



الجامعة الافتراضية السورية
SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY

مقرر مهارات التواصل والكتابة العلمية

الفصل السابع: بناء العلامة التجارية الشخصية

Information

Technology

Engineering



Powered by:



العنوان	رقم الصفحة
1. تعريف العلامة التجارية الشخصية	5
2. أهمية بناء علامة تجارية شخصية	5
3. خطوات إنشاء العلامة التجارية الشخصية	7
4. المهارات التي يجب عليك امتلاكها لتأسيس علامة شخصية قوية	13
5. استكشاف كيفية التقديم والتعامل مع العلامة التجارية الشخصية	14
6. تقنيات مفيدة لتطوير والمحافظة على العلامة التجارية الشخصية	17

كلمات مفتاحية:

العلامة التجارية الشخصية، مواقع التواصل الاجتماعي والمهني.

ملخص:

يتناول هذا الفصل التعريف بالعلامة التجارية الشخصية وبيان أهميتها وفوائدها، ويتم التعرف على أهم الخطوات لإنشاءها مع ذكر المهارات المطلوبة لتأسيس علامة تجارية شخصية قوية ومعرفة كيفية تقديم هذه العلامة الشخصية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مع ذكر أشهر مواقع التواصل الاجتماعي والمهني المفيدة في هذا المجال، وأخيراً بعض التقنيات والنصائح لتطوير والمحافظة على علامة تجارية شخصية قوية.

أهداف تعليمية:

بعد اطلاع الطالب على مضمون ومحتوى هذا الفصل، ستتوافر لديه القدرة على تحقيق الأهداف التالية:

- يتعرف على مفهوم العلامة التجارية الشخصية Personal Brand
- إدراك أهمية بناء علامة تجارية شخصية.
- يتعرف على خطوات إنشاء علامة تجارية شخصية.
- تمييز المهارات التي يجب امتلاكها لبناء علامة تجارية شخصية.
- يتعرف على تقنيات للمحافظة على العلامة التجارية الشخصية وتطويرها
- التعرف على أشهر المواقع الالكترونية المستخدمة لبناء وتطوير العلامة التجارية الشخصية.

مقدمة:

بعد تحديدك للأهداف المهنية الطويلة الأجل وتخطيطك للمسار المهني الذي ترغب بتحقيقه، يجب عليك أن تبني ما يسمى بالعلامة التجارية الشخصية لمساعدتك في تحقيق ما تسعى إليه مهنيًا، فمن خلال تطوير علامة تجارية شخصية يمكنك تشكيل صورة ذهنية لك عند الآخرين (من أن أنت، وماذا يمكن أن تقدم في حياتك المهنية اليوم وفي المستقبل).

كانت العلامة التجارية الشخصية في عصر الأعمال سابقاً تتلخص بتصميم وطباعة كروت عمل يتم مشاركتها مع الآخرين بمختلف المناسبات، ولكن التطور الرقمي وتطور وسائل الاتصال الاجتماعي دفع بهذا المفهوم إلى مستوى جديد يتعين فيه على الأفراد أن يصبحوا أكثر إبداعاً بتسويق أنفسهم وعرض مهاراتهم وخبراتهم في ظل المنافسة الجديدة في سوق العمل، حيث يقوم أصحاب العمل عادةً بعد الاطلاع على سيرتك الذاتية بالبحث عنك عبر شبكة الانترنت وخصوصاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمهني (LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube...etc.)، لمساعدتهم على معرفتك من خلال (معرفة الأعمال التي شغلتها سابقاً، وعلاقاتك الاجتماعية، وتوجهك المهني، ومعرفة شخصيتك من خلال منشوراتك)، لذلك عليك التأكد بأن شخصيتك وخصوصاً عبر الانترنت -لانتشاره وسهولة الوصول للمعلومات من خلاله- تحمل علامة تجارية شخصية مناسبة ومتسقة مع أهدافك المهنية.

ويمكن القول أن العلامة التجارية الشخصية تشبه العلامات التجارية الخاصة بالمنتجات مثل: (Nike, Ferrari, KitKat)، من ناحية اتباع نفس الخطوات لإنشاءها وأنها تُمتع حاملها بوجود مهني متميز، ومن أشهر الأشخاص الذين نجحوا بتطوير علامة تجارية شخصية هي أوبرا وينفري Oprah Winfrey وريتشارد برانسن Richard Branson، صاحب شركات David و Virgin mega Stores وBeckham، حيث قاموا بتطوير صورة ورسالة هادفة للعلامة التجارية الخاصة بهم وعززوها من خلال أعمالهم وأقوالهم. إذاً يمكن القول بأنه من خلال العلامة التجارية الشخصية يتم تكوين تصور (صورة ذهنية) عنك وعن سلوكك وما يمكنك القيام به من أعمال، وسيتم في هذا الفصل التعرف على مفهوم العلامة التجارية والشخصية وكيفية بناءها بشكل ناجح.

