

اسمك براند

PERSONAL BRANDING

فالد عید



اسم الكتاب: اسمك براند

اسم الكاتب: خالد عيد

الطبعة الأولى: ٢٠١٨

رقم الإيداع: ٢٠١٨/٢٥٥٦٥

الترقيم الدولي: ٦-٠٤-٦٦٩٢-٩٧٧-٩٧٨

تصميم الغلاف: رائده منير

الإخراج الفني: ضياء فريد



01271185731 📞

kotopiapu@gmail.com ✉

kotopiapu 📺

٣٦٨ شارع عبد السلام عارف - فيكتوريا - الإسكندرية 📍



جميع الحقوق محفوظة ©

يمنع منعاً باتاً الاقتباس أو إعادة النشر سواء بالطباعة أو النشر الإلكتروني أو التصوير الضوئي للمحتوى أو أي جزء منه إلا بإذن كتابي من الناشر والمؤلف، ومن يخالف ذلك يعرض نفسه للمساءلة القانونية طبقاً لحقوق الملكية الفكرية المنصوص عليها في القانون.

إهداء

اهداء إلي كل شخص عنده هدف وقيمة حابب يوصلهم للناس
مهما إختلف المحتوي اللي بتقدمه فالكتب بيدلك علي الطريق الأسهل
علشان تبدأ تسوق لنفسك ولأسمك للجمهور الخاص بيك أو صناعة
جمهور من البداية، من خلال إنك تطبق اللي هتعمله في الكتاب ده
علي نفسك خطوة بخطوة.



طيب قبل ما تبتيدي تقرا، سألت نفسك انت اشتريت الكتاب ليه؟
يمكن أغلبنا قرر يشتري كتاب عن ال Personal Branding لأنه Trend و كل الناس دلوقتي بتتكلم عنه ده غير الفرص اللي بيقدمها لكل الناس اللي بتستغله لصالحها، و خصوصاً أن مع ظهور فكرة ال Personal Branding بدأنا نشوف فرص ل careers جديدة زي ال Influencer مثلاً أو ال Blogger و أكيد ال careers دي بتبقى جذابة لناس كتير سواء اللي حابب يغير مجال شغله أو ال fresh graduate اللي بيحاول يلاقي لنفسه مكان في سوق العمل أو حتى الناس اللي بتحب يكون ليها side career تقدر تشتغل فيه جنب شغلها الأساسي عشان تزود من دخلها و في نفس الوقت تشتغل في مجال من الممتع العمل فيه...

المهم ان انت تكون عارف الدافع الخاص بيك انت و عشان كده خليني أحكيك قصة تقولك ازاى ال Personal Branding ممكن فعلاً يغير حياتك....

الأستاذ محمد سعيد نقل حياته من الإسكندرية للقاهرة سنة ٢٠٠٩ و كان له هناك واحد من قراييه معتمد عليه في أنه يوفر له وظيفة، ولما الشغل اللي كان عامل حسابه عليه مجاش بدأ يدور على شغل في الجرايد و مكاتب التوظيف لحد ما لقي وظيفة كويسة.

أستاذ محمد اشتغل هناك سنة ونص و في الفترة دي بدأ يبقى له بعض المعارف في الشركة و معارف قليلين في مؤسسات ثانية. و لكن بره الحدود دي مكنش يعرف حد و ده لأنه عمره ما كان بيتعامل مع القطاع الخاص او يحضر فاعليات تخصص مجال عمله.

و في آخر سنة ٢٠١٠ الأستاذ محمد غير وظيفته لشركة ثانية - جبهاله قريبه - بس لأن مجال شغله في الشركة الجديدة بقى مختلف اكتشف إن الناس اللي عرفها الفترة اللي فاتت مش هتبقى مفيدة له في شغله الجديد و لا هيقدر يتعاون معاهم.

أستاذ محمد بدأ يحضر فاعليات أكثر و ندوات أكثر مرتبطة بمجال شغله و المجالات القريبة منه و الأهم إنه بدأ يركز في التعرف على الناس اللي يقابلها في الفاعليات دي و يبني معاها علاقات قوية و مستدامة عشان عرف إن دي وسيلته الوحيدة عشان يكتشف فرص جديدة سواء لعملاء أو ناس بتشتغل في نفس مجاله و تقدر تساعده.

وعشان يزود قوته في الNetworking كان بيعيد مقابلاته مع الناس دي في أي كافييه أو مطعم و يطلب منهم يجيبوا حد من معارفهم يكون مهتم بنفس المجالات اللي هو متخصص فيها و كمان بدأ يقرأ و

يدرس أكثر عن مجال شغله عشان يكون فعلاً مفيد للناس اللي بيقابلها و محدش فيهم يحس إنه بيضيع وقته معاه و بالتالي يفيد و يستفيد.
وفي خلال سنتين من اليوم ده أستاذ محمد بدأ شركته هو و كان أغلب الشركاء اللي معاه ناس من اللي شرب قهوة معاهم، ده غير إنه بقى Business Consultant بيقدم خبرته للناس اللي حابة تبدأ في مجال الأعمال كل ده و لسه بردو بيقابل ناس جديدة يشرب معاه قهوة و يفتح معاه فرص..

طيب تفتكر ليه حكتلك القصة دي؟

عشان العالم اللي احنا عايشين فيه دلوقتي Red Ocean
عارف يعني ايه Red Ocean يعني سمك كثير و أكل قليل، و اللي عايز يميز نفسه لازم يتعب و يعوم لحد الـ Blue Ocean الساقع اللي السمك فيه قليل اوي بالنسبة للأكل.
الخلاصة لازم تتعب عشان تتميز و يبقى ليك مكان في العالم الجديد بتاعنا.

و عشان اوضح لك اكثر خيلنا نشوف أهم ٥ أسباب تخليك تهتم بالـ Personal Branding بتاعك النهاردة قبل بكرة:

تفصل نفسك عن المنافسة

لازم يكون عندك الإرادة إنك تميز نفسك عن كل الناس اللي حواليك عشان فعلاً تنتقل من الـ Red Ocean لـ Blue Ocean و تحقق حلمك وتتفرد و يبقى ليك مساحة كبيرة يبان فيها ابداعك و يتقدر و يكون ليك اسم في عالم البيزنس.

تبقى خبير في نظر كل اللي يعرفك

أكيد لما الناس تشوفك كخبير ده هيزود فرص نجاحك بشكل كبير و هيفتح قدامك أبواب كتيرة لنجاح أكبر أنت تستحقه. فمثلاً أي حد فينا فينا لما بيحب يروح لدكتور مبيروحش لأي حد كدة و خلاص لكن دايماً بندور على اخصائي او استشاري عشان ده بيطمنا اكثر من انك تروح لأي حد كدة و خلاص.

توضح للناس كلها أنت مين بالضبط و الفرق بينك و بين غيرك:

ناس كتير دلوقتي بتشتغل في كل المجالات و المنافسة عالية جداً و يمكن يكون ده الدافع الرئيسي اللي بيخلينا نطور من نفسنا سواء عن طريق القراءة او الكورسات أو حضورنا للفاعليات المرتبطة بمجال شغلنا او دراستنا و بالتالي نقدر ننمي من قدراتنا و نتميز ده غير إن كل ما بنتعمق في الدراسة في أي مجال ببقى أقدر إننا نتخصص في مجالات أدق و أدق تبعد بيننا إلى حد ما عن المنافسة العالية.

تشرح للناس تطورك:

يعني من الآخر تقولهم أزاى ماضيك أثر في الحاضر بتاعك دلوقتي و أزاى حاضرک ده هياثر بدوره في مستقبلک لان کل واحد فينا قصة فريدة مرت بمراحل كثير إتطورت فيها عمرها ما هتتكرر بحسب التربية و البيئة اللي نشأ فيها و مش متخيل قد إيه ممکن النشأة تغير مصير حد و شخصيه و مثلاً تلاقي حد كان تافه جداً و سطحي حصله موقف في حياته غير مسارها كله و بقى إنسان تاني خالص مسئول و منظم و ده ممکن تعرفه من أي حد بيشتغل في HR إن من المعروف عندهم إن أي حد بيقدم على وظيفة و بيكون عنده Soft Skills عالية بيستنتجوا مباشرة إن الشخص ده عاش حياة إستثنائية قبل ما يجي ال Interview ده.

تجذب شركاء و عملاء جداد للبيزنس بتاعك:

الPersonal Branding بيساعدك إنك تجذب العملاء المحتملين و بيهتموا بالسلعة او الخدمة اللي انت بتقدمها و ده مش المكسب الوحيد ليک من الPersonal Branding لأن السمعة اللي بتخلقها لنفسک بتقربک کمان من ناس ممکن تعمل معاک بيزنس کشركاء مثلاً أو موردين أو حتى Investors.



قبل ما نتكلم عن الـ Personal Branding خلينا نتكلم عن مفهوم ثاني قريب جداً منه و هو الـ Self Promotion. الـ Self Promotion باين من إسمه هو عبارة عن الترويج لنفسك و لأي فاعلية إنت بتقدمها أو للبيزنس بتاعك و كل ما هو مرتبط بيك من قيم و هوايات و أنشطة. بتعرف الناس بقصتك، إنجازاتك و إنتصاراتك و حتى إخفاقاتك و لحظات الضعف و الفشل اللي بتمر بيها و كل الدروس اللي اتعلمتها في حياتك. بالطريقة دي بتبني لنفسك إسم أو سمعة قادرة إنها توصلك لفرص كثير سواء بتقديم إستشارات أو حتى التحدث في فاعليات و طبعاً الحاجات دي بتفتحلك باب بيزنس كبير سواء شخصياً او لمكان شغلك.

طبعاً انت دلوقتي بتفكر إن الكلام اللي مكتوب ده هو الـ Personal Branding

عندك حق... بس الفرق الوحيد بينهم إن الترويج لنفسك جزء كبير و مهم من الـ Personal Branding و ده اللي بنعتبره مفهوم أشمل و أعم من الـ Self Promotion الهدف هنا هو إن اسمك يبقى Brand زيك زي Facebook او Macdonald's او

و بكدة الشغل بتاعك يبقى أسهل و فرص ربحيتك تزيد و
تضاعف

طيب انت دلوقتي عارف ايه هو الSelf Promotion...

خلينا نعرف ال Personal Branding مش إيه؟

ال Personal Branding مش زهو و لا غرور و لا إنك تقعد
مع حد تشرحه إنجازاتك الفظيعة و إزاي قدرت تعيد إختراع العجلة
ال Personal Branding مش كذب و لا تجميل للحقيقة و لا
إعطاء إنجازاتك أكبر من حجمها الحقيقي و إنما خلق وعي بهويتك،
قدراتك و إنجازاتك.

ال Personal Branding:

إذا سألت ١٠٠ شخص عن تعريفهم الشخصي لمفهوم ال
Personal Branding هتحصل على ١٠٠ إجابة مختلفة..

فخلينا نتفق إن ال Personal Branding في مفهومه الأوسع
هو الإنطباع أو الشعور اللي بيوصلك عند سماع اسم شخص أو شركة و
اللي بيعبر عن الصورة الذهنية للمذكور في عقلك.

فكر في إسم أي شركة ليك عنها رأي سواء إيجابي أو سلبي:
Starbucks – Macdonald's أو Zara كل ال Brands دي قدرت
تخلق إنطباع جيد عند معجبيها و إنطباعات تانية سلبية عند كارهيها.

نفس الكلام بالنسبة للأشخاص، كل شخص في محيطه في ناس بتجبه و ناس تانية مشاعرها سلبية تجاهه. المشاعر اللي ممكن نكونها تجاه الأشخاص قد تكون حب، كره، استنكار، خوف أو غضب.

يعني ايه أعمل لنفسى Personal Branding؟

يعني انت اللي تحدد المشاعر اللي الناس تحسها لما تسمع عنك أو تقابلك لأول مرة أو تتعامل معاك بشكل يومي.

ده مش معناه إختلاق صورة مختلفة عن حقيقتك بالعكس ال Personal Branding بيعمل على إظهار حقيقتك بشكل أقوى عن طريق تحديد ملامح شخصيتك، هواياتك و إهتماماتك و أي حاجة تانية حابب إن الناس تعرفها عنك و ده بيحصل لما تكون ال Personal Brand بتاعتك لها شكل مميز أو Theme بتحدد على أساسه كل حاجة بتعملها في حياتك سواء كلامك، لبسك، صورك أو حتى الأكل اللي بتطلبه في أي مطعم.

يعني الكوميديان بيحاول إنه يرسخ عند الناس الصورة إنه مضحك و ده بيعمله في كل تصرف في حياته، في كل لقاء تليفزيوني و في كل تعامل فيه مع واحد من الجمهور.

لو انت Graphic Designer بتكون ال Personal Brand بتاعتك هي ”مُبدع“ و بتبدأ بعرض شغلك على كل معارفك و بتحاول تظهر ال creativity في كل تصرفاتك و اختياراتك.

أهم عنصر في أنك تكون لنفسك Personal Brand قوية هو
إنك تختار..

عايز الناس تعرفك بايه؟ ايه أول فكرة عايزها تيجي في ذهن أي
شخص يسمع اسمك؟

اكتب كل الصفات اللي حاببها تيجي على بال أي حد عند ذكر
اسمك. اكتبها كلها من غير ما تفكر في انها كتير عليك مثلاً أو إن عمر
ما حد هيشوفني كدة، مفيش وقت للتواضع دلوقتي!

و بناءً على اختيارك هيكون شغلك الفترة اللي جاية عشان تبني

Your Personal Brand

قبل ما نتعمق في كيفية بناء ال Personal brand بتاعتك
خلينا نتكلم في خمس أفكار أساسية لازم تعرفهم لو مهتم تكون ليك
:Personal Brand

اكتشف شغفك (الشغف هو أساس تحقيق الأهداف)

بتحب تعمل ايه؟ ايه بيحملك تصحى من النوم و تقوم من
سريرك عشان تحققه؟

بتفكر في ايه و بتحلم بيه من ضمن أحلام اليقظة بتاعتك؟ عندك
استعداد تقضي عمرك بتشتغل عشان تحقق ايه؟

بعض الناس شغوفة تجاه عملها، بيحبوا اللي بيعملوه و بيكرسوا
له وقتهم و طاقتهم.

الناس دي لقت لنفسها الشغف اللي ممكن يشتغلوا عشانه، لقوا
حاجة تستحق السهر و التعب و المرمطة و الصبر

في ناس تانية شغوفة تجاه هواياتها سواء كانت رسم، نحت، رياضة معينة أو القراءة مثلاً أو حتى جمع طوابع البريد و ناس شغوفة تجاه دراستها و غيره كثير من المجالات اللي ممكن توجه شغفك ليها. على العكس في ناس متعرفش هي شغوفة تجاه ايه و في ناس معندهاش شغف من الأساس. بيصحوا من النوم يروحوا اشغالهم يرجعوا ياكلوا و يتفرجوا على التلفزيون شوية و يناموا و بتكون حياتهم كلها عبارة عن تكرار للعملية دي بدون أي إضافة جديدة.

سواء ادركوا ذلك ولا لأ، فالناس دي في الحقيقة ميتة. السبب الوحيد لصحيانهم هو المنبه عشان يقوموا يروحوا الشغل خوفاً من فقدان عملهم. بياكلوا كبنزين مش متعة. بيكونوا صداقات من باب العادة مش لأنهم بيحبوا يقضوا وقت مع الناس و بيتفرجوا على التلفزيون خوفاً من الوحدة مع أفكارهم مش من أجل متعة، و هكذا حياتهم كلهم بلا طعم بل مجرد تكرار روتيني لأيام غير هادفة.

لازم يكون لك على الأقل شغف تجاه حاجة واحدة في حياتك سواء كانت شيء انت اصلاً مميز به أو حتى حاجة بتحب تعملها لوحدك بس خليك عارف انك لما بتشارك شغفك مع مجتمعك يبقى لك فرصة أكبر في لقاء ناس تتشارك معاك نفس الشغف ده.

الخلاصة هنا هي إن الشغف هو المحرك اللي هيخليك تصحى كل يوم تشتغل على تحقيق أهدافك عشان كده لازم كمان تربط أهدافك بمجالات شغفك عشان تكون اسهل و امتع في التحقيق.

و عشان لازم تكون على فهم و دراية بنوعية شغفك يعني لو انت شغوف بقضاء الوقت في مساعدة المسنين لازم تبقى عارف ان شغفك

ده مش هيكون أحد محركات تحقيق هدفك فانك تصيح مليونير يمكن
شغفك ده يساعدك على تحقيق نوع تاني من الأهداف بس مش ده.
على العكس لو شغفك هو تكوين علاقات جديدة أو ال
Networking فمن الأقرب أن الشغف ده يساعدك على تحقيق
هدفك انك تصبح مليونير
ولازم تبقى عارف ان مش المقصود هنا اطلاقاً انك تغير من
شغفك، لكن بس تتأكد ان أهدافك بتتماشى مع مجالات شغفك و ال
هيتوجب عليك تغير الأهداف

❖ خليك جريء، مش عيب تتكلم عن نفسك! ❖

على عكس اللي اترينا عليه و معظم نصايح الأهل و المدرسين،
ممكن تحكي للناس على إنجازاتك عادي لا كمان ياريت تعمل كدة
كثير.

