-middag, u spreekt met Youp van het hek. Ik bel u over het volgende”...Bedenk dan goed: wat je zegt ben jezelf!

Fiona Stoop is werkzaam als loopbaancoach en geeft diverse loopbaan-workshops. Zij verdiept zich graag in gedrag van mensen en alle nieuwe ontwikkelingen op de arbeidsmarkt zoals het nieuwe werken en jobmarketing. Fiona wordt blij van “de juiste mensen op de juiste plekken die zich bezighouden met datgene waar zij weer blij van worden”. Helemaal als zij daartoe heeft mogen bijdragen. Tenslotte vind zij ‘personal branding’ een essentieel onderdeel van je loopbaan. Zij is tenslotte bezig met het schrijven van een boek over het vinden van werk (banen én klanten) via Twitter.

 www.pintapeople.com

**“DENK MAAR
EENS TERUG
AAN DE
MOMENTEN
DAT JIJ JE
LEKKER
VOELDE:
ALLES LEEK OP
DAT MOMENT
VANZELF TE
GAAN TOCH?”**