1. تعريف العلامة التجارية الشخصية Personal Brand:

تعكس العلامة التجارية الشخصية هويتك فهي تسلط الضوء على نقاط قوتك والمهارات التي تتمتع بها وتلك التي تسعى لاكتسابها، كما تُبرز اهتماماتك وقيمك وتُميّزك عن باقي المهنيين الذين يعملون أو يبحثون عن عمل في المجال ذاته لتبدو خبيراً في مجال عملك.

إنّ العلامة التجارية الشخصية هي مزيج فريد من المهارات والخبرات التي تكوّن شخصيتك، وهي الطريقة التي تقدم بها نفسك للآخرين وتجعلك مميزاً عنهم، ويصفها البعض بأنها استراتيجية تسويقية تستخدم بهدف إبراز مهاراتك وتمييزك بشكل إيجابي عن المهنيين في مجال عملك وإظهار تفوقك عليهم.

إذاً يمكن تعريف العلامة التجارية الشخصية بأنها: "الإدراك والانطباع الذي يكونه الآخرون عنك بالإضافة للمشاعر التي يشعرون بها عند التواصل معك، آخذين بالاعتبار مهاراتك وخبراتك وإنجازاتك".

ويمكن تعريفها ببساطة كما عرفها Jeff Bezos مؤسس Amazon: "علامتك التجارية الشخصية هي ما يقوله الآخرون عنك عندما لا تكون موجوداً".

"Your brand is what other people say about you when you're not in the room."

2. أهمية بناء علامة تجارية شخصية:

سواء كنت صاحب عمل مستقل أو موظف عادي أو مدير تنفيذي لشركة ما، يجب عليك إنشاء علامة تجارية خاصة بك لضمان استمرارك وتطورك في سوق العمل، بالإضافة إلى حتمية تطوير العلامة التجارية الشخصية في حال كنت تسعى للعمل الحر Freelance Work.

كما أنه حسب بعض الدراسات وُجد أنه تم رفض توظيف العديد من المرشحين بل وطرد العديد من الموظفين الذين كانوا على رأس أعمالهم بسبب محتوى ملفاتهم الشخصية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي والمسيئ لعمالهم أو المتضمن ممارسات غير جيدة في حياتهم (وهذا يبين أهمية ما تنشره عبر الانترنت وأنه يمكنك الاستفادة منه لبناء علامة تجارية شخصية إيجابية).

وسيتم استعراض بعض الفوائد التي تحصل عليها في حال تطوير علامة تجارية شخصية ناجحة:

1. زيادة القدرة على تمييزك بين الآخرين Increased Recognition:

فمن الأسهل العثور عليك عبر الانترنت عندما يكون لديك علامة تجارية شخصية (نظراً لتغير نمط الحياة في هذا العصر واعتماده بشكل كبير على التقنية، أصبحت عملية البحث عن الأشخاص شائعة جداً سواء كنت تريد إجراء مقابلة عمل فإنك تقوم بالبحث عن الشركة وعن المدير، وبالمقابل فإنّ مدير الموارد البشرية يقوم بعملية البحث عنك حتى قبل استدعائك للمقابلة، وعندما تريد حضور مؤتمر أو دورة تدريبية فإنك تقوم بالبحث عن المدرب وقراءة آراء المتدربين

عنه، وهذا يساعدك على اتخاذ قرار بالتسجيل أو عدمه). ويمكن القول أن الأشخاص حالياً أصبحوا كالمنتجات كل له علامته التجارية الخاصة به وكما في المنتجات يحتاج الفرد أن يسوق نفسه بتعريف الآخرين بالقيمة المضافة لعلمهم معه وترسيخ صورة له في عقولهم تدفعهم للثقة به والتعامل معه بشكل دائم وبدون تفكير بالبدائل وقد يتعدى الأمر مجرد تمييزك بين الآخرين ليصبح ترشيحك من قبل الأشخاص الذين تعاملت معهم لباقي أصحاب الأعمال، وبناء السمعة التنافسية والوصول إلى مرحلة التمييز عن الآخرين لا يحدث بشكل مفاجئ بل هو عملية تراكمية تحتاج لوقت ومجهود دائم.

2. كسب ثقة واحترام الآخرين:

حين تبني علامة تجارية شخصية جيدة يعني أنك تحافظ على مستوى متسق من الأداء الجيد وهذا سيرفع من مصداقيتك، حيث سيكون لأقوالك وآراءك في مجال العمل تأثير أكبر وسوف يتم الأخذ بها بنسبة أكبر مما لو لم يكن لديك علامة تجارية شخصية، وهذه الفائدة (تندرج تحت الحاجات التي يسعى الإنسان لإشباعها وفق هرم ماسلو للحاجات الإنسانية).

3. بناء الثقة مع العملاء وأصحاب العمل المحتملين واعتبارك خبير في مجال عملك:

حيث أن العلامة التجارية الشخصية تعتبر بمثابة تسويق شخصي يُطلع العالم على قدراتك الخاصة ويعرفهم بما تتميز به ويجعلك تختلف عن الآخرين من خلال تقديم رسالة واضحة حول شخصيتك والأعمال التي يمكنك تقديمها للشركة وسمعتك الطيبة وبالتالي خلق مكان لك في عالم الأعمال التنافسية، فالعلامة التجارية الشخصية تمكن أصحاب العمل من التعرف على القدرات التي تميزك عن غيرك من المهنيين بمجرد الاطلاع على اسمك.