احنا طبعاً فاهمين انك مش متقبل الفكرة دي سواء خوف من
الحسد أو خوف من ان يتقال عليك مغرور أو غير متواضع و فاكر أنك
المفروض تسكت و تسبب شغلك يتكلم بدالك.

الكلام ده كله جميل بس ساعتها متسألش ليه صوتك بيوصل
ل ١٠٠ بس و هو ممكن يوصل ل ١٠٠٠ لازم تتأكد تماماً ان ال
Personal Branding ابعده ما يكون عن التكبر أو الفشخرة.

المطلوب منك هنا هو انك تقول للناس إنك اترقيت مش تطلب
من الموظفين الانحاء ليك و مبايعتك، انك تقول لصحابك انك نشرت
كتاب جديد من تأليفك مش انك تكتب على ظهر سيارتك «أحسن
كاتب في العالم».

يمكن يكون أكبر فرق بين الـ Personal Branding و التفاخر هو النية من خلف اخبار الناس بالإنجازات الجديدة في حياتنا طالما هدفك هو مشاركة سعادتك و فخرك بإنجازاتك الجديد مع من حولك مش مجرد اثاره غيرتهم و التعالي عيهم يبقى مفيش مشكلة.

احكي قصتك، هي دي اللي بتخليك مميز!

يمكن ده الجزء الصعب! احنا لسه قايلين انك المفروض تتكلم عن نفسك بس المهم انك تتكلم عن نفسك من غير ما تبقى بتكلم عن نفسك.

و ده بتعمله عن طريق متابعتك للآخرين لأن Believe it or not احسن طريقة تبني بيها لنفسك Personal Brand هي كلامك عن الآخرين و متابعتك ليهم بيحبوا ايه و بيكرهوا ايه؟ اكلهم و شربهم و الكتب اللي بيقروها و الهدوم و أي حاجة بيشتروها او بتكون جزء من يومهم.

و ده بيحولك من شخص ممل مش بيتكلم غير عن نفسه ل Influencer الناس مستنية رأيك و تعليقك سواء عن أماكن جديدة او حتى خبرتك في مناقشة قضايا حياتية.

و بالطريقة دي بدل ما تقول افكارك للناس افكارك بشكل مجرد او توصف لهم شخصيتك بتسمح لهم يشوفوها من قريب في كل المواقف المختلفة في حياتك و بالتالي بتبقى شخص اصدق في نظرهم و ده لأن صورتهم الذهنية عنك هم اللي استنتجوها من المواقف مش انت اللي املتها عليهم.

فبدل ما تكتب post: "انا بحب القراءة" ممكن تكتب رأيك في آخر رواية قريتها، تكتب مقال عن كتابك المفضلين... إلخ

كون علاقات كثير... علاقات = فرص

أكثر شيء مبهر في فكرة ال social media او حتى ال networking هو ان عمرك ما تقدر تحدد الفرصة هتجيلك مينين أو بشكل أدق من «مين؟» و الفرص دي دائماً بتبقى أقوى و أكثر مما يمكنك تخيله و عشان كدة لازم متفوتش الفرصة في مقابلة ناس جديدة بتفتحلك سكة لفرص جديدة كل يوم.

الكلام ده حقيقي جداً و تأكد انك هتقابل الشخص المناسب في الوقت المناسب عشان يجبلك الفرصة المناسبة لك في التوقيت ده من حياتك. و ده بيحصلك عن طريق تعريض نفسك دائماً للمواقف اللي بتفتحلك فرص للتعارف على ناس جديدة و بالتالي عدد لا نهائي من الفرص المحتملة.

سواء online او في حياتك العادية تعامل مع كل شخص بتقابله في حياتك باعتباره شريك محتمل «مورد» يعني هيجيلك يوم و اكيد محتاجه ممكن الشخص اللي تقابله النهاردة كمان كام شهر يبقى مديرك في الشغل، موظف عندك أو حتى شريكك.

لازم تعامل كل شخص بيدخل حياتك بعناية، تساعده باللي تقدر عليه و تحكيه قصتك زي ما هتسيبله فرصة يحكيك قصته و بالتالي تكبر ال Network بتاعتكم انتم الاتنين و نبقي في win-win situation

”ازاي اعمل كل ده؟ معنديش وقت! عندي شغل طول النهار؟!“
والإجابة هنا يكمن فيها عظمة إختراع ال social media لأنك بكل بساطة بتقدر تعمل كل ده In Between يعني في الأوقات البينية: بين اجتماعين، بين الغدا و المذاكرة، في المواصلات أو حتى و انت بتتكلم في الموبايل. الأوقات دي بتضيع منا بلا أي عائد يذكر لكن في الحقيقة ممكن تعمل فيها حاجات كتير جداً من حيث ال networking و ده عن طريق انك تعرف الناس اكثر و تعرف تفاصيل يومهم و كمان تحكيلهم تفاصيل يومك انت.

❖ خذ أول خطوة... كل خطوة بتفرق ❖

في مقولة قديمة معروفة بتقول انك لو ضربت حجر بمطرقة ١٠٠٠ مرة لحد ما اتكسر فالحجر ماتكسرش من الضربة ال ١٠٠٠ لكن من ال ٩٩٩ ضربة اللي سبقوها.
فلو حطيت كل الخطط اللي في الدنيا مش هتستفيد أي حاجة فعلياً الا لو بدأت تاخذ خطوات تنفيذية للخطة دي. فلو حابب تبقى خبير في أي مجال، تخس، تطور نفسك لازم تبدأ.
عايز تبقى مشهور على ال social media و تبقى influencer ابدأ اكتب أول post افضل اكتب لحد ال post ال ٩٩٩ و هو ده اللي هيخلي ال post ال ١٠٠٠ يكسر الدنيا.
اسأل أي حد اتميز في مجاله ازاي وصل لده هتلاقيه بيقولك ببساطة انه تعب اكثر من أي حد ثاني، صحى قبلهم، نام بعدهم و اشتغل اكثر منهم بكتير في النص.

بنفس المبدأ اللي اتكلمنا عنه من شوية انك هتقابل الشخص المناسب في الوقت المناسب عشان يجبلك الفرصة المناسبة لك في التوقيت ده من حياتك « لو ربطناه بفكرة ال ١٠٠٠ فانت هتحتاج تقابل ٩٩٩ شخص لحد ما تقابل الشخص اللي هيغير حياتك. و للأسف مفيش طريقة سحرية تقابل بيها ال ٩٩٩ شخص النهاردة و حياتك تتغير بكرة الصبح. لازم تتعب. وطبعا وفقا لقانون الطاقات المهدرة ففي إحصائية بتقول إن الأسد بينجح بنسبة ٢٥٪ بس محاولة الصيد ويفشل في ٧٥٪.. يعني لو بيهاجم ١٠٠ غزالة بينجح في صيد ٢٥ بس ولكن مهاجمته وإصراره علي الوصول لـ ٧٥ هي السبب في نجاحه للوصول لـ ٢٥ غزاله



بشكل عام، انك تطور brand لنفسك شبيه جداً بتطوير brand لشركة، منتج أو خدمة، لازم تبدأ بتحديد الهدف اللي حابب توصله من Branding؟ حابب الناس تشوف الBrand الخاصة بك ازاي؟ ايه أهم الوسائل القادرة انها تحققك افضل نتائج؟ ايه القيم او الافراد او الشركات اللي تحب الbrand بتاعتك ترتبط بهم؟
و بمجرد صياغة ملامح الأهداف لازم تبدأ تحدد مكانك منها في الوقت الحالي و ده هيسهل عليك وضع خطة بالخطوات اللي محتاج تتبعها عشان توصل لهدفك بأسرع وقت ممكن. لأن معرفتك لنقطة البداية بتسهل عليك قياس التطور و التقدم اللي بتحزره تجاه هدفك و كمان بتساعدك على تكوين تصور حقيقي للصعوبات اللي ممكن تقابلك في الطريق و ازاي تتخطاها.

و عشانها كده غلبنا نبدأ بدراسة أهم عنصر في الBrand «انتبه»
والجواب عن طريقه التعمق في دراسته هنعرفه نجهز صح للPersonal Brand بناعتنا

سمعت قبل كده عن الـ “Labeling Theory“؟

في حالة انك مسمعتش عنها قبل كده، خيلنا نتكلم عنها شوية لما ليها من أهمية كبيرة في كل المراحل الجاية.

في جزء كبير من علم الاجتماع بيدرس فكرة الـ Labeling Theory و اللي بتزعم ان جزء مهم من هوية كل شخص فينا بتتكون و تتأثر بالكلمات المستعملة لوصف الشخص ده. يعني مثلاً الطفل اللي دائماً بنقول عليه شقي في النهاية فعلاً هيبقى شقي، الموظف اللي بنقل من قدراته عمره ما هيبقى مبدع و بنفس الوتيرة ممكن نكون و من غير ما نشعر بنأثر بالسلب على شخصيات ناس كتير في حياتنا و ممكن تكون الكلمة اللي بنقولها دلوقتي كفيلة تغير حياة شخص للأسوأ و تفقده الايمان بذاته و بالتالي يضيع فرص كتير من نفسه لانعدام ثقته في قدرته على تحقيقها.

على النقيض تماماً الشخص اللي بيستقبل من المحيطين به جرعات من الثناء و التحفيز و النصح بتكون فرص نجاحه و تحقيق ذاته أضعاف غيره و ده لأن الـ Self Esteem عنده بيكون كفيل انه يدفعه لتحقيق أهدافه و الإنجازات اللي قدراته تقدر تحققهاله و ده لأن الصورة الذهنية للشخص عن ذاته تمثل عامل كبير و محدد أساسي للإنجازات الممكن انه يحققها في حياته.

ونفس الواقع ده الكلمات اللي انت بتستخدمها لوصف نفسك للناس بتحدد صورتك الذهنية عندهم و بالتالي نظرتهم ليك سواء كصديق أو حتى كشريك محتمل في الشغل

فمثلاً لو انت Creative Writer بس لسه في البداية و
معندكش Experience كبيرة و في نفس الوقت اللي بتطور فيه من
نفسك بتشتغل في أي مطعم او كافيه. لما تقابل الناس و تعرف نفسك
ليههم هل هتعرفهم بنفسك ك Waiter و لا ككاتب في بداية مسيرته و
تحكيه وصلت لفين في مشاريع كتاباتك؟
طبعاً الإجابة واضحة.

المثال ده بيبينك أهمية ال Labels و لازم تكون عارف ان
أهميتها مش بس في تعريفك للناس بنفسك لكن كمان فكرك لنفسك
لأنك لما تتادي نفسك باللقب المرتبط بالهدف اللي نفسك توصله
بيبقى اسهل لك انك فعلاً توصل.

طبعاً ده مش معناه انك تكذب او تغير الحقيقة او تدعي حاجة
مش حقيقية يعني متعرفش نفسك كفائز بجائزة نوبل لمجرد ان نفسك
تكسبها لكن اشتغل على نفسك عشان تحقق حلمك.

في حالة ال personal branding بقى ال Labeling
Theory بتتجاوز ده و توصل لحلمك.

في حالة ال Personal Branding نظرية ال Labeling
بتتخطى كل ده و توصل لهدومك و مظهرك و طريقتك في تعريف
نفسك يمكن متصدقش بس لو انت بتشتغل في مكان كل زمايلك فيه
يلبسوا casual و مش بيهتموا ابدأ بال Dress code المناسب لوقت
الشغل و في يوم قررت انك تهتم بلبسك اكثر في خلال فترة صغيرة
هتلاقي مدبرينك بدأوا يعتمدوا عليك في مهام اهم و بياخدوا رأيك
اكثر و ده لأن مظهرك بيوحي بالجدارة و الالتزام.

من بعض أهم القواعد اللي وضعها John T. Malloy في كتابه الشهير New dress for success هو انك دائماً تكون نظيف - من غير ما تصبح مهووس - و عمرك ما تلبس حاجة تحطك تحت تصنيف معين و اهم حاجة هي ان و انت رايح Meeting تكون لابس زي احسن واحد هيكون موجود او حتى احسن منه لان طبقاً لـ Labeling Theory لو أنت لابس كويس من الأسهل انك تقنع الناس انك بتقدم خدمات كويسة.

نضيف كمان ان طبقاً لنظرية الوان اللبس (و اللي بتختلف في مفاهيمها عن نظرية الألوان العادية)، لابس لون الـ Navy blue بيعبر عن السيطرة، الأسود بيعبر عن سيطرة زائدة لكن البني بيعبر دائماً عن بداية المسيرة (لو لاحظت في الأفلام و خصوصاً الاجنبي، دايماً الولد اللي جاي من قرية صغيرة عشان يحقق أحلامه في المدينة الكبيرة بيظهر في اول الفيلم ببدل و هدموم بني و مع الوقت و كل ما ينجح اكثر ملابسه تتحول للون الأزرق و الأسود.

واهم حاجة نتفق عليها فيما يخص اللبس هي ان مش كل الهدوم تنفع لكل المقابلات، يعني من الجيد انك تلبس بدلة في مقابلة مع شركة محاسبة أو محاماة لكن مش هي انسب حاجة لمقابلة الـ

Graphic designers

مجموعة مهاراتك

عشان تحقق ذاتك و تنجح في تأسيس Personal Brand قوية لنفسك لازم تعتمد تطوير المهارات اللي عندك و تنميتها وانك

تخليها هي الاساس اللي بتبني عليه الBrand بتاعتك لأن جوهر أي Personal Brand هو مهارات صاحبها سواء الحالية او المستقبلية و معرفته بكيفية استغلالها بالطريقة اللي تحققله اقصى عائد ممكن.

مفهوم الSkill set يعبر عن مجموعة من المهارات مرتبطة ببعضها بدرجة ما و لما بيجمعوا مع بعض بيكونوا مزيج كامل ممكن نعتبره وحدة واحدة يعني مثلاً حد بيشتغل Graphic Designer متخصص في مجال بوسترات الأفلام هيكون عنده مجموعة مترابطة من المهارات، يعني مثلاً:

- بيعرف يستخدم برامج زي Photoshop و Illustrator
- مبدع و بيعرف بيتكر أفكار جديدة.
- بيْفهم في أنواع الطباعة.
- شاطر في تنسيق عناصر زي الContrast – Colour & Composition

- لازم يكون مميز من ناحية الTypography

من المهم جداً انك لو فعلاً حابب تطور الMarketing بتاعك انك تطور و تتمكن من مجموعة كبيرة من الSkill sets المطلوبة في السوق حالياً، حتى لو انت من الناس المؤمنة بالتخصص و بالتالي مهتم بتطوير نوع واحد من Skill sets يبقى لازم تتأكد من بذل مجهود كبير عشان تبقى احسن واحد في مجالك و الا مش هتتميز.

و ده لأن أي مجال عملي او علمي بيكون مرتبط بمجموعة من المهارات المساندة له و بالتالي لازم قبل ما تدخل أي مجال تقوم بحصر للمهارات المرتبطة به و تدرس مدى تمكّنك منها و ازاي هتقدر تنميها و تطورها في نفسك.

و بكده مش بس هتتميز اكرت في مجالك و تزيد درجة تخصصك فيه لكن كمان هيزيد عدد العملاء المحتملين و ال Markets اللي ممكن تسوق شغلك فيها و بالتالي ارباحك و سمعتك و ال Personal brand اللي حابب تكونها لنفسك.

بكدة بتكون أول خطوة في تطوير اسطولك من المهارات هي انك تحدد ايه المهارات اللي انت تمتلكها بالفعل. سواء كانت قليلة او كثيرة، مهاراتك دي تساعدك جداً في انك تتطور و خليك دائماً عارف ان مفيش حاجة أسماها مهارة غير مفيدة او ملهاش لازمة.

و مجرد ما تحدد انت بتعرف تعمل إيه نيجي للمرحلة الجاية و هي انك تحدد المهارات اللي حابب انك تكتسبها و مش بالضرورة تكون المهارات اللي حابب تتعلمها مرتبطة ارتباط صريح بمجال شغلك لكن أي مهارة حاببها ممكن تعلمها يفتحلك أبواب كتير مكنتش تتخيلها دلوقتي. و مع ذلك تعلم مهارات مرتبطة مباشرة بال Career بتاعك بتساعدك بنسبة اكبر في النمو السريع.

بالنسبة للمهارات اللي حابب تتعلمها فكل اللي عليك دلوقتي هو انك تحاول تربط بيها و بين مهارات عندك بالفعل، يعني مثلاً لو انت حابب تتعلم كتابة الروايات فأكيد القصص القصيرة و الخواطر اللي بتكتبها دلوقتي ممكن تكون خطوة أولى مساعدة في انك تصبح كاتب روائي مشهور.

الخطوة دي و هي الأصعب: التعلم.

التعلم مش صعب في ذاته و لكن بتكمن صعوبته في إن معظمنا كبشر إعتادنا على وضع أهداف كتير و عدم تحقيق أي منها. من السهل

جداً أنك تفقد تركيزك لظهور حاجات فجأة بتطلب منك تكريس كل تركيزك عليها و على الأساس ده بتضيع الخطط و الاحلام اللي كنت تتمنى تحقيقها و بترجع تاني لنقطة البداية.

