XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN – PERSONAL BRANDING

Bài viết này được tổng hợp từ những chia sẻ của chị Ác min tại buổi coffee talk đầu tiên của HR Talks, vài góp nhặt của mình từ những anh chị đi trước và một số đúc kết nho nhỏ của mình sau một thời gian đi làm. Mình rất vui vẻ đón nhận những góp ý của tất cả mọi người để hoàn thiện và đầy đủ hơn.

THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN LÀ GÌ?

Hãy đọc câu trích dẫn trong hình minh họa: “Có 4 cách, và chỉ có 4 cách mà chúng ta giao tiếp với thế giới. Chúng ta được đánh giá và định vị bởi 4 sự giao tiếp này: những gì chúng ta làm, chúng ta trông như thế nào, những gì chúng ta nói, và cách chúng ta nói.”

Nói cho dễ hiểu hơn thì thương hiệu cá nhân là hình ảnh của mỗi người qua sự nhìn nhận của người khác. Theo Google: “Thương hiệu cá nhân là tất cả những gì mọi người nhìn nhận được ở bạn về ngoại hình, tính cách, nghề nghiệp và các giá trị mà bạn đóng góp được cho xã hội. Cách bạn ăn mặc, đi đứng, giao tiếp… sẽ dần hình thành nên thương hiệu cá nhân trong suy nghĩ của người khác.”

TẠI SAO PHẢI XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN?

Mỗi người khi sinh ra đều có những năng lực riêng biệt, nhưng làm sao để những người xung quanh nhận thấy và công nhận năng lực của mình lại cũng là một dạng năng lực. Chúng ta xây dựng thương hiệu cá nhân là bởi vì:

1. Lợi ích cá nhân

Nếu trong một tổ chức, bạn được nhận diện bằng những nhãn hiệu - label tích cực, ví dụ: là một người rất cứng về chuyên môn, làm việc có tâm, thân thiện… thì lẽ dĩ nhiên bạn được hưởng lợi nhiều nhất. Thương hiệu cá nhân giúp tăng lợi thế cạnh tranh hiệu quả, giúp bạn nổi bật hơn khi đứng trong một tập thể.

2. Lợi ích công ty

Mỗi một nhân viên, đặc biệt là HR, là một đại sứ - ambassador của công ty. Nhân viên có thương hiệu cá nhân tốt sẽ góp phần thúc đẩy thương hiệu nhà tuyển dụng trên thị trường. HR có thương hiệu cá nhân tích cực sẽ gặp thuận lợi hơn khi làm tuyển dụng. Quay lại điều số 1, khi bạn mang lại lợi ích cho công ty, bạn hoàn thành công việc tốt hơn thì bạn vẫn được hưởng lợi nhiều nhất.

3. Reference check

Ai đang trong quá trình chuyển việc mới hiểu tầm quan trọng của reference check. Thử tưởng tượng khi nhà tuyển dụng check thông tin của mình qua Line Manager của mình hoặc HR mà nhận được câu trả lời kiểu như: “Bạn đó làm việc ẩu lắm”, “Nó nói chuyện vô duyên lắm” hay “Bạn đó mờ nhạt lắm, không có dấu ấn gì” thì xác định là trượt vỏ chuối.

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN NHƯ THẾ NÀO?

Tự khẳng định bản thân là một nhu cầu tâm lý của con người nhưng mỗi người có một cách thể hiện khác nhau. Để những người xung quanh nhận thấy và công nhận giá trị của mình thì phải CHỦ ĐỘNG xây dựng thương hiệu của mình một cách có chiến lược.

1. XÂY DỰNG CÁI GÌ?

Xác định những nhãn hiệu mà theo đó mình được người khác nhận diện. Bằng cách trả lời những câu hỏi sau:

ϖ Điểm mạnh của mình là gì? (năng lực chuyên môn, kỹ năng mềm, tính cách…)

ϖ Mình muốn người khác nhìn nhận mình như thế nào/Mình muốn hướng tới những giá trị nào? Nếu những điều đó tương đồng với những điểm mạnh mình đang có thì bắt tay vào hành động. Còn nếu chúng khác với điểm mạnh của mình thì không sao, cứ luyện tập hằng ngày để biến chúng thành điểm nổi trội.

2. LÀM SAO ĐỂ XÂY?

Khi đã có labels rồi, có thương hiệu để hướng tới rồi thì mỗi một lời nói, một hành động đều sẽ góp phần vẽ ra và mỗi một ngày trôi qua, chúng sẽ ấn định một chút vào thương hiệu cá nhân của mình. Hãy nhớ rằng, thương hiệu cá nhân không phải là cái mà bạn nghĩ ra và cố sức tô vẽ, mà là những cái bạn đang thể hiện ra qua lời nói và việc làm của mình. Bạn muốn xây dựng thương hiệu “tư duy tích cực” nhưng bạn luôn bước vào công ty với khuôn mặt “khó ở”, bạn chỉ trích và phán xét người khác…thì rõ ràng bạn sẽ bị gắn mác là “bà cô khó chịu” rồi.

3. XÂY NHƯ THẾ NÀO ĐỂ HIỆU QUẢ?

Làm thương hiệu, cá nhân hay tổ chức cũng vậy, phải làm từ bên trong đi ra, phải xây dựng từ gốc, phải NHẤT QUÁN – CONSISTENT từ online đến offline, từ lời nói đến hành động. Đừng cố sức vẽ ra một hình ảnh đẹp đẽ của mình và định hướng dư luận theo hướng đó nhưng thực tế thì ngược lại. Việc làm đó sẽ ấn định thương hiệu cá nhân của bạn bằng những cái nhãn: “thảo mai”, “xạo sự”, “nữ hoàng đạo lý”...Nên nhớ, những thứ tiêu cực sẽ lan truyền – viral nhanh hơn những điều tích cực.

4. PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN

Phát triển mạng lưới – network của cá nhân, tham gia các hội nhóm, giao tiếp hiệu quả, tạo ra các nội dung thu hút, phù hợp và có giá trị. Nói cho dễ hiểu là hãy nổi bật trong đám đông theo hướng tích cực. Những điều tốt đẹp sẽ lôi cuốn những những điều tốt đẹp và ngược lại.

Mỗi người khi sinh ra đều là duy nhất, không giống với bất kỳ ai. Chúng ta chỉ được sống một lần nên hãy sống một cuộc đời thật đẹp và hãy là phiên bản tốt nhất của chính mình. Cho dù bạn có giỏi chuyên môn đến đâu đi nữa mà đến lúc bạn nghỉ việc, nhiều người vẫn không biết bạn là ai, bạn ngồi ở đâu, thì bạn rõ ràng là người hời hợt và thiếu cảm xúc về trách nhiệm với bản thân. Và hãy nhớ, thương hiệu cá nhân sẽ được định hình từ việc bạn chủ động xây dựng lẫn việc bị động dán nhãn. Quan trọng nhất vẫn là những gì bạn nói và làm.