- زيادة فرصة دعوتك للمؤتمرات وورش العمل والنشاطات التي تتطلب وجود خبراء في مجال عملك، نظراً لأهميتك والأثر الذي تتركه عند الآخرين سواء بأقوالك أو أفعالك.
- زيادة الثقة بنفسك: عندما تلمس أثر كلامك وآراءك ومدى تأثيرك في الآخرين.
- زيادة إنتاجيتك: لتحافظ على هذا الانطباع الإيجابي الذي حققتة وللمحافظة على جميع الميزات التي حققتها يجب عليك أن تطور نفسك باستمرار لتبقى متميزاً.
- زيادة فرص حصولك على مناصب قيادية: نظراً لقدرة تأثيرك بالآخرين.
- ضمان حصولك على أفضل الموظفين في حال كنت تسعى لإنشاء عمل مستقل: سيرغب أفضل المرشحين بالعمل معك.
- زيادة فرصتك للتعرف على أشهر أصحاب الأعمال في مجالك: وفتح مجالات للتعاون والشراكة وتوسيع الأعمال.. إلخ.
- زيادة الدخل: العلامة الشخصية الناجحة تصبح مقرونة بالأعمال التي تمارسها وبالتالي سينظر إليك بالمجال المهني كرمز للثقة والأصالة والجودة في مجال عملك، كل ذلك سوف

يؤدي إلى ارتفاع فرصة حصولك على المزيد من المقابلات بشركات الأعمال المهمة والحصول على عروض أفضل لمناصب ذات رواتب عالية وسيزيد من فرص حصولك على الترقية في منصبك الحالي، وزيادة فرص تعاونك وتأسيس أعمال مع أصحاب الأعمال، بالإضافة إلى زيادة بيع منتجاتك وخدماتك في حال كنت تعمل بشكل حر، كل هذا سيساهم في ارتفاع دخلك.

3. خطوات إنشاء العلامة التجارية الشخصية:

لإنشاء علامة تجارية شخصية متميزة يجب عليك اتباع الخطوات التالية:

1. حدد هدفك وخطط مسارك المهني **Determine your Career path and goal**: يجب

أن تحدد أهدافك عبر تخطيط مسارك المهني لأن إنشاء علامة تجارية شخصية وتمييزها من قبل الآخرين هي عملية تراكمية تطلب الوقت والجهد، وتختلف باختلاف الهدف فمثلاً إذا كنت تخطط للعمل محلياً فقط يختلف عن هدفك إذا ماكنت تسعى للعالمية وبالتالي تختلف لغة النشر، وإذا كنت ترغب بالعمل في قسم التسويق أو العلاقات العامة يختلف عما إذا كنت ترغب بالعمل في قسم المحاسبة ويجب الانتباه إلى أن مسارك المهني الذي تسعى إليه قد يختلف تماماً عن مجال دراستك.

2. اعرّف نفسك وحافظ على الأصالة **Know yourself and Be authentic**: قارن بين كيف

يراك الآخرون وكيف ترى نفسك (لتطوير ذاتك في حال وجود اختلاف)، إذ يجب أن تعكس العلامة التجارية الشخصية شخصيتك الحقيقية وليس ما تتمنى أن تصبح عليه، ولا تنسى أنه وفي ظل التطور التكنولوجي تطورت قدرة الأفراد على كشف الحقائق والشخصيات الوهمية، ويمكنك معرفة نفسك من خلال إجابتك عن الأسئلة التالية:

- ماهي رؤيتي وأهدافي؟ **Vision and Purpose**: ما هو تصورك عن مستقبلك و ماذا ستفعل لتحويل رؤيتك إلى حقيقة
- ما هي قيمتي؟ **values**: مبادئك التي تحدد كيفية تصرفاتك أثناء أدائك لمختلف الأعمال والأنشطة مع الانتباه إلى أن القيم والمبادئ تكون ثابتة ولا تقبل المساومة.
- ما هو شغفي؟ **Passions**: وهو ما يدفعك للقيام صباحاً من السرير وهو العمل الذي يجعلك متحمزاً وملئاً بالطاقة للقيام به.
- ماهي نقاط قوتي؟ قد يساعدك اختبار **Gallup's Clifton StrengthsFinder** **Assessment (GSF)** السلوكي في التعرف على نقاط قوتك.

- ماهي نقاط ضعفي؟ وكيف يمكنني تخطيها؟ ما هي المهارات، الشهادات، المعلومات، الصفات الشخصية التي تعيق تطوري وماهي الوسائل التي تساعدني على تجاوزها.
- ماهو الانطباع الذي يأخذه الآخرون عني عند التعامل معي؟ (مغرور، متواضع، طموح،... إلخ)
- ماالذي يدفع الآخرين للتعامل معي؟ (هل هي جودة العمل المنجز، إنجاز العمل ضمن الوقت المحدد، مهارات التواصل الجيدة،... إلخ).
- ماهي مواهبي؟ الموهبة هي أي عمل تقوم به بدون مجهود كبير وتستمتع بأدائه.
- ماهي الميزات التي لدي والتي أستطيع المنافسة بها؟ وهي تكون مزيج من نقاط قوتك ومواهبك وقيمك.