السر الحقيقي هنا في ان تلاقي جواك القوة و الإرادة اللي تخليك بالرغم من كل ده و بالرغم من المشغوليات اليومية اللي بتخلي غيرك يفقد تركيزه تكمل... ايوه تكمل و تلتزم بالخطه اللي حطتها للوصول لهدفك و اكتساب مهارات جديدة تقدر تساعد على الوصول لأحلامك. و كوسيلة لمساعدتك على الالتزام... Tell Everyone ... و هنا بخلاف المعتقد الشهير الخاص بانك تداري على شمعتك، احنا عايزينك تكلم كل الناس على خطتك و بالتفصيل.

احكيلهم عن السبب وراء رغبتك في تعلم المهارة دي بالذات، الوقت اللي تتوقع انك تحتاجه لحد ما تتقنها، الكتب اللي ناوي تقرأها، المحاضرات اللي هتحتاج تحضرها و كل الخطوات اللازمة لوصولك لتمكن المهارات اللي شايف انك ال Skill set اللي بتحلم بيه بيتطلبها.

الوسيلة دي بتساعدك بطريقتين:

- هتلاقي ناس دايماً بتكلمك تتظمن عليك و تشوفك وصلت فين في طريقك و في نفس الوقت بيقدمولك الدعم و التشجيع اللي ممكن تكون محتاجه سواء كان مادي أو معنوي
- هيبقى شكلك وحش قدام ناس كثير جداً لو تراجع او فشلت في تحقيق هدفك و مش متخيل بأي درجة الخوف

من الإحساس بالخزي قادر على تحريك الأشخاص تجاه تنفيذ مهامهم على اكمل وجه.

المحاضرات و الندوات مش هي الطريقة الوحيدة لأنك تتعلم و تتطور من شخصك و مهاراتك لكنك ممكن تتعلم من كل حاجة بتحصل قدامك في كل لحظة في حياتك اليومية عن طريق وسيلة سهلة و بسيطة و غير مكلفة اطلاقاً و هي: حاسة البصر

راقب كل حاجة بتحصل حواليك و فكر فيها لأن كل موقف اكيد فيه فرصة للتعلم و اكتساب خبرات جديدة يعني مثلاً لو سمعت مصطلح لأول مرة قدامك حل من الاتنين:

- اسأل الشخص عن معناه و اتعلم منه.

- دور على معنى المصطلح على الانترنت و ابتدي اقرأ عنه مقالات لحد ما تفهم معناه

بعد ما تفهم معنى المصطلح حاول تربطه بحالات حالية او من الماضي عشان تثبت المعنى في عقلك و كمان تفهمه بشكل تطبيقي اكثر.

تطورك

من المهم انك تستمر في التغيير، مش بس لأنه هيخلي حياتك مشوقة بشكل اكبر لكن كمان لأن التجربة اثبتت ان الناس اللي بتتغير بشكل دائم هي دائماً اللي بتنجح في العالم الحالي، يمكن لأنهم بكده بيواكبوا الطبيعة المتغيرة للعالم...

الCareers بتختلف كل يوم، مجالات العمل بتتولد و تموت و تتغير بسرعة أكبر من أي وقت قبل كدة بسبب التطور السريع و المستمر في التكنولوجيا، الاقتصاد، النظم الاجتماعية و عوامل بيئية ثانية كتير محدش فينا يقدر يتحكم فيها او حتى يتنبأ باتجاهات تغيراتها و بكده يبقى التنوع في مجالات معرفتك و مهاراتك أمر حتمي لو حاب تحقق نجاح مستمر و حاب تتفاجئ إن مجال خبرتك بدأ يندثر.

صُحبتك

من المهم جداً لك سواء في حياتك الشخصية أو العملية الاهتمام بالناس القريبة منك واختيار نوعيتهم عشان الصحبة او الentourage اللي حولك قادر تماماً انه يشجعك و يساعدك على النمو و قادر في نفس الوقت - في حالة الاختيار الخاطيء - يكون معيق أساسي لك. و لازم تكون عارف ان مش من الضروري انك تبقى لسه محتاج تدور على الناس الداعمة لك ممكن يكونوا اصلاً موجودين حولك، و سواء الصحبة دي موجودة أو هتبنيتها تأكد انها هتكون عامل أساسي في تطوير الPersonal Brand بتاعتك.

للتبسيط في نوعين من الصُحبة ننصحك تكون جنبك:

النوع الأول:

سواء النوع ده موجود في حياتك او لسه هتبنيه، مفيش حد يقدر ينكر أهمية الCore Support Group في حياتنا كلنا..
مين الCore Support Group؟

دي ناس انت متأكد انك ممكن تثق فيهم بخصوص أي شيء في حياتك سواء الشخصية او العملية بالرغم من الاختلاف اللي ممكن يكون بينكم من حيث الأهداف، هم الناس اللي بيضحكوا على نكاتك - حتى السخيفة منها - بيحضروا حفلات عيد ميلادك و مستعدين يساندوك في أي تقدم عايز تحرزه في حياتك. وجود الناس دي في حياتك شيء أساسي لأن ببساطة هم اللي هيساعدوك تقوم على رجلك بعد الانهيار و يشجعوك لما تحبط و يروحوا معاك السينما لما تلاقي الكنز النادر - وقت فاضي - .

و مش لازم تنسى ان الحفاظ على النوع ده من الأشخاص يتطلب منك الاستثمار في علاقتكم عن طريق إنك تكون صديق جيد ليهم انت كمان و ده بيتضمن:

«أعياد ميلاد، like لصورهم الجديدة واستعدادية كاملة أنك تسمع سبب انتهاء علاقتهم الأخيرة و تساندهم و قلبهم مكسور».

يمكن يكون الكلام ده بديهي بالنسبة لك ولكنه غريب جداً و صعب جداً على بعض الأشخاص اللي بيواجهوا صعوبة في تكوين و الاحتفاظ بعلاقات صحية مع الناس القريبة منهم عشان كده حيننا نأكد ان لعلاقات الصحية لازم تمشي في الاتجاهين و ان المجهود اللي بتعمله في توطيد علاقتك بأصدقائك أكيد هيعود عليك بمثله و الا هيتوجب عليك البحث عن اشخاص آخرين تحاول بناء علاقات صحية معاهم.

النوع الثاني

و هم عبارة عن أصدقاء و زملاء العمل و يمكن المجموعة دي مش بتكون قريبة منك على المستوى الشخصي زي المجموعة الأولى ولكنهم بيكونوا على علم و دراية كبيرة بمجال شغلك و بالتالي يقدرُوا يساعدوك على المستوى العملي سواء بتوصية أو ترتيب مقابلة ليك مع شخص مهم و يساعدوك في اتخاذ قرارات مهمة خاصة بشغلك و مع ان الدائرة دي من العلاقات غالباً ما تدعوك لاجتماعات بدل أعياد الميلاد و لكن الحفاظ عليها و تنميتها أمر مهم جداً تطورك على المستوى العملي.

الاستثمار اللي بتحتاج تعمله للحفاظ على دائرة العلاقات العملية يعتبر بسيط و هو انك تتابع نجاحاتهم العملية و تبقى على اتصال معهم بحيث تتبادلوا الاخبار و الخبرات و نوادر العملاء.

الجمع ما بين نوعين الدوائر اكثر من مهم لحياتك الشخصية و العملية و يمكن ده بنلاحظه اكثر لما بنشوف حد محاط بدوائر غلط. و ببساطة لو حابب تحدد الدوائر المحيطة بك حالياً جيدة ولا لا، فالدائرة الغلط بتكون من اشخاص بتقلل منك شخصياً او عملياً سواء كان شخص سيئ السمعة أو شخص لا يمانع إيذاءك لتحقيق مصالحه، ناس عندها مشاكل نفسية غير قابلة للإصلاح أو حد ضربك في ظهرك قبل كدة.

Always forgive, never forget and never bring them
back to your life

و انت بتعمل على تطوير الPersonal Brand الخاصة بك هتلاقي جوانب كثير من حياتك و وقتك بدأت تتكسر للشغل حتى خارج إطار ساعات عملك و ده لأنك لما بتبدي تشتغل خارج إطار أماكن و توقيات العمل الرسمية بيكون سهل جداً أنك تغلط غلطة Freelancers كثير و هي ان ال٢٤ ساعة يتحولوا عمل و ده لأن يوم عملك مش بيبدأ في معاد محدد و بالتالي ممكن مينتهيش أصلاً.

الصعوبة هنا بتكون في تقسيم يومك لمساحات مرنة تخليك قادر على القيام بمسؤولياتك الشخصية و العملية بflow سلس سهل عليك يومك. الوصول للمثالية دي مش سهل و تطوير عادة الانتقال من mode الشغل للحياة الشخصية بردو مش سهل بس بيضمنك توازن صحي، توازن غيابه ممكن يفقدك القدرة على الشغل حتى مع اقتراب الDeadline و يفقدك القدرة على التمتع بحياتك حتى يوم اجازتك.

أحد أهم الطرق في تنظيم وقتك بين حياتك الشخصية و العملية هي تحديد الدخل اللي محتاجه للحفاظ على مستوى معيشتك و انك تحدد بالضبط الوقت اللي محتاجه لتحقيق الدخل ده مع العلم أن أي شغل زائد بتعمله فهو extra و بالتالي أي وقت خارج ساعات العمل اللي انت محتاجها لتحقيق الدخل المرغوب هي ساعات حرة اللي بتختار تخصصها للشغل ولا لحياتك الشخصية و ده بيديك فرصة أنك تخرج مع اصحابك، تتغدى في مكان بره أو حتى تسترخي في بيتك.

و هنا لازم نحذرك من الوقوع تحت ال Parkinson's Law و اللي مفاده ان ممكن مهمة تأخذ منك أكثر من وقتها لمجرد أنك عارف ان عندك وقت...

يعني مثلاً لو مطلوب منك تخلص تقرير شهري عن الموظفين و معاه مهام تانية مش مهمة ممكن التقرير ياخذ منك ٦ ساعات لإنهائه و باقي المهام في ساعتين و يخلص بكدة يوم عملك مع أن نفس التقرير كان ممكن يخلص في ساعتين بس لو كان يوم مشغول و في مهام كتير محتاجة منك وقت.

في فكرة تانية و هي انك تخلص المهام السهلة الأول. تغسل الاطباق، تتخلص من الزبالة، توضب مكتبك و غيرها من المهام اللي مش بتستنزف منك وقت أو مجهود. كل دي انتصارات مهما كانت صغير و لكنها لسه انتصارات بتديك دفعة و جرعة ادرينالين تساعدك على تكملة باقي مهام اليوم.

اعمل قائمة بكل المهام اللي عليك في اليوم - متنساش تكتب فيها المهام الصغيرة - و ابدأ بتنفيذ المهام السهلة الأول و في الغالب بعد ما تخلص المهام الصغيرة كلها مش هيبقى غير مهمة أو اتنين كبار تقدر تنفذهم و ذهنك صافي مش مشغول بمهام تافهة و ملهاش قيمة غير لما بتراكم على بعض، و بمجرد ما تخلصها مش هيبقى معاك غير مجرد كلمات مشطوبة في القائمة بتاعتك و ذهن صافي جاهز للمهام الكبيرة.

حضورك في ال Events

خروجك و حضورك لفاعليات كثير تخليك تشوف ناس أكثر و تتشاف أكثر مهم جداً في بناء ال Personal Brand بتاعتك و خصوصاً ان صورة واحدة بتنزل على الإنترنت لك في event بتوصل لمئات أو حتى آلاف الأشخاص و عشان كده لازم تهتم بحضور الفاعليات اللي بتنظمها مؤسسات كبيرة و بيحضرها شخصيات مهمة مرتبطة بمجال عملك.

كل شخص بيقابلك في ماراثون أو حفل تجميع تبرعات لقضية مهمة و خيرة بترتبط في ذهنه بذكريات جيدة و بقضية مهمة و لا ارادياً يرتبط تقديره لك بتقديره للقضية اللي قابلك في احدى فاعلياتها.

و عشان كدة تحديك للأماكن اللي حابب انك تتشاف فيها لازم يكون مدروس و مبني بشكل كبير على مجال عملك لأنك بكده بتضمن ان ال Networking اللي هتعمله في المكان هيعود عليك بالنفع في شغلك و ال Personal Branding الخاص بك.

نظرتك للعالم

نظرتك للعالم في اراءك الفلسفية اللي على أساسها بتشوف و تحلل و تترجم كل حاجة بتحصل حولك. و هنا النظرة دي بتتأثر بشكل كبير بتربيتك و البيئة اللي نشأت فيها و تعليمك و الناس اللي بتحتك بيها. ده غير انها كمان بتأثر في نوعية ال Personal Banding بتاعتك بشكل كبير و مدى جودتها بياثر بشكل كبير في مدى نجاحك.

تخيل معنا كدة:

انت بتعمل interviews لشخصين مقدمين على نفس الوظيفة و الاتنين يعتبر عنهم نفس الدرجة من المعرفة و الخبرة بالمجال، و الحاجة الوحيدة الباقية لتحديد مين فيهم هياخد الوظيفة هي ال Interview.

أول واحد فيهم كان شخص friendly جداً و مش مصطنع و باين عليه النشاط ده غير انك لما اتكلمت معاه عرفت انه بيتطوع في أنشطة تخصص منظمات غير هادفة للربح في أيام اجازاته، سافر ل ١٧ دولة و ناوي يزور باقي الدول قبل ما يموت و ده غير انه بيهدف انه يبقى منصب اعلى في خلال الكام سنة الجايين.

الثاني بقى داخل عليك بابتسامة مزيفة و معندوش أي استعداد انه يتكلم عن انشطته بخلاف الشغل - غالباً لأن مفيش حاجة يتكلم عنها - و بيكرر عليك معلومة انه مش محتاج الشغل لكن يستحقه ده غير ان هدفه طويل الاجل هو انه يكسب مليون جنيه في اليا نصيب و يتقاعد و يقضي باقي حياته بيصرفهم.

- هتختار مين فيهم؟

- ...

- بالضبط.

من الصعب اننا نشرح الفائدة المباشرة أو التأثير المباشر لـ Attitude بتاعك على حياتك و ده لأن تأثيره صعب القياس بشكل دقيق لكن خليك متأكد أن الحفاظ على Attitude مقبول و مستحب من الناس اللي حواليك اكر من ضروري في علاقتك بيهم سواء على المستوى الشخصي أو العملي و ده بيان في عدد من الصفات منها:

انك تكون شخص « كويس»، كلنا بنقول اننا عايزين نبقى ناس « كويسة» كلمة « كويس» دي ليها معاني كتير بتختلف من شخص للثاني في ناس بتشوف كويس: سعيد - شغوف - يساعد غيره - راضي عن نفسه و صفات ايجابية تانية كتير ممكن نستخدمها. و حتى وسيلتك للوصول للصفة دي مش واحدة، ممكن تبقى كويس عن طريق انك تسبب علامة في مجتمعك او حتى تكون سبب في سعادة شخص واحد.

تاني حاجة هي انك تكون سعيد، السعادة أو الرضا صفات بتخليك تواجه الحياة بإيجابية و بالتالي تستغل الفرص و تصمد قدام التحديات، السعادة بتخليك منتج أكثر و عشان كده يبقى صعب تلاقي شخص تعيس و مع ذلك ناجح في حياته و ايه اصلاً فائدة النجاح لو مش هيخليك سعيد؟

تالت حاجة هي انك تكون شخص يساعد اللي حواليه، فالنالس اللي بتساعد اللي حواليهما حتى من غير ما يكون في مصلحة لهم من

المساعدة غالباً بيكونونوا انجح من غيرهم و ده ممكن يكون يكون جزاء
الاحسان أو حتى ممكن تشرحه بشكل منطقي ان الأشخاص اللي انت
هتساعدهم النهاردة اكيد هيبقوا حاسين بالامتنان تجاهك و بالتالي
هيحاولوا يساعدوك هم كمان. مساعدة الناس استثمار و كمان بتخليك
شخص أحسن و محبوب أكثر.



زي كل الحاجات القيمة في حياتنا، اول خطوات في بناء ال personal Brand بتاعتك دائماً هيكونوا هم الأصب لأن دي المرحلة اللي بتقرر فيها يا تاخذ الطريق لآخره يا تستسلم زي كتير قبلك و ده مش بسبب صعوبة أو تعقيد عملية بناء ال Personal Branding و لكن لأنها بتتطلب منا مستوى عالي جداً من الصراحة مع النفس و مواجهتها بحقيقة نقط القوة و الضعف و حاجة زي كده بتحتاج منك شجاعة كبيرة جداً عشان تقيم انجازاتك و لحظات فشلك بموضوعية.