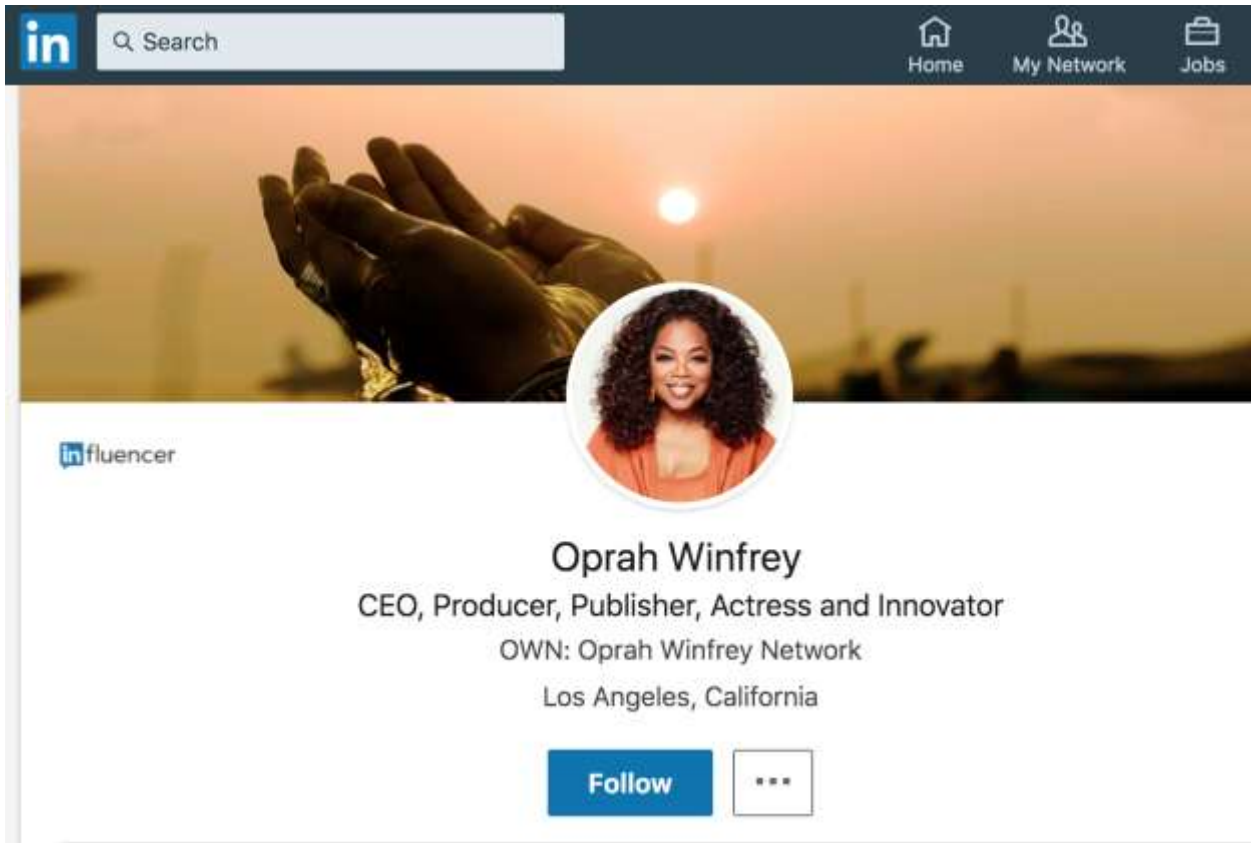
3. اعرّف من هم منافسيك Know Your Competition: وماهي ميزاتهم وماهي الطرق والوسائل التي يستخدمونها لاستعراض وتطوير علامتهم التجارية الشخصية، هذا سيساعدك على تمييز نفسك عنهم ، أي يمكنك الاستفادة من خبرتهم وتلافي أخطاءهم.

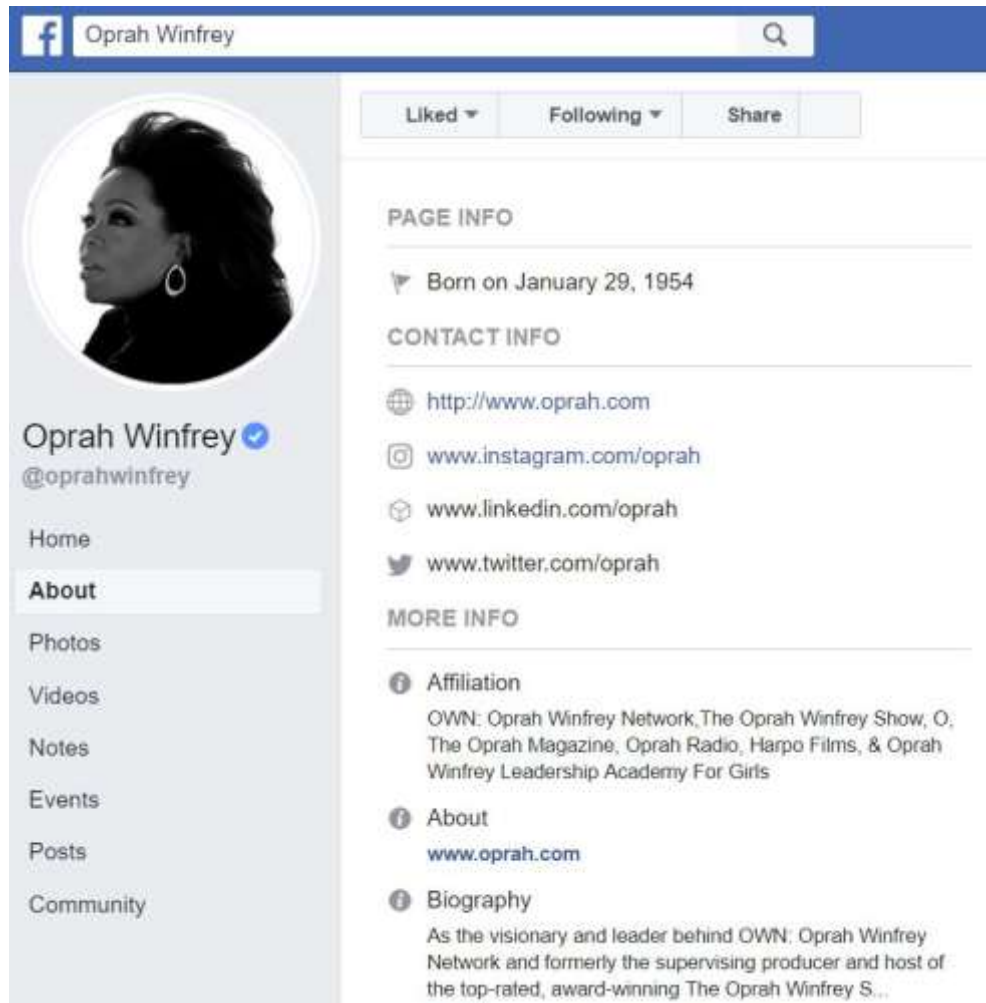
4. حدد جمهورك المستهدف Know Your Audience: من هم الفئة التي تريد الوصول إليها (أصحاب أعمال، مدراء، زبائن،... إلخ)، وما هي أهم خصائصهم، ما هو مكان تواجدهم الجغرافي، ماهي طموحاتهم ومخاوفهم ومشاكلهم، كل هذا سيسهل عليك معرفة كيفية تصميم وإيصال رسائلهم بالتوقيت المناسب لهم وباستخدام المنصة المناسبة.

5. اختر لغة للتخاطب Establish a unique tone of voice: وهي التي سوف تستخدمها من الآن فصاعداً للتواصل شفهيّاً أو كتابيّاً مع الآخرين، مثلاً (هل سوف تستخدم أسلوب الخطاب الرسمي أم غير الرسمي، هل ستستخدم حس الفكاهة أم اللغة الجدية فقط)، بالإضافة لتحديد نوع اللباس (رسمي، غير رسمي).

6. صمم الشعار الخاص بعلامتك التجارية الشخصية Create a Logo: يمكنك اختيار تصميم معقد أو بسيط لهويتك البصرية حسب مجالك لتسهيل تمييزك، ويمكن أن يحوي الشعار على اسمك مكتوب بطريقة فنية أو يمكن إدراج صورة أو رمز معه، وانتبه لاختيار الألوان لأنه لكل لون تأثير خاص، وينصح باختيار ثلاثة ألوان أو أقل.

7. حافظ على الاتساق Consistency: عندما تنشئ علامة شخصية تجارية خاصة بك، يجب عليك المحافظة على الاتساق الذي يعني على سبيل المثال (طريقة كتابة اسمك والوصف الخاص بك في جميع وسائل التواصل الاجتماعي بشكل موحد، استخدامك للغة الرسمية أو الغير رسمية يجب أن يكون في جميع المنصات ووسائل التواصل الشفهي والكتابي)، مثال الصفحة الشخصية لأوبرا وينفري Oprah Winfrey Profiles على جميع المنصات Facebook, LinkedIn and Twitter، متسقة من ناحية الشكل والمضمون، كما يشمل الاتساق النشر بشكل منتظم وتخطيط هذه المواعيد بشكل جيد يناسب الجمهور المستهدف وعدم النشر بشكل عشوائي.