يمكن ده يكون امر سهل لقلة من الأشخاص المتصالحين مع ذاتهم و عندهم ما يكفي من الثقة بالنفس اللي تخليهم يبصوا في المراية و يبقوا فرحانين بالشخص اللي شايفينه قدامهم و يبقوا عارفين ايه محتاج يتحسن و ازاى هيقدرُوا يشتغلوا على تحسينه، اما بقى بالنسبة لباقى الناس اللي زينا فعلية تقييم الذات بهدف معرفة نقاط التحسن دي من الصعوبة الكافية اللي بتخلي معظمنا يهرب منها اساساً و يتجنب تقييم ذاته و ده بسبب الصعوبة اللي بنواجهها في الغوص في أعماق روحنا و الاعتراف بنقاط ضعفنا حتى و ان كان بيقابلها نقاط قوة كثيرة جداً لكن غرورنا مش دائماً يساعدنا في النقطة دي.

الحل هنا بسيط:

كفاية كلام و كفاية تخطيط.

امسك ورقة و قلم و ابدأ شغل. قسم الصفحة لعمودين و ابدأ املاها كالتالي: العمود الأول: اكتب فيه ١٠ حاجات شايف ان الناس اللي تعرفك بتحبها فيك و هنا اكتب أي حاجة تيجي في دماغك: ضحكك، نكتك أو حتى انتقاداتك اللاذعة.

ممکن الحاجات اللي تكتبها تكون مرتبطة بحياتك الشخصية يعني مثلاً الناس بتحبك عشان دايماً بتعرفهم اخبار اللي بتفوتهم أو حاجات مرتبطة بحياتك العملية يعني مثلاً انك بتبتع دايماً معايير لزمالك أو انك دايماً بترد على رسائلهم بجملة شكر.

خليك صريح مع نفسك لأننا هنا بندور على الحاجات الموجودة بالفعل مش الحاجات اللي نفسك تبقى موجودة و ممكن هنا تاخذ مساعدة من عيلتك و اصحابك او حتى عملائك لأنهم هيقدرُوا يفيدوك بموضوعية لأنهم شايفين الصورة من برة.

في العمود الثاني بقى هتكتب السمات اللي شايف انك ممكن تشتغل على تحسينها و هنا كمان هتكتب حاجات مرتبطة بشخصيتك (مثلاً: بتقول نكت الناس بتحسها سخيفة) أو مرتبطة بحياتك العملية (عندك عادة التأخير على الاجتماعات). ملئ العمود ده بالأخص بيتطلب منك تسأل الناس اللي حواليك و كمان تتقبل اجاباتهم لأن جزء كبير من تطوير الشخصية بيتركز في فكرة تقبل النقد البناء فمش لازم تتكسف اطلاقاً في انك تتطلب رأيهم و كمان تطلب منهم يكونوا صرحاء جداً في اللي هيكتبوه لأن بناءً عليه هتملى العمود الثاني.

دلوقتي بقى بص على الورقة و العمودين، هو ده أساس ال Personal Brand بتاعتك الموجود دلوقتي و من الطبيعي جداً لأي براند ان يكون ليها مميزات و عيوب.

اللعبة هنا في انك تقوي مكونات العمود الأول (الحاجات اللي الناس بتحبها فيك) و تقلل أو تقضي على مكونات العمود الثاني (نقط التحسين).

طبعاً طريقة التطوير هنا بتختلف باختلاف جذري من شخص لشخص وده بسبب الاختلاف في نقط القوة و الضعف اللي عند كل واحد فينا سواء بحسب طبيعة شخصيتنا او البيئة اللي نشأنا فيها و كمان نوعية التربية اللي تلقناها من أهلنا و المحيطين بينا على مدار نمونا كل ده بالإضافة لأهم و اقوى عنصر مؤثر و هو التجارب المختلفة اللي بتمر بيها على مدار حياتك.

و اسهل طريقة للتعديل من ال Personal Brand بتاعك هنا هي بالبدء بالحاجات الأكثر وضوحاً عشان الكل يلاحظ ده بشكل سريع و يكون التأثير الإيجابي على ال Personal Brand بتاعتك قوي و سريع.

دائماً ابدأ بالعيوب الظاهرة، العيوب اللي الكل اتفق على وجودها فيك و بشكل ملحوظ و ابدأ في السيطرة عليها سواء بتغييرها بالتدريج او انك تقضي عليها Once and for all.

و في خلال العملية دي ابدأ كمان في تقوية و اظهار نقط القوة عندك، خلي الناس كلها تفتكرها و كمان تتكلم عنها و بالتالي تقدملك توصيات عند معارفهم و اصحابهم لحد ما تكون الصفات دي هي السمعة و الشهرة اللي كل الناس بتعرفها عنك.

في الأول و الآخر احنا بنحاول نخلي ال Personal Brand بتاعتك متكونة بشكل أساسي من نقاط قوة.

“When I do good, I feel good. When I do bad, I feel bad. That’s my religion.”

Abraham Lincoln

“The cosmos is neither moral or immoral; only people are. He who would move the world must first move himself.”

Edward Ericson

ليه بدأنا الجزء ده بالمقولات دي؟
لأننا هتناقش جزء معظم الناس تتغافل عنه في تطوير ال
Personal Branding و هو تحديد الاخلاقيات الخاصة بك.
ممکن ده بيبانلك تمرين في حصة علم نفس لكن صدقني معرفتك
و بوضوح لحدودك الأخلاقية بيساعدك على فهم دوافعك و تقييم
مواقفك و كمان اتخاذ قراراتك بعيد عن المناطق الرمادية اللي ممكن
تسببك عدم رضا عن نفسك في المستقبل و توجهك للطريق المناسب
ليك في الPersonal Branding.
اللعبة هنا هي في انك تكون محدد جداً في ارائك. يعني لما تسأل
نفسك عن رأيك في السياسة مينفعش تكون اجابتك حاجة زي: «انا
ديموقراطي» أو «انا محافظ» أو مش مهتم أو غيرهم من الإجابات
الغير محددة. شوف كده الإجابة دي:

«اقتصادياً انا اؤمن بالنظام الرأسمالي لكن لما يكون ممزوج ببرامج اجتماعية تخفف عن الفقراء أو تعينهم على ان يكون ليهم مكان في وسط نظام السوق، اجتماعياً بقى انا شايف ان الناس كلها متساوية في حقوقها و واجباتها امام القانون و بكدة بيكون من العادل تطبيق الديمقراطية و ان يعبر عن طوائف الشعب ممثلين عنهم و لكن هنا هيكون علينا التأكد من اختيار الناس دي بناءً على عنصر الكفاءة مش المحاباة.... إلخ»

شوفت السياسة لوحدها ممكن تاخذ منا صفحات كاملة للتعبير عن وجهة نظرنا بخصوصها. كمل على الطريقة دي و اعمل لنفسك مرجع لأرائك في كل المجالات الدينية و الاجتماعية و العلاقات و العلوم. اكتب عن رأيك في الشركات العملاقة، الاكل المعدل جينياً، و أي موضوع ثاني تقدر تكون عنه رأي مدروس.

و بالنسبة للمواضيع اللي متعرفش عنها حاجة، Do yourself a favor و ابحث عنها على الانترنت و اكيد هتلاقي معلومات كافية تخليك تقدر تكون رأي عن الموضوع، حتى لو مش هتبقى خبير في كل حاجة بس على الأقل مش هتكون شخص بيتكلم في مواضيع كثير عن جهل او شخص ميعرفش يقول كلمتين في أي مجال خارج نطاق تخصصه.

مش من السهل على أي واحد فينا انه يحلل هويته و يفهم بكل بساطة صفاته، عاداته، دوافعه و اعتقاداته. ده كمان مش من السهل انك تبص في المرآة و تبقى راضي تماماً عن نفسك بكل تفاصيلها. ممكن يبانلك اننا بنديك مواعظ بس لازم تعرف ان تقبلك لذاتك كما هي دلوقتي مهما كانت مختلفة عن اللي كان نفسك تكونه او اللي اهلك كانوا متوقعينه منك أو اللي شريك حياتك كان يتمناه فيك هو مهارة مهمة جداً مش بس هتساعدك على تقبل ذاتك لأكمان هتقدر بفضلها انك تخرج من اللإطار القديمة اللي كنت محبوس بيها سواء بعد مرحلة عمرية معينة أو حتى بعد تجربة صعبة و بكدة تسمح بمكان تنمو فيه شخصيتك الحقيقية اللي انت بنيتها بنفسك بخلاصة كل حاجة اتعلمتها في حياتك و ده اكيد هيكون شخص حقيقي اكثر، واثق من نفسه و عملي اكثر بكثير.

اكتشف ايه اللي بيميزك و يخليك مختلف و سواء كانت حاجة إيجابية او سلبية انت خلاص عرفت الوصفة و قادر تماماً انك تحول كل خواصك لصالحك.

كل حاجة بيكون ليها مكملاتها اللي بتساعد على ابرازها، حاجات كدة زي الAccessories كدة.

الMarketing و الPersonal Branding كمان ليهم المكملات بتاعتهم حاجات بسيطة ممكن تبان لك تفاصيل لكن الاهتمام بيها بينقلك نقلة كبيرة و بيغير تماماً من الPositioning بتاعك في ذهن اللي قدامك و ده لأنك بتقدر تسخر الأدوات دي في التركيز و تسليط الضوء على كل الأوجه الإيجابية اللي حابب تظهرها و بتساعدك توصل رسايل كتير للشخص اللي قدامك.

التركيز ده اكثر من ضروري لسبب علمي بسيط و هو ان الانسان العادي بيحتاج يتعرض للمعلومة على الأقل ٣ مرات قبل ما تثبت في ذهنه و تدخل في ذاكرته طويلة الأجل و بكده بتكون محتاج تسبب انطباع جيد عند الشخص اللي قدامك بكل الوسائل الممكنة سواء الBusiness card بتاعتك، شكل الWebsite الخاص بشركتك و شكلك انت شخصياً.

و الموضوع ده لا يمكن يتم بعشوائية بالعكس لازم يكون في دراسة قوية لإزاي هتقدر تنسق كل الأدوات دي لتكوين الصورة الكاملة اللي حابب توصلها لأي حد بيتعامل معاك.

اغلبنا ممكن ميعرفش يعمل ده لنفسه و هنا هيكون من الضروري انك تلجأ لحد شاطر في ال Graphic & Web Design يقدر يخلقلك الصورة الكاملة دي بطريقة احترافية.

و في الحالة دي بيكون الشخص ده اشبه بال Brand Manager لأنه بيكون مسئول عن الصورة اللي هتظهر بيها ال Personal Brand بتاعتك للناس سواء على الورق او على ال web و بيحاول يخليها احسن ما يمكن سواء من خلال ال Graphic او ال Typography. وفي النهاية لازم تكون عارف ان اهم عنصرين في ال Accessories لل personal brand هما ال business card و ال website باقي المكملات اختيارية بشكل كبير و عشان كده بننصحك بالبدء و التركيز على العنصرين دول اول حاجة.

Tell your Story

نبدأ بقى الشغل على ارض الواقع، اهم حاجة في ال Branding هي انك تنجح في الوصول للناس و ده بيكون بمشاركتك ليهم في تفاصيلك يعني من الآخر احكيلهم حكايتك..

العالم دلوقتي بكل التكنولوجيا اللي فيه بيوفرلك أدوات كتير جداً تقدر من خلالها تحكي قصتك و توصلها للناس و بالتالي تبني ال Personal Brand اللي بتحلم بيها.

بس خلينا نتكلم اكثر عن السبب...

ليه تحكي حكايتك لناس في الغالب متعرفهاش او معرفتك بهم سطحية؟

فكر كدة في احسن القصص اللي ممكن تفتكرها عن عيلتك، ايه القصص اللي دايماً بتتحكي كل ما تتجمع الاسرة؟ القصص دي بتتنقل من جيل لجيل من أب لابن و من أم لبنتها. القصص دي هي ميراث و اسطورة العيلة.

مفيش أي سبب يخلي عيلتك معندهاش قصص من النوعية دي و مفيش أي سبب بردو يخليك تحتفظ بالقصص دي لنفسك. واحدة من اعظم مزايا ال Social Media هي انها بتسمحلك بمشاركة القصص دي مع العالم.

القصص الحقيقية دايماً بتعلق مع الناس و بيفتكروها، يبقى كل المتبقي هنا هو ان انت يكون عندك الاستعدادية لمشاركة القصص دي سواء على Blog او Facebook او أي وسيلة تانية للتواصل الاجتماعي.

لو في أي اجزاء حاسس ان مشاركتها مع الآخرين مش هيكون مريح بالنسبة لك متقولهاش، محدش قال انك لازم تعرف الناس كل حاجة بتعملها و توربهم صور لكل مظاهر حياتك أو تشف عن كل تفاصيل حياتك و تفقد نفسك تماماً معنى الخصوصية.

اختر الأجزاء و النواحي من حياتك اللي حابب تشاركها مع الناس و ابتدي اكتب عنها او عبر عنها من خلال الصور و ال videos و بالنسبة لباقي الأجزاء اللي انت بتعتبرها نواحي خاصة من حياتك فانت مش محتاج تعمل upload لأي حاجة تخصها.

بس خليك فاكر ان بناء علاقات مع الناس و انك تخليهم يعجبوا بك و يحبوك بيتطلب منك تكشف بعض التفاصيل عن نفسك لأن التفاصيل دي هي اللي بتخليك قدامهم «انسان» طبيعي شبههم عشان كده بنعتبر مشاركة الناس في حياتك جزء مهم من عملية الـ Personal Branding.

Do's and Don'ts of Telling Your Story

في بعض القواعد البسيطة اللي لازم أي حد عايز يعمل لنفسه Personal Branding يلتزم بيها و عشان كده بننصحك بقراءة الجزء ده اكر من مرة لأنه هيكون مرشدك طول الرحلة و هيساعدك على اتخاذ قرارات خصوصاً لما تحتر في المواقف الرمادية اللي بيبقى صعب تجزم فيها ايه الصح و ايه الغلط او تختار احسن بديل من البدائل المتاحة قدامك.

متنزلش صور ممكن تكون صادمة بالنسبة لوالدتك!

كل مواقع التواصل الاجتماعي سواء – twitter – facebook – Instagram او حتى LinkedIn بتسمحلك نشر صور تساعدك في رواية قصتك.

ارجوك استغل الخاصية دي בזكاء، استخدم صور تساند فكرتك و تدعم الصورة الكاملة للـ Personal Brand اللي بتحاول تبنيها لنفسك.

من القواعد السهلة اللي بتساعدك في اختيار الصور هي انك تتخيل والدتك و مديرك و اكبر زبون عندك في عربية واحدة معدين جنب صورتك و هي متعلقة على billboard. لو حسيت انك هتتخرج انهم يشوفوا الصورة... متزلهاش.

متحولش ال Personal Brand بتاعتك لمنصة بيع:

اغلبنا بيتضايق لما يجيله مكالمة من sales agent و هو قاعد مع عيلته على العشاء، نفس القاعدة دي بتنطبق على ال Personal Branding دائماً و انت بتحكي قصتك او بتشارك تجاربك على مواقع التواصل الاجتماعي حاول انك متحطهاش في اطار بيعي سخيف ممكن يضايق اللي بيشفوها و بكدة تقدر تكسب ثقة متابعينك بشكل اكبر و تكون معاهم علاقات إنسانية على مستوى اعلى.

متعملش post ممكن تندم عليه في المستقبل:

الحاجة اللي انت بتكتبها دلوقتي و اللي ممكن تكون مهينة لبعض الافراد حتى لو بتعمل كدة من غير وعي ممكن تنتشر جداً و تندم عليها في وقت مفيش في ايديك فيه أي شيء لإصلاحها و ده لأنك حتى لو مسحتها ممكن يكون كتير عملولها share و بالتالي شافها مئات او حتى آلاف الأشخاص ده غير اللي عملولها screenshot. تخيل ان واحد من معارفك يعمل post سلبي جداً عن عميل أو شريك ليكم أو حتى مدينة كاملة و ال post ده بقى viral و ناس كتير بتنشره

- هل في احتمال انك تنهي عقد الشخص ده لو هو موظف عندك؟ أكيد
 - هل في احتمال انك تتشارك معاه في شغل؟ لأ
 - هل في احتمال انك توظفه في شركتك؟ أكيد لأ
- و عشان كده مينفعش ابدأ تقع بلسانك على social media و زي ما كانوا بيقولوا في الحرب العالمية الثانية:
Loose Lips Sink Ships فخليك حذر احسن تغرق..

متطلبش حاجة من حد الأول.. خليك تاني حد يطلب:

بناء Personal Brand طريق اتجاهين. الأول تساعد الناس و بعدين هم يساعدوك. لما بتبدأ بمساعدة الغير الكل بيكون كسبان، لما انت بتعرض على حد انك تساعده في مشروعه في احتمال اكبر ان هو كمان يبقى حابب انه يقدملك مساعدة.

لكن لو انت بدأت بطلب المساعدة ممكن الشخص التاني يكون مشغول و بالتالي يرفض و ساعتها لما هو هيجي يطلب منك مساعدة هتفتكر الموقف و هتبقى « مشغول » انت كمان غالباً و بكده انتم الاتنين تخسروا.

دايماً قدم لغيرك قبل ما تطلب منه حاجة و دي طريقة مفيدة في انك تخلي اللي قدامك عنده الرغبة و الاستعدادية لمساعدتك من غير ما تتحول في نظره لطفل لحوح و طلباته كثير.