شكل 1: Oprah Winfrey Profiles on Facebook, LinkedIn and Twitter

8. اكتب السيرة الذاتية المختصرة Bio واكتب Brand Statement: يمكن أن تكون ال Bio

مختصرة أو طويلة ويمكن أن تحوي الكثير من المعلومات الشخصية، ولكن بشكل أساسي يجب

أن تحوي إجابات الأسئلة الثلاثة التالية

▪ من أنت (كتابة الاسم) Who you are

▪ ماذا تفعل What You do

▪ أين هو مكانك Where to find You

بالنسبة لل Brand Statement يجب أن تعكس صورة إيجابية أي الصورة التي ترغب أن يكونها

الآخرين عنك وما هي الميزات التنافسية التي لديك وما الذي تستطيع تقديمه لجمهورك.

Oprah Winfrey

CEO, Producer, Publisher, Actress and Innovator

OWN: Oprah Winfrey Network

Los Angeles, California

شكل 2: مثال عن Bio



Jonah Silberg • 3rd

Sales Team Lead at Wistia

Wistia • Northeastern University

Greater Boston Area • 500+

InMail

View in Sales Navigator

...

Helping businesses make their marketing more human with video @Wistia. Son of a beverage distributor and kosher caterer. Always grilling.



شكل 3: مثال عن Brand Statement

9. حدد الأدوات التي ستستخدمها في التواصل: يوجد عدة أدوات يمكنك استخدامها في التواصل مع جمهورك من أهمها: (الكتب، التحدث عبر وسائل الاتصال العامة، الموقع الإلكتروني، المدونات الإلكترونية Blogs، البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي مثل: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube)، لذلك يجب عليك تحديد أي الأدوات ستستخدم والتي تناسب جمهورك المستهدف بشكل أساسي.

4. المهارات التي يجب عليك امتلاكها لتأسيس علامة شخصية قوية:

عندما تقوم بتأسيس علامة تجارية شخصية خاصة بك سيزداد عدد متابعيك وستجد نفسك مضطراً لتخطيط مواعيد نشرك للمحتوى الذي ترغب به وتخطيط مواعيد ظهورك عبر وسائل الإعلام،.... إلخ، ولكي تستطيع التأثير في الآخرين يجب عليك نشر محتوى مفيد لهم ويجب عليك امتلاك عدة مهارات سوف نذكر أهمها:

- **مهارة الكتابة Writing:** يجب أن تكتب بطريقة واضحة ومفهومة، مع الانتباه للغة الكتابة المستخدمة والتي تختلف باختلاف الجمهور ويمكنك في حال كانت كتابتك ضعيفة إما (التعلم والتدريب على الكتابة الواضحة وهو الأفضل، أو الاستعانة بمحررين محترفين).
- **مهارة التحدث أمام الجمهور Public Speaking:** يجب عليك أن تتحدث بطلاقة وثقة.
- **مهارة لغة الجسد Body Language:** لأهمية تأثيرها في تكوين صورة ذهنية عنك لدى الآخرين.
- **مهارة الظهور بمحركات البحث SEO Search Engine Optimization:** عن طريق الكتابة بالمواضيع التي تهتم جمهورك، وباستخدام الكلمات المفتاحية Keywords ومعرفة الأسس التي على أساسها يقوم محرك البحث Google بترتيب ظهور النتائج وخصوصاً النتائج التي تظهر في الصفحة الأولى.

5. استكشاف كيفية التقديم والتعامل مع العلامة التجارية الشخصية (على مواقع التواصل الاجتماعي والمهني):

سيتم في البداية استعراض أشهر مواقع التواصل الاجتماعي والمهني المستخدمة بكثرة لتطوير علامة تجارية شخصية، ومن ثم ذكر بعض النصائح الخاصة بموقعي Facebook و LinkedIn، ونصائح للتعامل مع المنصات والمواقع الالكترونية بشكل عام.

1.5. أشهر المواقع المفيدة لتطوير علامة تجارية شخصية:

يعد الترويج باستخدام شبكة الانترنت أمراً مهماً لبناء علامة تجارية شخصية، ويعتبر بناء علامة تجارية شخصية قوية عملية تدريجية باستخدام عدة أدوات للتواصل ومن أشهر الأدوات في عصرنا الحالي هي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمهني لذلك يجب وكخطوة أولى اختيار المواقع المهنية والاجتماعية التي ترغب بالتواصل من خلالها لإنشاء ملف شخصي خاص بك أو تعديله بما يتناسب مع علامتك الشخصية التجارية، ويفضل اختيار موقعين أو ثلاثة على الأكثر ليتم التركيز على نشر المحتوى المرغوب والتواصل مع الآخرين من خلالهم، مع مراعاة الاتساق بالشكل والمضمون بين المواقع المختارة، ويمكنك اختيار الموقع الذي يناسب علامتك الشخصية من خلال معرفة خصائص وميزات كل موقع، وسيتم استعراض بعض المواقع المشهورة وبماذا تتميز:

1. Facebook: وهو المنصة الأساسية المستخدمة من قبل أغلب الأشخاص للتواصل، إذ يعتبر

أكبر ثاب موقع الكتروني يتم الدخول إليه باستمرار من بعد موقع Google، ولذلك ينصح بإنشاء صفحة شخصية خاصة بك على هذا الموقع كونه يمنحك فرص كبيرة للتواصل مع أكبر عدد من الناس، ويجب الانتباه للاتساق بين الصورة الشخصية وصورة الغلاف وال Bio.

2. LinkedIn: وهو موقع التواصل المهني والاجتماعي الأكثر انتشاراً حول العالم، ويتميز بأنه

يجمع بين المهنية والعلاقات الاجتماعية حيث يمكنك من استعراض جميع مهاراتك وخبراتك المهنية، ويسهل عليك التعرف على أصحاب الأعمال.

3. Pinterest: ويعتبر من أفضل المواقع لمشاركة الصور أو أي محتوى بصري يحتوي رسوماً

بيانية Info graphics، حيث يعتبر أيضاً من أكثر المواقع زيارة.

4. Twitter: يعتبر منصة رائعة للأشخاص الذين يقومون بالنشر بشكل منتظم، والذين يقومون

بنشر محتوى مكتوب ويتميز بسهولة استخدامه وشهرته وانتشاره حول العالم.

5. Instagram: يتم انتشار هذا الموقع بسرعة وخصوصاً بين جيل الشباب، وهو يعتمد على

مشاركة العناصر المرئية (الصور، ولقطات الفيديو)، لذلك إذا كنت تلتقط الكثير من الصور

ومقاطع الفيديو وجمهورك المستهدف هو من الفئة العمرية الشابة فهو موقع مناسب لتنشئ ملف شخصي عليه.

6. YouTube: ويعتمد على عرض مقاطع فيديو مصورة، ويعتبر الفيديو عنصراً أساسياً في التسويق وهو طريقة فعّالة لتمييزك عن الآخرين، ويتميز بأنه يسمح لك برفع مقطع فيديو غير محدد الطول عكس المواقع الأخرى التي تسمح بعدد معين من الدقائق أو الثواني.

7. Snapchat: ويتميز بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة عبر Filters.

2.5. وسائل مساعدة للانتشار ولحسب جمهور عبر LinkedIn and Facebook:

Facebook

- انضم للمجموعات المرتبطة بمجال عملك أو التي تحتوي جمهورك المستهدف.
- انشر منشورات عالية الجودة وذات فائدة لأعضاء المجموعات، هذا سيدفعهم من باب الفضول لزيارة ملفك الشخصي للتعرف عليه أكثر.
- ضع رابطاً يحتوي على عنوان مجموعتك الخاصة وملفاتك الشخصية على بقية المواقع ضمن ال Bio، بمرور الوقت ستري أنه أصبح لديك جمهور كبير يتابعك عبر الحساب الذي قمت بذكره.

LinkedIn

- أضف مهارتك الأساسية في القسم المخصص لها "Skills & Endorsements".
- تواصل اجتماعياً ووسع شبكتك وعلاقاتك، حيث أنه في LinkedIn وفي حال حصولك على 500 صديق أو أكثر، يتم ظهور ملفك الشخصي بنتائج محركات البحث بشكل أكبر.
- يمكنك استخدام LinkedIn كبديل لموقعك الشخصي.
- اكتب توصيات لزملائك عبر LinkedIn واطلب منهم كتابة توصيات لك، وهذا سيزيد من فرص الوصول إلى ملفك من قبل أصدقاء أصدقاءك أو متابعيهم.

3.5. نصائح عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمهني بتطوير علامتك التجارية الشخصية:

1. تصفح ملفك الشخصي لمعرفة كيفية ظهوره عند الآخرين وكيفية إدراكه من قبلهم للمحافظة على صورتك الذهنية لديهم وفق ما خططت له عبر تطويرك لعلامتك التجارية الشخصية.
2. حدد المعلومات التي تريد مشاركتها والمعلومات التي تريد الاحتفاظ بخصوصيتها.
3. يجب أن تركز على نشر المحتوى الخاص بك بشكل أساسي، مثلاً: (نشر صور شخصية لك أثناء القيام بنشاطاتك وأعمالك وهواياتك، بالمقابل يمكن إضافة منشور كل فترة عن منتج تقوم ببيعه).
4. احرص على مواكبة التحديثات واستخدامها.
5. استخدم صورة شخصية بالقاعدة التالية (يجب أن تكون المساحة الظاهر فيها وجهك 60% من حجم الصورة الكلي).
6. شر لحسابك LinkedIn أو موقعك الشخصي في بقية حساباتك على مواقع التواصل، بحيث يعرف الآخرون بسهولة كيفية الوصول إليك للتواصل المهني.
7. ابحث عن الكلمات المفتاحية التي يجري البحث عنها كثيراً Do Keyword Research واستخدم هذه الكلمات في منشوراتك مما يزيد من فرصة ظهور منشوراتك في محركات البحث SEO، وبالتالي تضمن وصول أكبر لجمهورك.
8. خطط مواعيد النشر: انشر بشكل مستمر ومتسق بمعدل مرة بالأسبوع على الأقل وبحيث لا يزيد عن ثلاثة منشورات باليوم الواحد.
9. علق وأعجب بمنشورات الآخرين سواء عبر المجموعات أو عبر صفحاتهم الشخصية، وهذا سيزيد من ظهورك وتمييزك من قبل الآخرين.