اوعى تتشتت:

من السهل انك تتشتت و انت بتشتغل على الPersonal Branding بتاعك انك تقع ضحية للتشتت. بيبقى وراك حاجات كتير المفروض تقولها وحاجات كتير تعملها وممكن يكون من الصعب عليك إنجازها كلها او حتى التركيز على واحدة منهم و ده ببساطة لكثرة المهام وكثرة الأدوات اللي ممكن تستخدم لتحقيقها و هنا بيبقى في فرق كبير ما بين انك تكون نشيط و انك تكون فعال. وخليك دائماً فاكر ان اهم حاجة هي انك تحافظ على تركيزك و انت بتنفذ خطتك للPersonal Branding و ان حتى لو حصل و اتشتت للحظة لازم تستعيد تركيزك و تتحمل مسؤولية تحقيق هدفك.

ما تستقلش بقدرات الNetwork بتاعتك

من المهم جداً ان تحافظ على Network قوية لنفسك، معارفك اللي عندهم كل الاخبار عن الفرص الجديدة و المشاريع المستقبلية اللي عمرك ماكنت هتسمع عنها غير من خلالهم. الناس اللي بتوصك بأشخاص ممكن تساعدك على تغيير الCareer بتاعك، شركتك و حياتك كلها بدل ما تضيع الوقت في تجربة كل حاجة بنفسك، و مع ذلك متحطش نفسك دائماً في خانة الشخص المحتاج للمساعدة، الجأ لهم بس لما تكون فعلاً محتاج لمساعدتهم.

استثمر في نفسك:

استثمر في نفسك عن طريق انك دائماً تكون على دراية بكل جديد بيحل في مجالك.

اقرأ blogs خاصة بالشغل، اشترى كتب، احضر ندوات ومؤتمرات واسمع Audiobooks متخصصة في مجال شغلك.

لو عايز فعلاً تكون مميز في شغلك و متفوق عن زميلك، لازم تستثمر في نفسك، تقرأ و تتكلم مع ناس هتزودلك معرفتك و ده لأن اهم استثمار و اكثرهم تأثيراً في نجاح الـ Personal Brand بتاعتك هو استثمارك في ذاتك.

استثمر في الآخرين:

بنفس المبدأ اللي اتكلمنا عنه في المساعدة، لما هتستثمر في غيرك هما كمان هيستثمروا فيك. الاستثمار في الآخرين ممكن يكون بسيط جداً زي انك تعملهم forward في مقالة مهمة اتبعتلك على ال mail او عملهم mention في post شوفته مهم على ال facebook او LinkedIn.

لما تساعد غيرك في انهم يكبروا و يقابلوا فرص جديدة، هم كمان هيردولك الجميل و يساعدوك، لكن لو تجاهلتهم، هم كمان هيتجاهلوك لما تحتاج لمساعدتهم.

خليك دائماً نشيط و متشاف:

من المهم جداً في عالم ال Personal Branding و خصوصاً على ال Social Media انك تكون دائماً متشاف و متختفيش و ده بيعتبر جزء من استثمارك في ذاتك لأنك لما بتكون متواجد يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي و بتنشر محتوى كل يوم بتفضل دائماً متواجد قدام زباينك، ال influencers و ال network المهمة بالنسبة لك. كونك متشاف بشكل مستمر بيحافظ على ال awareness بال Personal Brand اللي بتبنيها.

Prepare your Marketing Plan

إزاي تعمل Marketing Plan ليك و ايه النماذج اللي ممكن تشتغل عليها و تسهل عليك الموضوع علشان تعرف تعمل ليك خطة تسويقية بإستخدام نموذج SOSTAC بتمر ب ٦ مراحل في ٦ خطوات لازم تشتغل عليهم كويس جدا:

١ . Situation analysis تحليل الموقف

٢ . Objectives الأهداف

٣ . Strategy الاستراتيجية

٤ . Tactics التكتيكات

٥ . Actions التنفيذ

٦ . Control التحكم

Situational analysis أو تحليل الموقف

أول ما يتطلب منا إننا نقوم بتحليل وضع الشركة أو موقفها بنعمل حاجة إسمها SWOT Analysis إللي من خلالها بنحدد الآتي:
زي ما قولنا إنك وانت بتعمل Personal Branding هتحتاج تعمل شوية حاجات زي ما بنعملها لأي براند عادي الا وهيا ال SWOT analysis بس بشكل مختلف شوية معانا وإحنا شغالين علي نفسنا.

تحليل SWOT هو أداة مهمة جدا في التخطيط لأي شركة أو براند يعتبر هو المرحلة الأولى في اي Plan
و ال SWOT المرة دي مش تحليل للمشروع بتاعك.. لا هو تحليلك انت كشخص بشكل تفصيلي شوية.
SWOT إختصار لأربع عناصر مهمة جدا وهما:

- نقاط القوة Strengths

- نقاط الضعف Weaknesses

- الفرص Opportunities

- التهديدات Threats

نقاط القوة Strengths

المميزات الحالية ليك كشخص في مجالك أو رسالتك الللي حابب توصلها للناس ايه الللي بيميزك عن غيرك لازم تعرف نقاط القوة والتميز عندك كويس وتكتبها كما

Weaknesses نقاط الضعف

ودي عكس النقطة اللي فوق بمعنى إنك تشوف ايه هيا نقط
ضعفك بالنسبة لمنافسينك علشان تعرف تتعامل معاها بعد كدا
متجاهلهاش
« طبعاً أول نقطتين دول تحليل داخلي خاص بيبك إنت كشخص »
« لكن النقطتين الجاينين دول تحليل خارجي متعلق بمنافسينك
والجمهور بتاعك »

Opportunities الفرص

الفرص بتكون متعلقة بالسوق وجمهورك المستهدف بتدور على
الفرص اللي ممكن من خلالها تستغل حدث معين أو مناسبة معين في
إنك تستغلها في التسويق لنفسك بشكل قوي

Threats التهديدات

هي أي نوع من أنواع المخاطر والمشاكل اللي ممكن تحصل في
المستقبل، لكنها بتهددك وبتهدد اسمك ممكن يكون التهديد في ظهور
منافسين ليك بشكل أقوى ومختلف، أو ممكن في صعوبة وصولك
للشريحة المستهدفة بتاعتك، أو أي متغيرات في المجتمع بتاعك حتى
لو اقتصادية وسياسية واجتماعية

أثناء تحضير ال SWOT لازم تراعي:

- الواقعية في تحديد نقاط القوة والضعف ليك

- السوق بتاعك والمنافسين بمعنى دراسة السوق لتحديد الفرص والتهديدات
- التوقيت عامل لتحديد المتغيرات المتوقعة للتنبؤ بالوضع المستقبلي
- الدقة بحيث يتم شرح كل النقاط في شكل جمل قصيرة وبسيطة

مميزات SWOT analysis

- تقليل المناطق الرمادية في الوضع الداخلي ليك والخارجي مع السوق بتاعك ومنافسينك
- تجنب الخسائر المالية لأنه بيوضح المشاكل والمخاطر قبل تحولها لخسائر
- استخدام البيانات المعلومات مهم لتحديد الإستراتيجيات والأهداف الجديدة
- العمل على انتهاز الفرص المهمة من خلال تحويلها لأهداف
- التخطيط لإستغلال نقاط القوة أفضل إستغلال والسعي لخلق ميزة تنافسية من خلالها
- بعد كذا بيكون تحديد الأهداف هيا الخطوة الثانية للـ

SOSTAC

- أهداف لتنمية وإستغلال نقاط القوة وإنتهاز الفرص الموجوده في السوق، وأهداف لمعالجة نقاط الضعف وآثارها والتخطيط لتحويل التهديدات لنقاط قوة أو فرص

Objectives تحديد الأهداف

لازم تاخذ بالك في الخطوة دي جدا إنها برغم إنها تبان خطوة سهلة وبسيطة إلا أنها مهمة وفارقة جدا في طريق نجاح في الـ

Personal Branding

ولاااام الأهداف بتاعتك تكون:

SMART

Specific

Measurable

Actionable

Reasonable

Timed

هنا بتبدأ تكتب الأهداف اللي عايز تحققها في أول مرحلة ليك وخلي بالك الاهداف متكونش عامة.. يعني مثلا مينفعش تقول عايز اكون مشهور في مدينتي بس مثلاً، لازم الهدف يكون أكثر واقعية وميكونش هدف وهمي أو من الاستحالة تنفيذه أو قيااسه مدي تحقيقه.. ومهم جدا إنك تكون عامل لنفسك جدول زمني ووقت محدد لتحقيق الاهداف دي متكونش عامة وغير مشروطه بوقت للتنفيذ مش بس لازم تقسم الاهداف بتاعتك من حيث العامل الزمني.. أهداف طويلة المدى وأهداف قصيرة المدى.. كمان لازم تقسم من حيث الأهداف الرئيسة ليك.. والأهداف الفرعية من حيث الأهمية ليك

عمل استراتيجيية Strategy

بعد ما بنكون حددنا الاهداف إللي عايزين نوصلها بنحط إستراتيجية أو خطوات بتساعدنا لتحقيق الأهداف دي كمان بنحدد الميزة التنافسية اللي هتكون موجودة عندك ومش عند منافسينك كمان بتحدد الشرائح اللي إحنا ممكن نستهدفها « Target audience » بتحدد كمان كيفية تنفيذ الحملات التسويقية ليك سواء اونلاين ولا offline وبنسبة كام هتركز علي كل حاجة وفقا لخطتك التسويقية وتبدأ تحط الميزانية المناسبة ليك للتسويق

تكتيكات Tactics

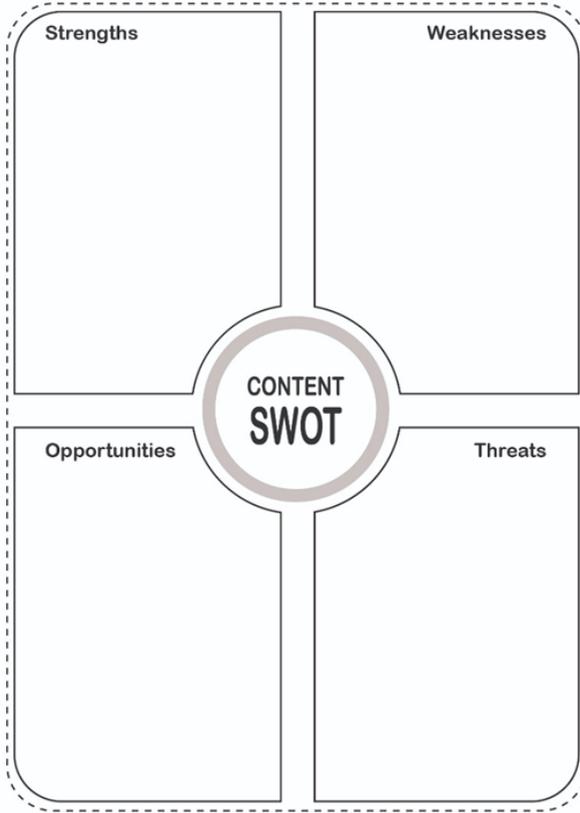
وفي المرحلة دي بتبدأ تشتغل على آلية تنفيذ الاستراتيجي اللي انت جهزتها وتبدأ تجهز ايه هو المحتوى اللي هتقدمه كمان لو كنت إخترت تشتغل انك ت brand نفسك اونلاين كبداية فمثلا هتشتغل على الفيسبوك و لا تويتر ولا انستجرام! وهكذا لان بناء على هذا الخطة بيفرق معاك الية التنفيذ وتجهيز المحتوى

الإجراءات Actions

في المرحلة دي بنحدد المهام المطلوبة لنجاح الخطة التسويقية بتاعتك بما فيها ال tasks إللي هتساعدنا على تحقيق هدفنا ومين المسؤول عن تنفيذ ال Tasks دي.

التحكم Control

ودي آخر مرحلة في الخطة التسويقية إلي من خلالها يتابع هل ال Target بتاعي صح وماشي في نفس الطريق اللي محددينه.. وهل أهدافك بتتحقق ولا لا؟





و دلوقتي خلينا نتخصص اكثر و نتكلم بشكل مفصل إلى حدٍ ما عن اشهر المواقع المستخدمة في الـ Personal Branding و ازاى تقدر تستخدمها بأحسن طريقة تفيدك في تطوير الـ Personal Brand بتاعتك.

Facebook

تخيل لمبة صغيرة منورة على مكتب في إحدى الغرف من المدينة الجامعية التابعة لـ Harvard University لأن في طالب سهران مع زميله بيخلصوا مشروع دراسي. في ٢٠٠٤، الطالب Mark Zuckerberg بدأ يطور نوع جديد من المواقع عشان يسهل التواصل ما بين زملائه، الموقع انتشر بسرعة بين زميله و بدأ يوسع نطاق الموقع عشان يشمل الطلبة من جامعات ثانية زي Stanford, Yale and Culombia و بعدين كبر اكثر و بقى شامل لكل الجامعات في الولايات المتحدة الامريكية و كندا. في ٢٠٠٦ Facebook بقى يضم مشتركين من حول العالم و الناس كلها إتهوست بظاهرة التواصل الاجتماعي.

النهاردة في اكثر من ملياري مشترك على الـ Facebook و بيعتبر هو الموقع الأول على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي سواء من حيث عدد المشتركين او نسبة الاستخدام اليومية. في خلال ٦ سنين مشروع Mark اتحول من مشروع دراسي لموقع تواصل اجتماعي عالمي بيستخدم

سواء في التواصل الشخصي و تكوين العلاقات او كمان في الشغل و ال
.Personal Branding

غالباً انت عندك Facebook account بس غالباً برودو مش
بتستغله لأبعد حد. ال Facebook ممكن يستخدم كأداة قوية جداً و فعالة جداً
في ال Personal Branding. الهدف الرئيسي من ال Facebook
هو تكوين مجتمعات و التواصل مع اللي حواليك و دي بالظبط الأدوات
اللي انت محتاجها لترسيخ ال Personal Brand بتاعتك و انك تخلق
لنفسك Influence.

متوسط عمر مستخدمين ال Facebook هو ٣٨ سنة، طبعاً انت
مستغرب الرقم لأنك زي ما معظمنا فاكر ان ال Facebook مستخدم اكثر
من الشباب الصغير و الطلاب لكن في الحقيقة و طبقاً للإحصائيات متوسط
عمر مستخدمين ال Facebook هو ٣٨ سنة.

مهما اختلف السن من المشترك ان مستخدمين ال Facebook
بيستعملوه في مشاركة مصادر سعادتهم مع العالم سواء في حياتهم الشخصية
او العملية، بيشاركوا تجاربهم اليومية و المواقف اللي بيتعرضولها،
بيشاركوا صور و حكايات عن عيلتهم و اصحابهم و كمان أفكارهم و
آراءهم و معتقداتهم.

ليه لازم تستعمل ال Facebook؟

ال Facebook موقع دوره انه بيساعد الناس على التواصل و
تكوين روابط اجتماعية قوية و على عكس ال LinkedIn – موقع شديد
العملية – ال Facebook شخصي اكثر و Friendly بشكل يخليك تعتمد

عليه في اظهار الجانب الشخصي و الإنساني منك في الPersonal brand بتاعتك.

في ناس بتستعمل الFacebook بس لمشاركة صور و آراء و محتوى عامةً مرتبط بحياتهم الشخصية و في غيرهم يربط الpersonal Account بتاعه بPage متعلق اكثر بالشغل و يجمع ما بين الجانب الشخصي و العملي ليه على الFacebook.

من الأشياء اللي توصلنا لها في الفترة الأخيرة هي ان الجزء من حياتك الشخصية اللي بتشاركه على أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي بيكون له تأثير ضخم على الProfessional Personal Brand بتاعتك و يمكن يكون الجانب الشخصي جانب كبير من أسباب ربح بعض الأشخاص و بالتالي مشاركتهم لمعلومات و محتوى عن حياتهم الشخصية بيكون كمان واحد من مصادر دخلهم.

مثال على كده ممكن حد موظف في شركة تأمين يعمل لpage لفريق كرة قدم المدرسة اللي فيها ابنه و يستخدم الpage او الgroup ده في الترويج لشغله – مش بنقولك ابعتلهم كلام من نوعية: ابنك ممكن رجله تتكسر و هو بيلعب.. مأمّن عليه؟ - لكن وجوده على group زي ده بيساعده على توطيد علاقته بالأهالي و دي اللي ممكن بعد كده يتبنى عليها تعاون في الشغل ما بينهم.

احنا مش بنقولك تستغل اولادك في الترويج لشغلك – مش اوي يعني، خصوصاً لو حلوين - لكن بنقولك تستغل أي ظروف متاحة لك لتكوين علاقات جديدة ممكن تفيدك بعد كده سواء على المستوى الشخصي او العملي.

الـ Facebook بقى بيساعدك على تطوير العلاقات دي و المحافظة عليها بشكل هايل و يبسهل التواصل ما بينك و بين أي حد في الدنيا في أي وقت و أي مكان. ولده لأن وجود اكر من مليار مستخدم للـ Facebook بيضمنك ان اكيد تعرف منهم ناس ده غير كمية الوقت الكبيرة جداً اللي الناس بتقضيها على الـ Facebook و بالتالي تلاقي مكان تنشر عليه و انت ضامن انه هيوصل لجمهورك.

Top 11 Tips for Using Facebook

خلي النصايح دي في بالك في كل مرة بتعمل فيها Log In:

❖ **خليك عارف ان الـ Brand بتاعتك هتكون public on facebook** ❖

في الحالة العادية و لو انت مش مشدد الـ Security & Privacy settings فلازم تكون عارف ان أي حد يقدر يفتح الـ Account يتفرج عليه و يشوف الـ posts بتاعتك.

والدتك، رئيسك في الشغل، خطيبتك القديمة، زميلك في رابعة ابتدائي و أي حد ممكن يلاقك سواء عن طريق الـ Facebook نفسه بأنك تطلع له في People you may know او لو هو يدور عليك سواء على facebook او حتى على google عشان كده دايماً بننصحك بإنك تكون عقلاني في اختيار أي post بتنشره على موقع مشهور و مستخدم جداً زي الـ Facebook.

❖ ❖ ❖ **خلي الusername بتاعك سهل و يتحفظ:** ❖ ❖ ❖

اسمك لازم يكون سهل الحفظ خصوصاً بالنسبة للناس اللي هتواصل معاك بشكل يومي، و نفس الكلام بالنسبة للwebsite URL حاول انه ميكونش طويل او معقد و من الأحسن انه يكون اسمك: <https://www.facebook.com/yourname> او أي شيء مماثل المهم انه ميكونش طويل جداً و معقد جداً بطريقة تصعب حفظه على أي حد.

❖ ❖ ❖ **اكتب posts لأصدقائك على الWall بتاعتهم:** ❖ ❖ ❖

الfacebook wall هو عبارة عن personal feed بيسجل كل حاجة اصدقاءك بيعملوها على الfacebook و بالتالي لما بتكتب على الwall الخاص بحد من اصدقائك بتكون طريقة سهلة جداً و سريعة جداً في انك تساعد في انتشار الpersonal brand بتاعتك خصوصاً أنهم لما بيردوا على اللي انت كتبتة، بتوصل التعليقات دي - و بالتالي الpost بتاعك - لكل اصدقائهم و بالتالي دي ممكن تكون اسهل طريقة في ان صوتك يعلى و رسالتك توصل.

❖ ❖ ❖ **اعمل tag لأصحابك اللي معاك في الصور:** ❖ ❖ ❖

لما تنزل صورة ليك مع حد لازم تعمله tag خصوصاً لو الصورة ليكم مع بعض في event مثلاً لكن متعملش لحد tag مثلاً في صورة هو مش فيها ولا له أي علاقة بيها، حاول متكنش الشخص المزعج ده لأن ببساطة ممكن صحابك بعد كده يمنعوا ان الtags بتاعتك تظهر عندهم.

❖ Create events on Facebook و اعزم اصدقائك: ❖

دائماً أتعود انك لما تعمل event سواء personal او خاص بالbrand بتاعتك لازم تعمل invite للfacebook friends اللي عندك عشان يعرفوا عنه و جايز كمان يحضروه و بتكون النقطة اللي لازم تراعيها هنا هي انك تختار الinvitees صح يعني مثلاً مفيش سبب يخليك تعمل invite لصديقك اللي هاجر لكندا من ١٧ سنة لأنه في الغالب مش هيحضر.

❖ اعمل join للfacebook groups: ❖

الgroups طريقة سهلة جداً و سريعة جداً في انها تحقق للpersonal brand بتاعتك الانتشار اللي محتاجه لنجاحها، حاول دائماً تنضم للgroups اللي مواضيعها قريبة من مجالك و شخصيتك و ده انها هتجمعك بناس بتشاركك نفس الاهتمامات و الميول و بالتالي هتزود من دايرة علاقاتك و هتفتحلك مجموعة جديدة من الجمهور او الزباين المحتملين ممكن كان مش هيبقى في فرصة تقابلهم و تتعرف عليهم و تعرفهم بنفسك و بالbrand بتاعتك قبل ما تنضم للgroup. غير كده كمان من الجيد جداً انك تعمل group بنفسك و تبدأ في انك تضيف عليه الناس المهمة بمجاله، كل دي فرص مثمرة جداً للnetworking مينفعش تضيعها عليك.

استخدم صورة حقيقية لل profile picture:

اتكلمنا عن النقطة دي قبل كده و احنا بندرس ال LinkedIn بس لا مفر من تكرارها... لازم تستعمل صورة حقيقية ليك، مش صورة ورد ولا كلب ولا طفل زي القمر، استعمل صورتك. و هنا بنصحك ان في بداية ال personal branding تستعمل صورة professional سواء لل page بتاعتك او ال personal account لحد ما شكلك يثبت في اذهان الناس و بعد كده ممكن تبقى تغير صورة ال personal account لحاجة طبيعية اكثر تظهر الجانب الإنساني من حياتك، بس برودو في الأول و الآخر صورتك انت.

انشر محتوى خاص عن مجال شغلك:

تعمد دائماً ان المحتوى اللي بتنشره سواء على ال page بتاعتك او حتى على ال personal account يكون متنوع و شامل لإهتماماتك الشخصية و كمان مجال خبرتك يعني لو انت بتشتغل في مجال ال Marketing ممكن تنشر link لمقال مهم قريبه للشغل او حتى تكتب بنفسك مقال صغير و تنشره. المحتوى اللي بتنشره على ال facebook مش محتاج منك تفكير مبالغ فيه زي ما انت فاكرك، الموضوع سهل و بسيط و مش بيتطلب منك غير filter واضح يحدد نوع المحتوى اللي بتنشره من أنواع المحتوى اللي مش بتناسب الصورة اللي حابب تثبتها عن نفسك في اذهان الناس.

استخدم ال e-mail في البحث عن معرفك و اصدقائك:

من المهم جداً انك تربط ال email contacts بتاعتك بمواقع التواصل الاجتماعي اللي بتستخدمها في ال personal branding و بكده تبقى بتضيف قناة للتواصل بينك و بينهم و يفضلوا دائماً فاكرينك و فاكرين ال personal Brand بتاعتك.

اقرا ال Terms of services:

طبعاً اغلبنا مش بيقرأ ال Terms of services و هو بيعمل personal account او حتى professional page لكن لازم تقراها عشان تعرف حقوقك و كمان المسموح به و غير المسموح به على الموقع. آخر حاجة محتاجها هي ان الموقع يقفل حسابك عشان نشرت حاجة مكنش المفروض تنشرها و تضع تعبك في ال personal branding على الموقع.

متستعملش لغة غير لائقة:

سواء بإنك تستخدم كلمات غير لائقة او بذيئة في التعليق على بعض المواقع اللي ممكن تضايقك او حتى بإنك تكتب من غير اهتمام فبالتالي المحتوى المنشور يكون مليان أخطاء املائية و نحوية تبينك شخص مهمل ا غير مسئول. دائماً راجع المحتوى مرة و اتنين قبل ما تاخذ القرار بنشره.

Twitter

تخيل موقع للتواصل الاجتماعي يتواصل عليه ملايين الأشخاص كل يوم، تخيل انك بتتحدث مع الأشخاص دي كلها في ثواني برسائل لا تتعدى الـ ١٤٠ حرف أو اقل. كل حياتهم بتتعرض قدامك من اول شغفهم في الحياة و دوافعهم لحد الفطار اللي اكله حيوانهم الاليف الصبح. كل حاجة من التفاهة لأقصى العمق.

احنا عارفين ان الـ site ممكن يبان معقد لكثير من الناس و ميقوش عارفين المفروض يبدأوا منين، ده غير ان في ناس كتير بتشوفه انه موقع زيادة من المواقع اللي الناس بتنشر عليها حاجات غير مهمة و بالتالي بيعتبروه مضيعة للوقت، على أي حال لازم تعرف ان الـ site مهم جداً للـ Personal Branding.

Twitter بيسبب ثورة في طريقة تواصل الناس بشكل يومي و الثورة دي انتشرت حول العالم كله. و ده لأنه الـ platform بتسمحك بمشاركة محتوى الـ blog او الـ website بتاعك في لحظة لملايين من القراء اللي ممكن يتطلعوا عليه و كل ده و انت بتشرب قهوتك و من غير وقت او مجهود يحسب.

خليك دائماً فاكر ان المحتوى هو أساس الـ Personal Brand و بالتالي Twitter يعتبر هو الـ site المثالي لنشر أفكارك و آراءك و شغفك اللي بيخليك شخص مميز وده لأنه سريع و سهل.

السؤال هنا هو ازاي ممكن site زي twitter يساعدك في ال
?Personal Branding
جهزنا لك الإجابة...

ليه لازم تستعمل Twitter؟

ايه رأيك تعرض افكارك على ٣١٧ مليون مستخدم نشط شهريا،
ممكن مش ٣١٧ مليون كلهم لكن على الأقل مئات منهم بل آلاف
مهتمين بمجالك و بالمحتوى اللي بتقدمه؟
خلينا نتكلم عن الأسباب اللي تخليك تستغل Twitter على قد
ما تقدر:

اول حاجة لازم تعرف ان Twitter بيكبر بشكل غير مسبوق من
ساعة بدايته و حالياً عليه اكثر من ٥٠٠ ألف مستخدم و ده اكثر من
٧٪ من تعداد العالم كله و بالتالي الفرص عليه غير محدودة.
ده غير ان الاحصائيات بتقول ان المستخدمين بيعملوا حوالي
٢٠٠ مليون tweet في اليوم يعني ٢٣٤٠ tweet في الثانية.
و حتى لو معظم tweets دي مش مفيدة ليك لكنها اكيده
مفيدة لشخص تاني يعني مثلاً لو حد مصور فطار قطته ده ممكن يكون
مش مفيد بالنسبة لك لكنه مفيد لحد بيشتغل في شركة انتاج dry
food مثلاً و بيحاول يدرس السوق.
و كده الـ ٢٨٠ حرف دول بيوصلوا رسايل مهمة و مركزة بتوفر
على ناس كتير قراية صفحات كاملة.

Twitter يقدر يقدم لك ايه؟

في أسباب كثير جداً تخليك تهتم باستخدام Twitter في نشر محتواك و ده لأنه بيقولك بشكل مباشر بزباين محتملين و بيساعدك على توسع قاعدة الناس العارفة بالPersonal Brand بتاعتك و يخليهم متابعين لك بشكل اسهل و اسرع و بالتالي بيفيدك في ال Marketing لنفسك.

ده غير انه كمان بيسمحلك بمتابعة المنافسين لك و تتعلم منهم اكثر لأنهم بيشاركوك شغفك و مجالات اهتماماتك و بالتالي تستفيد منهم و كمان get inspired بتجاربه و خبراتهم.

انشر ايه على Twitter؟

اغلبنا بيواجه السؤال ده و هو بيحاول يعرف المفروض يكتب ال Tweets عن ايه و امتى و ازاي و بيتدي يدخل في دوامة من الأسئلة غالباً ما بتكون نهايتها انه يبطل يكتب من الأساس و ده لأنه في الغالب بنبدأ نشك في جودة اللي بنكتبه و ننسى الغرض من الكتابة في الأساس... الPersonal Branding.

و بكده نفقد الحافز على الكتابة و نبتدي نكتب tweets في دواير مفرغة بتبعت رسايل فاضية مالهاش معنى - ده لو بعت رسايل اصلاً - و نتوتر فتبدأ تكتب أي حاجة و كل حاجة تيجي في دماغك و كل ده هيكون مصدر احراج كبير ليك حتى لو مش دلوقتي بس في الاجل الطويل اكيدهتتخرج من كتاباتك دي.

و عشان كتاباتك متكونش عبارة عن جري في دواير مفرغة،
جهزنالك مجموعة الGuidelines دي عشان تساعدك تختار
المواضيع اللي تكتب فيها.

Tweet عن الاحداث الجارية:

كام مرة قررت تبدأ في كتابة مذكراتك و بعدين رميت كل اللي
كتبته بعد أسبوعين بالكثير؟ كل ده عشان انت فاكر انك بتكتب
للأجيال القادمة فبتدور على حاجات عميقة جداً تكتبها و بالتالي لما
حد يفتح مذكراتك كمان ٥٠ سنة يقول انك كنت حد مهم.
دي فكرة وحشة!

اكتب ببساطة عن الاحداث اللي بتحصل في يومك و الأفكار
اللي بتجيلك و الاحلام اللي بتخاطرك و المواقف اللي بتعرضلها.
وثق كل يوم في حياتك على Twitter و ابدأ في صناعة Tweeting
Habit لنفسك في الكتابة كل يوم و هنا Twitter بيكون احسن
platform لده لأنه مش ممل... هما ٢٨٠ حرف

:Sharing is Caring

ده من اهم المبادئ المرتبطة بTwitter، لو انت بتحب تقرأ
الTweets اللي شخص بيكتبها، فغالباً في ناس تانية كمان هتحب
تقراله. الناس بتحب دايماً انها تتابع الأشخاص اللي بيكتبوا Tweets
حلوة و المحتوى بتاعها لطيف، يبقى عرفهم على بعض.

الSharing هنا مش مجرد انك بتعرف الناس على الأشخاص الجديرين بالمتابعة لا ده انت كمان بتنشر محتوى رائع و متنوع. المحتوى ده ممكن يكون links او صور او retweets او أسئلة او حاجات تانية كتير. شارك اللي تعرفه لأنك اكيد تعرف حاجات كتير تستاهل المشاركة.

اشترك و ابدأ Conversations:

معندكش حاجة تقولها؟ يبقى تفاعل مع حد بيتكلم و ابدأ معاه conversation لأن أي محادثة بسيطة في نظرك لها قوة كبيرة في انها تفتحلك ببان الفرص فوق ما تتخيل. من الحاجات المذهلة في عالمنا النهاردة هو الكم الهائل من المعلومات و المصادر اللي ممكن تحصل عليها من محادثة سريعة مع أي حد. و في الآخر هو ده الهدف من Twitter هو منصة للNetworking و الطريقة الأمثل للNetworking هي انك تبدأ conversations لأن محدش هيعرف غير لو قدمته نفسك، صح؟

ممكن تمشي جنب الحيط في الحفلات الزحمة، لكن مينفعش تمشي جنب الحيط على Twitter

الفكرة هنا في انك تشارك برأيك و تطرح أسئلة، تستعمل و تكبر مصادرك و الNetwork الخاصة بك كل ده و انت قاعد قدام الcomputer او ماسك موبالك. اسأل و جاوب على الأسئلة المطروحة و خليك مصدر افادة لغيرك.

ذليڪ Consistent:

اڪيد عدى عليك ايام دماغك فاضية و مش قادر تجمع أفكارك و تكتب حاجة، صح؟ كلنا بنتعرض للأوقات دي، حتى لو مفيش أفكار في دماغك لسه قدامك وسيلة للTweeing.

افتكر دايماً ان الtweet آخرها ٢٨٠ حرف. مفيش مشكلة فانك تعيد استخدام كتابات قديمة - ممكن تعديلها شوية - و تنشرها تحت عنوان In Case You Missed It، مفيش مشكلة هنا في تكرار نفسك لأنك بتكون بتعوض الناس اللي مش متبعاك من زمان عن الحاجات القديمة المهمة اللي انت نشرتها قبل ما يعرفوك و بكدة مفيش حاجة تفوتهم و انت تحافظ على الTweeing Habit بتاعتك و تفضل دايماً ظاهر لمتابعينك على Twitter.

ذليڪ نشيط لكن مش مزعج:

عارف الطفل الصغير اللي بيتكلم باستمرار؟ اللي دايماً بيرغي و عامل دوشة و ازعاج لأي حد موجود حواليه؟ متكونش الطفل ده.. نقطة.

ممكن الموضوع ده يكون حساس شوية للبعض بس لازم نتكلم فيه لأنه يستاهل.

الفرق ما بين إنك تكون نشيط و انك تصبح مزعج قوي و كبير و مؤثر جداً. مش مطلوب منك ١٠٠ tweets في اليوم عشان تبقى consistent بالعكس ممكن افراطك ده يكون سبب في خسارتك لعدد كبير من متابعينك.

متكررش نفس المحتوى كذا مرة في اليوم الواحد و متعمقش اوي في انك tweet كل التفاصيل يعني انا صحيت، انا رايح افطر، انا فطرت، انا رايح الشغل، انا جيت من الشغل و انا بقالي ٣ دقائق مصدع. ركز على محتواك و متضيعهوش وسط tweets كتير مالهاش ولا معنى ولا لازمة

خليك كمان مصدر بهجة للي بيقرالك:

حاول دائماً انك تنشر محتوى يسعد الناس و يخليهم متحمسين انهم يقرولك اكثر. Tweet مقال حلو قريته، meeting مع صديق، مؤتمر مهم حضرته او Retweet محتوى لطيف من عند اصدقائك. المهم حاول دائماً تفيد الناس و كمان تكون واحد من أسباب السعادة في يومهم.