6. تقنيات مفيدة لتطوير والمحافظة على العلامة التجارية الشخصية:

بعد قيامك بإنشاء علامة تجارية شخصية يجب عليك الاستمرار بتطويرها من خلال اتباع هذه النصائح

- قيم علامتك الشخصية من خلال الإجابة على الأسئلة التالية
 - هل حققت علامتي التجارية الشخصية الأهداف التي خطت لها؟
 - هل أنا بحاجة لإجراء أي تعديل؟ بالشكل أو المضمون
- تطوع لإبراز مهاراتك وتطويرها.
- في حال لم يكن لديك، أنشئ مدونة لكتاباتك.
- تعلم اللغات المطلوبة لأعمالك.
- احرص على تعلم المزيد في مجالك :لا يهم القدر الذي تعرفه عن مجال عملك وخبرتك فيه، عليك أن تعلم أن الأمور تتغير بمعدل أسرع من أي وقت مضى، ويجب أن تكون على دراية بأحدث التغييرات والاتجاهات.
- واكب التطورات السريعة لتظهر نفسك بالطريقة التي تريدها بما يتناسب مع علامتك التجارية الشخصية وصورتك التي ترغب بإظهارها لأصحاب العمل.
- تواصل مع الآخرين لم يكن العالم متشابكاً أبداً كما هو اليوم، إذ أننا نعيش في عصر العولمة، حيث من السهولة الحصول على خدمات الإنترنت وقنوات الاتصال الرخيصة ووسائل السفر. فلماذا لا تستفيد من ذلك؟ سيكون من الصعب للغاية إنشاء علامة تجارية شخصية قوية إذا كنت غير قادر على التواصل مع الآخرين، وخاصة أولئك الذين يهتمك أمرهم. يمكنك القيام بذلك بطرق مختلفة مثل التواجد على شبكة الإنترنت و/ أو التفاعل مع المهنيين المهمين في المؤتمرات والفعاليات. يمكن أن يساعدك ذلك في أن تصبح أكثر شهرة بينهم، إذ لا يمكنك أن تتوقع الحصول على تقدير أو حتى أن يلاحظك أحد إذا كانت علامتك التجارية لا تتعدى نطاق منزلك أو مكتبك، فأنت بحاجة إلى إظهار نفسك أولاً للآخرين، حتى تتمكن من التأثير فيهم.
- تطوير شبكة معارفك الخاصة أحط نفسك بالخبراء في مجالك ليس فقط من أجل التعلم منهم بل ولتظهر أنك تنتمي إليهم وكأنك جزء من مجتمع الخبراء.
- استخدام الأساليب التقليدية قد يظن البعض أن الأساليب التقليدية القديمة للعلامة التجارية الشخصية لا تتناسب مع هذا العصر إلى حد كبير، ولكن هناك بعض التقنيات القديمة التي لا تزال فعالة للغاية والتي يمكن أن تساعدك في إظهار نفسك بالطريقة التي تريدها مثل استخدام بطاقات الأعمال الفاخرة وارتداء نوع معين من الملابس أو الألوان.
- لا تتردد بمشاركة المعلومات التي لديك بمعنى آخر (أعطي لتأخذ).

المراجع

- Veronika Tarnovskaya, Reinventing Personal Branding Building a Personal Brand through Content on YouTube, Journal of International Business Research and Marketing, Volume 3, Issue 1, 2017.
- Karl D. Speak – Founding Principal & Exec. Consultant". Brand Tool Box, 2018.
- David McNally and Karl D. Speak, Be Your Own Brand, 2nd Edition: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are, Published by Berrett-Koehler Publishers, 2002.
- Anna Zarkada, Concepts and constructs for personal branding: An exploratory literature review approach, Athens University of Economics and Business & Hellenic Open University, 2012. 2
- Brenna Collins, The Importance of Personal Branding: Uses of Personal Branding for Career Development and Success, The Faculty of the Journalism Department California Polytechnic State University, San Luis Obispo, 2012.
- 10 Golden Rules of Personal Branding, Goldie Chan, 2018.
<https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/#701dd03d58a7>
- Gallup's StrengthsFinder Personality Test, 2019.
<https://www.practice4me.com/gallups-strengthsfinder-personality-assessment-test/>
- Meg Guiseppi, The Absolute Best Practices for Building Your Personal Brand with LinkedIn. <https://www.job-hunt.org/personal-branding/building-your-brand.shtml>
- Caroline Castrillon, Why Personal Branding Is More Important Than Ever 2019. <https://www.forbes.com/sites/carolinecastrillon/2019/02/12/why-personal-branding-is-more-important-than-ever/#719888424085>

- Susan Gunelius, Kristi Hedges, Define Your Personal Brand, ForbesWomen, 2010. <https://www.forbes.com/sites/work-in-progress/2010/03/12/define-your-personal-brand/#3977b89e49f4>