حاول دائماً تبقى Goal-Oriented:

لو لسه حاسس انك بتدور في دواير مفرغة.. اقف.. خد نفسك. راجع اهدافك.. افكر كويس جداً انت ليه عملت account على twitter من الأساس؟ طيب غوص اعرق من كده شوية.. ليه اصلاً بتحاول تبني لنفسك Personal Brand؟ طيب ايه هي الأفكار او الأهداف اللي خلتك عايز تبقى معروف اكثر في مجالك و في مجتمعك؟ لازم دائماً تحافظ على الأهداف و الدوافع دي في دماغك و انت بتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأنها مجرد أدوات لتحقيق اهدافك دي.

اختبر كل tweet بتكتبها اسأل نفسك و شوف اذا كانت بتقربك خطوة ناحية هدفك و لا بتبعدك و بناءً على اجابتك على السؤال ده تقدر تاخذ قرار سليم في ان كنت هتنشرها و لا لأ.

:Take a Break

لما يجيلك وقت و تحس انك مزنوق و معندكش أي حافز للكتابة، متغصبش على نفسك. من حقك تاخذ يوم إجازة. قضي اليوم مع عيلتك أو اصحابك و كمان ممكن تكتب tweets مش مرتبطة بشغلك و انما تكون personal الي حد ما، الكتابات اللي من النوع ده بتظهر لجانب الإنساني فيك و بالتالي بتكون مفيدة جداً في خلق روابط إنسانية بينك و بين متابعينك.

Twitter و باقي مواقع التواصل الاجتماعي متخلقتش للتسويق الدائم سواء لنفسك او للغير و لكن الجانب الإنساني فيها و انك تعبر عن نفسك بتلقائية احياناً بيكون له دور إيجابي كبير على وصولك لهدفك في الـ Personal Branding.

Do's and Don'ts While Using Twitter

عشان تقدر تستعمل Twitter بطريقة تفيدك اكثر و كمان تستمتع باستخدامه، جهزنالك القواعد اللي بتحكم عالم Twitter

عشان تقدر دائماً ترجعلها و تحقق اقصى استفادة من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي.

كن نفسك و مترسمش صورة مزيفة:

من المهم جداً لنجاح الpersonal brand بتاعتك انك تكون صادق و حقيقي. عشان كدة لازم تكون متأكد تماماً من صحة أي محتوى بتشره سواء كان محتوى علمي، عملي او شخصي لأن هويتك هي أساس الpersonal brand بتاعتك فأكيد مينفعش نبني personal brand قوية على معلومات مزيفة.

اتعلم فن الFollowing و الUnfollowing:

لما تستخدم Twitter لفترة هيبقى عندك كل يوم عدد من الناس بتتابع الaccount بشكل يومي ده غير انهم هيبأدوا ينشروا محتواك لأصحابهم و بالتالي تكبر الnetwork بتاعتك و لكن ده مش معناه انهم بيتابعوك لشخصك و انما بيتابعوك لمحتواك و بالتالي لازم تحافظ على نفس المستوى من المحتوى لو عايز تحافظ على متابعينك.

متعملش Follow لحد لمجرد انه عمك Follow:

زور الأول صفحتهم و اتفرج على المحتوى اللي بيقدموه و اتأكد ان متابعتك لهم هتسبب إضافة ليك و انك الTweets بتاعتهم تعتبر relevant لك و لمجال شغلك و بعدين تقدر تاخذ قرار اذا كنت

هتعملهم Follow back او لأ، لازم تعرف ان ال Follow back مش نوع من الامتان او رد الجميل لكن المفروض متتابعش حد غير لو هيفيدك.

اتبع مبدأ ال Giver Gains:

و اللي ببساطة معناه انك تشارك محتوى غيرك من غير ما تكون مستني منهم حاجة في المقابل. يعني مثلاً بالنسبة لـ Twitter من المتوقع منك انك تشارك محتوى و معلومات غيرك اكثر من مشاركتك لمعلومات و محتوى عن نفسك، لأنك لما هتشارك المحتوى اللي غيرك بيقدمه بيكون من الوارد جداً ان هو كمان يشارك محتواك و بالتالي ناس اكثر تعرف عنك و يبقى عندك Fans مخلصين بيتابعوك و يشاركوا محتواك و بالتالي هينولك و يكبرولك ال Personal Brand بتاعتك.

Tweet بصورة منتظمة:

الآراء بتختلف بخصوص عدد المرات اللي المفروض انك تنشر فيها tweets على مدار اليوم، و المدى بيكون من اول ٥ لحد ٢٠ مرة، مفيش رقم سحري محدد يحققك النجاح لكننا دائماً بنصح بـ ٥ Tweets على الأقل في اليوم، واحدة عنك و أربعة عن مجال شغلك او ناس غيرك.

من السهل جداً لأي حد انه يسهي و هو بيستخدم مواقع التواصل الاجتماعي و ده بتظهر نتيجته في ساعات ضايعة و يوم بيخلص قبل ما تخلص ال To-Do List بكثير، عشان كده لازم تهتم جداً بتطوير ال Time Management Skills عندك سوء عن طريق قراية كتب او حضور محاضرات و ندوات و كمان لازم تراقب نفسك و تقيس الوقت اللي بتقضيه في المهام المختلفة خصوصاً الحاجات السارقة للوقت زي مواقع التواصل الاجتماعي و تحدد لنفسك فتر و معينة تقضيها في استخدامها يومياً مش اكثر بحيث تحاول توازن بين الحفاظ على وقتك و استغلال الأدوات المتاحة لك في ال Personal Branding.

LinkedIn

تخيل معانا، بتدخل Networking event و بتتفاجأ انك تشوف واحد من اعز و اقرب الزمايل العمليين لك و اصدقائك واقف في آخر الغرفة بيتكلم مع احد زباينك المهمين و كمان بتتفاجأ بإنك تقريباً تعرف كل الناس الموجودة في ال Event.

طبعاً انت في الأول ممكن تفتكر ان دي surprise party مثلاً و ان شوية و هتلاقي والدتك طالعة و في ايديها تورته و لكن لما بتبص بعيد شوية بتشوف مجموعة واقفة بتشبه عليهم بس مش متأكد من أسمائهم و بعدين بعد وقت اكثر بتلاحظ ان في ناس و مجموعات تانية متعرفهاش موجودة في ال event.

بعدين واحد من صحابك بيسألك ان كنت حابب تتعرف على واحدة من المجموعات الموجودة و انت اكيد هتوافق انت هناك اصلاً بهدف الـnetworking و بيبدأ يعرفك على كل شخص من الموجودين و كل شوية عدد المجموعة بيزيد و بتتعرف على ناس اكثر و الـnetwork بتاعتك عمالة تكبير.

و خيراً في فلوس بتقع من السقف و انت واقف في غاية السعادة - مين مش هيبقى في غاية السعادة لو السقف مطر فلوس؟ - مفيش احلى من كدة.

ممکن ده بيانك حلم عجيب بس في الواقع هي دي الطريقة اللي LinkedIn بيساعدك بيها تبني الـPersonal brand بتاعتك. LinkedIn يعتبر اهم موقع تواصل اجتماعي Professional لدرجة ان في ناس بتطلق عليه الـFacebook بتاع الكبار و ده لأنه بيوصلك بناس تقدر توصل بالـPersonal Brand بتاعتك ابعد مما تتخيل.

الجميل في LinkedIn انه مش زحمة زي الـfacebook و ده اللي بيخلي معظم الـProfessionals يفضلوه لأنه بيساعدك تتواصل مع ناس في مجالك بشكل منظم اكثر و اسهل بكتير من الـFacebook.

يمكن يكون اغلبنا مهمل للموقع ده او مستصعبه و شايفه حاجة معقدة جداً و لكن الموضوع ابسط من كده.

كل المطلوب منك لما تيجي تعمل على LinkedIn account هو انك بتذكر أماكن شغلك الحالية و السابقة و تعليمك و غيرها من المعلومات لحد ما تكمل ال Profile بتاعك بنسبة ١٠٠٪ الموضوع شبيه جداً بكتابة Resume على الموقع.

لكن ال LinkedIn بيوفرلك مزايا تانية كتير من أهمها فكرة Keywords و هنا الموقع بيطلب منك اختيار كلمات مفتاحية توصف بيها نفسك و بيكون للكلمات دي دور كبير في تسهيل البحث بالنسبة لأي employer لأنك ببساطة بتكتب مجال العمل اللي محتاج توظف فيه و ده بيعمل ك filter و يظهرلك بس الناس القريبة من اللي انت محتاجه.

بالإضافة لكده في خاصية تانية مهمة جداً و هي ال recommendation و هنا يلعب حساب ال LinkedIn دور ال referrals و معظم ال HR بيعتبروا ال recommendations معيار جدير بالثقة و ده لأنك اكيد مش هتجبر حد يعملك Recommendation و بالتالي بتكون دليل ان الشخص ده فعلاً تعامل معاك و شايفك جدير بالثقة و الترشيح و متناش انت كمان تعمل ال recommendations للناس اللي تعاملت معاها و كانت تجربة جيدة.

هو ده الغرض الرئيسي من ال Networking، مشاركة التجارب. ده غير انه كمان بيصنفلك ال Accounts اللي بتشوفها حسب درجة العلاقة بينكم سواء كان الشخص ده بينك و بينه Connection

او بينكم حد مشترك او حتى ييفرق بينكم شخصين - يعني هو connection لحد و الحد ده connection لشخص ثاني و الشخص الأخير connection لك - و بكده يسهل عليك تكوين العلاقات و التواصل مع اللي حواليك عشان تكبر الNetwork بتاعتك.

و اكثر من كده مزايا كتير جداً بتخلي الLinkedIn هو احسن منصة Professional تقدر تدعمك في اظهار الجانب العملي من الPersonal Brand بتاعتك و تكبر الNetwork بتاعتك و بالتالي يقدر بفتحلك عدد لا نهائي من الفرص اللي لو استغلته على أكمل وجد هتكون كفيلة بإنها تغيرلك حياتك للأفضل و تضمنك تحقيق المزيد من النجاحات.

و عشان نسهل تعاملك مع LinkedIn و نضمنك اكبر استفادة منه جهزنا لك اهم ١٠ قواعد تساعد على استغلاله لتحقيق اكبر نجاح للPersonal Brand بتاعتك.

Ten Do's and Don'ts of LinkedIn

طبعاً جزء الDo's & Don'ts يبقى في الغالب الجزء المفضل عند أي حد بيقرأ و ده لأنه بيوصل المعلومة في صورة سهلة و مختصرة، عشان كده بنستعمله كتير.

في قواعد كتير بتحكم استخدام الLinkedIn بنجاح و استغلاله لإنجاح الPersonal Branding. هنعرضلك دلوقتي اهم ١٠ منهم و اللي من الضروري جداً انك تلتزم بيهم و انت بتستخدم الموقع.

Do Upload a Professional Picture

طبعاً أنت شايف ان دي حاجة بديهية او اننا بنضيع الوقت بذكرها بس مش متخيل كمية ال LinkedIn Avatars المتمثلة في ورد و كلاب و أطفال و ناس متصورة على البحر او وهم بيتسلقوا جبال... ليه تكون صورة كلبك هي ال avatar ل Professional Networking Platform?

الموضوع بيكون سيئ اصلاً لما حد يعمله على ال Facebook او Twitter لكن بيبقى كارثة على موقع Professional زي ال LinkedIn.

الهدف ممن ال LinkedIn هو انك تكبر قدرتك في ال Networking سواء Online او Offline فلو انت عايز الناس تعرفك لما تدخل networking event مش هتكون احسن طريقة لده انك تستخدم صورة لكلبك ك avatar.

استخدم صورة Professional و الأفضل انك توحدتها على كل المواقع اللي بتستخدمها في ال Personal Branding لأنك لو بتحاول تبني Professional Image لازم تاخذ كل التفاصيل دي في اعتبارك و تهتم بيها جداً.

تواصل مع اصدقائك و معارفك الحقيقيين:

بالضبط زي ما بنقول للأطفال انهم مينفعش يتكلموا مع الغرباء، انت كمان متروحش تتكلم مع ناس غريبة على LinkedIn. في ناس كثير اول ما بتعمل LinkedIn Account بتبتدي ت connect مع ناس متعرفهاش من حول العالم و بتبقى فاكرة انها كده بتبني ال

network بتاعتها لكن دي مش حقيقة. انك تضيف مئات من الغرباء مش هيساعدك تكبر الnetwork لإنهم في الغالب مش هيكونوا بيشاركوك نفس الشغف و الاهتمامات بالتالي مش هيمثلوا أي إضافة للpersonal Brand بتاعتك.

ليه تكون كل الconnections بتاعتك عبارة عن ناس متعرفهاش و احتمال انك تتعرف عليها قليل جداً؟ الهدف مش لايحة مليانة connections صورية لكن الأهم هو تكوين علاقات حقيقية و network قوية تضيف لرحلة الPersonal Branding. دائماً افكر ان ال quality اهم من ال quantity الهدف عندنا هو انك تكون مصدر added value بالنسبة للnetwork بتاعتك.

❖ خلي الprofile بتاعتك دائماً updated: ❖

اهمالك للLinkedIn Profile بيخلي الناس تنسك و تفقد الشغف في متابعتك و كمان بيدي impression انك شخص كسول و بالتالي بيفقده جزء كبير من قاعدتك الجماهيرية اللي تعبت جداً في تكوينها.

❖ امسح أي حد بيعملك spam: ❖

في ناس ممكن تستخدم برامج معينة تبعتك رسائل اوتوماتيكية بهدف الترويج لمنتج او حدث معين مثلاً، من المهذب انك تطلب منهم التوقف عن ارسال الرسائل دي و وضحلهم انها مصدر ازعاج ليك.

ممکن يكونوا جداد في الموضوع و ممکن يكونوا اشتركوا في الخدمة دي بالغلط، لكن لو محترموش رغبتك و توقفوا عن ارسال الرسايل دي feel free انك تمسحهم من عندك لأنك مش محتاج تضيع وقتك في حاجة زي كده.

استثمر وقت و مجهود في ال summary:

عمرک قريت مقال او كتاب عنوانه سيء جداً؟ في الغالب لأ. العنوان السيئ كفيل بتضيع كتاب حتى لو محتواه كويس و بالنسبة لل LinkedIn ال summary هو عنوانك لأي حد يفتح ال profile بتاعك و بناءً عليه هيبقى interested in connecting with you او لأ.

خليك واضح و محدد وانت بتكتب ال summary و حاول تحفز الناس على التواصل معاك و معرفة المزيد عنك، عبر عن ال personal brand بتاعتك و شغفك في الحياة و آراءك و من المفيد لك كمان انك تطلب من حد من المقربين منك مراجعته و تاخذ رأيه فيه.

متستعملش ال LinkedIn بنفس طريقة استعمالك ل Facebook:

وانت بتبني ال Personal Brand لازم يكون في وقت و مكان محدد تفرق على أساسه المحتوى المرتبط بحياتك الشخصية عن المحتوى المرتبط بحياتك العملية. لان على الرغم من ضرورة مشاركة النوعين من المحتوى الا ان سوء اختيار المكان قد يكون أسوأ تأثيراً من انك متشاركش المحتوى اصلاً.

LinkedIn مكان مخصص لحياتك العملية و كل ما يتعلق
بيها من معرفة، خبرة او events و حتى لو بتنشر عليه شيء شخصي
من حين لآخر إلا انك مينفعش تحوله لpersonal network ده
دور الfacebook.

متربطش الLinkedIn ب Twitter:

Twitter موقع مختلف في استعماله كثير عن الLinkedIn
و عشان كده بيبقى من غير المجدي ربطهم ببعض بالإضافة انك على
Twitter بتنشر محتوى اغلبه شخصي و مش هيكون مناسب للمناخ
العام للLinkedIn و ممكن كتره يسبب مضايقة لمتابعينك لأن مش
ده اللي هما متوقعين يلاقوه.

Don't Decline Invitations. Archive Them

لما حد متعرفهوش يعملك Connection Invitation ممكن
بدل ما تعمل decline للinvitation تعملها archive احسن
لأنك ممكن في يوم فعلاً تتعرف على الشخص ده.

متطلبش recommendation من كل الناس:

مفيش عدد معين من الrecommendation مطلوب منك و
بالتالي - اكد مش هننكر أهمية الrecommendations - بس
هي مش مسابقة مفيش حد ادنى و اقصى للنجاح.
الأهم من وجود الrecommendations هو انها تكون
valuable و ده ممكن تحققه عن طريق:

- لازم تكون عارف الشخص كويس، مفيش داعي لتقديم او استقبال recommendation من شخص متعرفهوش.
- Happy Clients هما احست حد ممكن يعملك recommendation، ١٠ زباين سعداء بالتعاون معاك كفاية جداً لتقوية الprofile بتاعك.

متنسااش تستعمل spelling & Grammer check:

اكيد بتستعمل spelling & Grammer check لل Cv بتاعك او ال resume نفس الكلام لازم تعمله لل LinkedIn account و ده لأنه online resume في الأساس فلازم ميكونش فيه غلطة و تراجع كلمة كلمة لأن الأخطاء الاملائية غالباً ما بتوحي بالإهمال و عدم المسؤولية.



Bringing it all together... Launching the brand

في ناس اطلقت عليها الحملة الاعلانية للقرن و في ناس قالت انها احسن حملة اعلانية في تاريخ المجال السياسي و ناس كتير قالت ان العبقريه في استخدام الانترنت كانت سبب كبير و اساسي وراء الفوز بالرئاسة. الحملة الاعلانية للرئيس الامريكى السابق باراك اوباما و فريقه أعادت تشكيل معنى أو تعريف الحملة الاعلانية في أذهان ناس كتير من المختصين بالمجال التسويق لأنهم خلقوا personal brand فريدة من نوعها مركزة على مبدأ «التغيير».

كل الادوات التسويقية المختلفة و كل القنوات التسويقية الممكنة تم استخدامها لكسب قلوب و عقول المواطنين في الولايات المتحدة.

الفريق قدر انه يخلق أفضل حملة Personal Branding في التاريخ عن طريق توظيفه الجيد لمبادئ و قواعد الـ Personal Branding و اللي ذكرنا لك اغلبها في الكتاب ده.

القواعد دي بتنطبق مهما كان هدفك، من اول وظيفة بسيطة لحد الرئاسة و ده لأن الـ social media مش مختصة بالسياسة و لكنها عبارة عن تخطيط و دراسة و strategy و قياس و تطبيق رشيد.

الكتاب ده كلمك عن ازاي تخطط لإنشاء الpersonal brand بتاعتك و اطلاقها في السوق عشان توضح مهاراتك و امكانياتك و تبدأ تجني ثمار كل ده بشكل افضل.

لأن اي حاجة جديدة سواء منتج او خدمة او مفهوم بتنتشر و بتنجح لازم بيكون وراه شخص مؤمن بأهمية التخطيط و جهزها خطة محكمة، يعني مثلاً فريق باراك اوباما اكيد كان بيشتغل بناءً على خطة مش من دماغه.

من السيئ جداً ان تبدأ شيء جديد من غير خطة قوية طبعاً كلنا عارفين المقولة المشهورة If you fail to plan, you plan to fail خلق الpersonal brand ناجحة بيتطلب حاجات كتير اكبر من عمل الaccounts على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة و النشر عليها باستمرار و متابعة الanalytics بتاعتها، محتاج يكون عندك حملة قوية و متكاملة الاركان

What is a personal branding campaign?

احنا عرفنا ازاي نعرف قصة الpersonal brand بتاعتنا و عرفنا كمان انها لازم تتصاغ في صورة campaign عشان تنفذها بشكل فعال و اكيد اول خطوة في انك تقدر تكون الcampaign دي هي انك تعرف معنى المصطلح.

خلق الpersonal branding campaign معناه انك تخلي العملاء و المستهلكين و الموظفين و كمان رؤساء مجلس الإدارة عندهم awareness بالpersonal brand بتاعتك و تكسب ثقتهم في التعامل معاك.

فأنت بتستخدم رسالة إيجابية (حكاية قصتك) في انك تخلي العملاء (ال network بتاعتك) تجيلك دائماً لما تحب يكون ليها أي تعامل في مجال تخصصك.

و ده كله بيعتمد على تكوين positioning قوي لنفسك، يعني يكون لك صورة ذهنية قوية و واضحة و جيدة في اذهان أي عميل محتمل بالنسبة لك. بتقدر تعمل كده عن طريق ان يكون ليك مكان مميز في السوق بتاعك، يعني تخلق لنفسك ميزة تنافسية محدش يقدر ينافسك فيها و تظهر الميزة دي و تبروزها عشان تستفيد من مقوماتك بأكثر نسبة ممكنة.

وبكده ممكن نلخص ال personal branding في مبدأين

أساسيين:

- Positioning.
- Transaction.

و هنتكلم عليهم اكر دلوقتي..

Positioning

مين المنافسين لك؟ (سواء اشخاص او شركات)
إيه اللي بيميزك عنهم؟ (اكتب ٣ أسباب تميزك عن كل واحد من منافسيك)
إيه المتشابه بينك و بينهم؟ (اكتب ٣ نقاط تشابه بينك بين كل واحد من منافسيك)

Transaction

إيه نوع التعامل المطلوب يحصل بينك و بين عملاءك؟
إيه هو هدفك النهائي؟
دلوقتي انت تقدر تكتب جملة تربط بيها اللي بيميزك بهدفك و
هو ده ال campaign statement بتاعك.
ان يكون عندك personal branding campaign
statement واضح و مدروس بيساعدك تحافظ على تركيزك و
متشتت عن هدفك او تبذل مجهود ملهوش لازمة.

Why Is a Personal Brand Campaign Important?

لو و انت بتقرأ الكام صفحة اللي فاتوا كنت مقتنع بالكلام بيقى
انت شخص مؤمن ان التخطيط مهم جداً لتحقيق النجاح و اكيدي
سمعت الكلام ده من أي واحد ناجح.
بس الأهمية الكبيرة في انك تكون مخطط كويس جداً قبل
ال launching لل personal brand بتاعتك هي ان العالم مليان
حملات إعلانية شغالة مع بعض طول الوقت و عشانك تعرف تلاقي
لنفسك مكان و تتعرف في وسط الزحمة دي لازم تكون مخطط كويس
و منظم جداً و دارس كل الاحتمالات.
فرصة launching a personal brand مش بتتكرر في حياة
الشخص اكثر من مرة و عشان كدة الاستهزاء بالترتيب لها ممكن
يكون نهاية ال personal brand بتاعتك once and for all.

في بعض المبادئ التي لازم تحطها في دماغك و انت شغال على
personal branding بتاعك على ارض الواقع:

الناس مشبعة و مرهقة من ضخامة الحملات الاعلانية:

طبعاً أنت عارف المعلومة دي كويس، في العصر اللي احنا فيه
بنكون طول الوقت تحت تأثير الحملات الاعلانية المختلفة و عشان
كده الpersonal brand بتاعتك لو مش هتكون جديدة و جذابة
محدث هيعير ليها أي اهتمام و هتمر على الناس مرور الكرام.

انت عايز تكون مختلف:

لما بتبدأ في تكوين قصة الpersonal brand بتاعتك بتقدر
تفهم بشكل اكبر ايه اللي بيميزك عن غيرك في السوق و دور ال
personal branding campaign هو انها تظهر نقطة تميزك و
اختلافك دي بأكبر قدر ممكن و بطريقة مبدعة و مشيرة.

انت عايز تكون مثال لbeing professional:

لما بتجهز لإطلاق الpersonal branding campaign بتاعتك هدفك مش بس انك تبان بصورة professional للناس و انما
كمان انك فعلاً تكون شخص professional و عن طريق تخطيطك
الجيد انت فعلاً بتصبح الشخص ال professional بالدرجة الكافية
لتحقيق احلامك.

لازم تكون ثابت و ملتزم

الpersonal branding مش من الحاجات اللي ممكن تبدأها و تسبها هي تكمل بالقصور الذاتي. الناس دايماً مشغولة و مش بالضرورة ان محتواك يوصلهم كل مرة تنشره و عشان كده التزامك بالنشر بشكل دوري بيزود من فرص وصوله لجماهيرك و لكن ده طبعاً مش عن طريق تكرار نفس المحتوى مرتين في اليوم لكن الحفاظ على تنوع يشد الناس انها تتابعك باستمرار.

لما تجمع كل الأفكار دي في دماغك هتقدر تبدأ فعلاً الpersonal brand القوية الخاصة بك و اللي تقدر تميزك عن أي منافس لك و هنختم الجزئية دي بأسهل طريقة لتثبيت المعلومة.

Do's and Don'ts of Launching Your Personal Brand

طبعاً احنا عودناكم من اول الكتاب ان المعلومة لازم تكون سهلة وواضحة و مفيش طريقة احسن لكده من الDo's & Don'ts و يمكن ده اهم سبب خلانا نستعملها على مدار الصفحات اللي فاتت و دلوقتي عن طريقها هنعرفك القواعد اللي لازم تحكم عملية الPersonal Branding بتاعتك عشان تضمنلك اكبر نجاح.

قسم الcampaign لمجموعة مهام يومية:

عشان تقدر تدير الpersonal brand بتاعتك بفاعلية لازم تخصصلها جزء من وقتك يومياً و في وسط زحمة اليوم بيكون من

السهل جداً أنك تتشتت وتنسى الاهتمام بيها و عشان زي ما قولنا قبل كده ان الpersonal branding محتاج متابعة و مش بيمشي بالقصور الذاتي و عشان تقدر تلتزم بمتابعتها بيكون من الاسهل انك تجهز خطة مسبقة متقسم فيها المهام اللي هتعملها كل يوم و هتعملها امتى.

اهتم بالمحتوى الحوارى:

من الجيد جداً أنك تفتح مواضيع مع الnetwork بتاعتك و تديهم مساحة يعبروا فيها عن أفكارهم و آراءهم و بكدة مبقوش بس مجرد متلقين على صفحتك انما بقى في تفاعل بينك و بينهم و ده اكيد هيقوي الروابط بينكم و كمان يساعدك على تطوير علاقتك بيهم.

توقع انك تتعرض للنقد:

لازم تكون متأكد انك هتتعرض لانتقادات كثير سواء كان نقد بناء و حقيقي او ناس بتنقد بهدف الحقد او التقليل منك. حاول متاخدهاش كإهانة و لكن افكر دايماً ان هيبقى للنجاح اعداء في كل مكان. حاول تستفيد من النقد البناء و تتجاهل اي نقد بدافع الغيرة او الحسد.

منتوقعش و تستنى نتائج سريعة

انطلاق الcampaign و نجاحها process من كذا مرحلة، و بناء personal brand قوية لازم هيتطلب منك وقت و مجهود

و التزم و توقعك لتتايجك سريعة ممكن يكون له اثر عكسي و تبقى المحصلة هي انك تحبط و ممكن تتخلي عن الموضوع اصلا.

متنشرش محتوى ميستحقش القرابية

و هنا في جوانب كثير منها مثلاً الوقت يعني نشرك لمحتوى مهم من بعد منتصف الليل بيقلل من فرص ان ناس كثير تشوفه و في جانب ثاني متعلق بنوعية المحتوى نفسه و مدى ارتباطه و مناسبته للصورة اللي انت عايز تعملها لنفسك.

متركزش على أداة واحدة

واحدة من اكبر الغلطات اللي بيقع فيها ناس كثير من اللي بيحاولوا يكونوا لنفسهم personal brand هي انهم بيركزوا جداً على واحد من المواقع و يهملوا الباقيين و بالتالي بيكون مجهودهم كله في قناة واحدة و ييفقدوا عدد كبير جداً من الناس اللي كان من الجايز انها تصبح من جمهورهم.

بلاش hard-selling

الافضل دائماً هو انك تبدأ سعيك بتكوين علاقة مع اللي قدامك مش انك تباعه، تخيل لو انت اول مرة تقابل حد في networking event و قبل ما يديك فرصة تعرفه بنفسك بدأ يتكلم مباشرة عن المنتج اللي بيبيعه او الخدمة اللي بيقدمها، هيبقى ايه احساسك؟ اكيد هتتقفل من الشخص و ممكن متاخذش منه الخدمة حتى لو محتاجها و ده لأنه عطالك انطباع انه كل رغبته منك هو البيع و تحقيق مكسب لنفسه و مفكرش يراعي و يستثمر في الجزء الانساني من علاقتكم.



احنا اتكلمنا عن الpersonal branding من اول اطاره
النظري و اخدناك في رحلة مرينا فيها على كل الخطوات اللي هتحتاج
تتبعها عشان تنجح في تكوين personal brand قوية و تقابل فرص
جديدة للنجاح و تستغل امكانياتك بشكل فعال اكثر. دلوقتي نيجي
لأهم نقطة و هي المراقبة الدائمة و القياس، افضل طريقة تقدر تحدد
بيها اذا كان اللي بتعمله ده ناجح و لا لأهي عن طريق القياس و مقارنة
النتائج و بالتالي تقدر تحدد ايه القرارات اللي اخدتها و كان ليها فائدة
و تأثير ايجابي على الpersonal brand و ايه القرارات
اللي اضرتها.

الارقام...

الارقام هي احسن و اضمن طريقة للقياس لأنها محددة و مش
بتحتمل اكثر من معنى و الدليل على كده هو انها بتستخدم في قياس
النتائج في كل المجالات سواء في الدراسة او حتى في اللعب و
الرياضة، مفيش غنى عن الرجوع للأرقام لو عايز صورة حقيقية للتطور
في اي نشاط بتعمله.

خلينا نفرض ان الأسبوع ده زاد عدد متابعينك بشكل كبير على
كل مواقع التواصل الاجتماعي... جميل، احنا طبعاً بنهنك على
مجهودك بس سؤال..

ليه؟ ليه زاد عدد المتابعين؟ ليه التفاعل زاد؟
لو معندكش اجابة على الاسئلة دي يبقى في مشكلة لأنك...
- لو مش عارف سبب النجاح مش هتعرف تكرره.
- لو مش عارف سبب النجاح مش هتعرف تتجنب الفشل.
طيب ازاى نقدر نقيس نجاح الcontent اللي بتنشره على
المواقع المختلفة؟

القياس هنا مش بسيط زي ما ممكن تكون متخيل لأنه أكيد
هيفتختلف باختلاف نوع الcontent مثلاً، و يبقى المقياس الاخير
اللي بترجعه هو ان نجاح الcontent بيتحدد على حسب مدى
مساعدته لنجاح الbusiness او الpersonal branding.

Jay bear في الE-book بتاعه "A Field Guide to the
Four Types of Content Marketing Metrics" قسّم ال
Metrics لأربع أنواع، هنتكلم عن ال Framework بتاعه ده ولكن
بمرجعية الInbound، وبطريقة مبنية على التجارب المختلفة في ال
Content Marketing.

ال Framework ده بيقسم ال Metrics لأربع Types وهما:

- Consumption
- Leads
- Sharing
- Sales

Consumption Metrics

وده الجزء اللي أغلبنا فعلاً بيستخدمه، وغالبًا بنعرف من خلاله حاجات زي:

- عدد الناس اللي شافت ال Content ده وإستخدمته.
- ال Channels اللي وصلوا لـ Content عن طريقها.
- تفاصيل مُختلفة عن ال Consumption بتاعهم بقى زي الوقت اللي قضوه في القراءة أو الإِستخدام وهكذا..

Sharing Metrics

ودي ببساطة زي ما هو باين من الإِسم بت Measure من خلالها:

- الناس اللي عملت Share وعددهم وال Channels اللي هم عملوا Share من خلالها.
- أنواع ال Content اللي الناس بتفضلها وتعلمها Share.
- ومُعظم الحاجات المُتعلقة بالِشِaring بشكل عام بقا.

Lead Metrics

ودي بتقدر تعرف من خلالها إزاي ال Content بتاعك بيساعد في مرحلة ال Lead Generations واللي هي تُعتبر قلب ال Inbound Methodology وإزاي بت Qualify الناس للمرحلة

دي. ودي زي الـ subscriptions forms اللي بتكون على الـ Blog أو الـ Landing Pages، فلو الـ Content بتاعك Worthy كفاية، الـ Users هيدوك الـ Contacts بتاعتهم أو اي كان التفاصيل اللي إنت عايزها بسهولة.

Sales Metrics

- ده غالبًا بيكون أهم مقياس بالنسبة لصاحب البيزنس يعني وإنت محتاج Measure من خلالها:
- إزاي الـ Content بتاعك ده بيساعد في عملية الـ Sales وبيوصل الناس للمرحلة دي.
 - إزاي الـ Content ده بيـ Drive أرباح.

PERSONAL BRANDING

1a) Fields of expertise مجالات الخبرة	2) value القيمة	3) Target Audience الجمهور المستهدف	4a) Desired Projects المشاريع المرغوبة
1b) Skills / Talents المهارات / المواهب	4b) Vision الرؤية		
1c) Roles / Products / Services أدوار / منتجات / خدمات			
5) Personal Branding Statement			
6) Tell your story - Tune your story to your conversation partner - Your founding story - Details - About others - About your projects - Network meetings	7) Express Your Values - It's all in Interaction - Email communication - Conversations in real life - Non-verbal communication - Attributes - Your passion project - Volunteer - Online	8) Strengthen Your Network - Develop your networking skills - Which characteristics do you need? - Network meetings - Projects' teams - Colleagues - Friends & Family - Online networking	ساعدنا في معرفة كيف يمكننا تحسين التواصل مع شركائنا في العمل من خلال الاجتماعات الشخصية و الفرق العمل و الزملاء و الأصدقاء و العائلة و عبر الإنترنت

References

- Eric Deckers, Kylie Lacy, Branding Yourself, 2nd Edition.
- Dan Ratner, Be the Frog.
- Get Smarter, Personal Brand Guide.
- Colin Wright, Personal Branding.

شكر خاص

نورين خالد
إبراهيم أحمد عيسي
أحمد ضيوف
إسراء عمارة
إسلام الشريف

Contents

Why Personal Branding?	5
<hr/>	
What Is Personal Branding?	13
<hr/>	
The core of your personal brand	25
<hr/>	
Your Branding Process	45
<hr/>	
Your Brand's Best Platforms	69
<hr/>	
Bringing it all Together	99
<hr/>	
Monitoring & Measuring Success	109
<hr/>	

