

## الفصل الحادي عشر

### أسس لعلامتك التجارية

#### على الإنترنت

في هذا الفصل سوف نتعلم:

✍ كيف تستخدم أدوات الهوية على الإنترنت (مثل المدونات والمواقع الإلكترونية الشخصية) لبناء علامتك التجارية

✍ طرق تأليف محتوى لتعزيز ظهورك على الإنترنت

✍ ما يجب وما لا يجب في بناء هويتك على الإنترنت



## الفصل الحادي عشر

### أسس لعلامتك التجارية على الإنترنت

---

يمكنك الآن بعد أن استوعبت أساس ملفك الشخصي على الإنترنت أن تضع خطة لتعزيز ذلك الملف. ولصياغة هوية علامتك التجارية صحيحة على الإنترنت، فأمامك العديد من الخيارات في خدمتك. فبإمكانك أن تمتلك مدونة وتنشيء موقعاً مهنيًا وتستخدم مواقع شبكة الإنترنت، وتضع محتوى خاصًا بالعلامة التجارية، بواسطة نشر المقالات على الإنترنت والمشاركة في المجتمعات القائمة على الإنترنت. وإذا وسع الأمر، فلا بد أن تستخدم هذه الأدوات كافة. فعندما تستخدم هذه الأدوات بحكمة، فأنت تصقل من ظهورك على الإنترنت بشكل، يضمن لك أن تظهر في نتائج البحث بالشكل الذي تريده.

#### انضم للمدونات

تعتبر المدونة سجلًا زمنيًا على شبكة الإنترنت، يتم تحديثه بانتظام، لأفكار شخص وتعليقاته حول أمور تهمة أو تهمها. وبخلاف مواقع التبادل، فإن معظم المدونات لها كاتب واحد (أو بضع كتاب). ومما يثير الاهتمام أن المزيد والمزيد من المهنيين والشركات يمتلكون

مدونات. وفعلاً، يتم إطلاق عدد 100,000 مدونة جديدة كل يوم، حسب ما صرح به متعقب المدونات Technorati (تايم، نوفمبر 2006). لذلك، فإن المدونات هي الطريقة الاقتصادية المثلى لك لخلق ظهور مذهل، ذي صلة بالعلامة التجارية على الإنترنت، دون الحاجة إلى أن تكون مبرمجاً.

ستصبح المدونات الملحق الجديد الذي لا غنى عنه لأحد مثلها مثل البريد الإلكتروني اليوم، فإنها توسع من وسائل تواصل أي موظف تنفيذي كبير من كونها قائمة على شخصين إلى عديد.

— ديبى ويل، مؤلفة كتاب "المدونات المتكاملة".

إن المدونات منصة ممتازة، حيث يمكنك أن تسوق لعلامتك التجارية على الإنترنت أي تنبني كلاً من ظهورك وموثوقيتك. فبإنشائك مدونة رائدة وحسنة الترتيب ومرتبطة بأمر تتقنه أو بمجال خبرتك، فأنت تميز نفسك بشكل أكبر عن جميع المهنيين الذين يشاركونك ما تقوم به.

مدونتي هي أداة تواصل الرئيسة في حياتي المهنية، لأنها تقوي من ديناميكيته الشخصية وتؤيد عنصر التغيير الخاص بخصائص علامتي التجارية وتوضح استفادتي من التكنولوجيا في تحقيق النتائج، وتميزني في سوق التكنولوجيا المزدهم.

— نينا بوروكاس، خبيرة استراتيجية في العلامة التجارية

توجه المدونات دعوة للزائرين إلى ترك التعليقات، وبهذا تخلق مجتمعاً متفاعلاً وإن جميع المدونات القوية تحفز على ترك التعقيبات وإجراء المحادثات الثنائية مع الجمهور. كما تحسن المدونات من ترتيبك بين محركات البحث (أي تساعد على ضمان أن تظهر على رأس قائمة النتائج) لأن نظام حساب الترتيب يقدر المحتويات التي يتم تحديثها كثيراً. وحققة، يدعي بعض الأشخاص النشطين في مجال المدونات أن المدونات بمثابة اختصارات لترتيب أفضل على جوجل.

إذا أردت أن تبدأ في إنشاء مدونة بشكل بسيط، اذهب إلى أي موقع من مواقع استضافة المدونات الرائدة التالية، واتبع التعليمات لإعداد حسابك وتكوين المحتوى الخاص بك:

- [www.typepad.com](http://www.typepad.com)
- [www.wordpress.org](http://www.wordpress.org)
- [www.blogger.com](http://www.blogger.com)

إذا لم تكن مبرمجاً، فإننا نرشح لك موقع TypePad؛ لأنه يسمح لك بإشهار علامتك التجارية والتعديل عليه وأنت لا تزال مستخدماً.

### ماذا تكتب؟

إذا أردت أن تصمم مدونة للبحث عن وظائف أو لإدارة الحياة المهنية، فما الذي يجب أن تكتبه على المدونة؟ لا تطبق أي قواعد إلا مبادئ المنطق الكتابية الجيدة. وتأكد أيضاً أن محتوى المدونة يصب تركيزاً على الأشياء المهنية؛ حيث لا تشمل معظم مدونات البحث عن وظائف سير ذاتية يمكن تحميلها ومنشورات مهنية فقط، بل تشمل معلومات شخصية لا صلة لها وسطور حول الأطعمة المفضلة للقائم على المدونة وأفلامه. ومن شأن هذا الخليط أن ينفر المديرين المتخصصين في التعيين بشكل سريع.

إذا كنت موظفاً في الوقت الحالي، اطلع على سياسة التدوين الخاصة بشركتك؛ فإنك إن تربط علامتك التجارية بعلامة الشركة بشكل وثيق وتقدم المساعدة في بناء علامة الشركة التجارية باستخدام مدونتك، فربما أخذت الشركة خطوة الحصول على مدونتك إذا غادرت.

لذلك، ضع في حسابك أن تكتب في مدونتك عن وظيفتك، وصناعتك، بشكل مجمل، ولا تكتب عن صاحب العمل.

نوصي بالاستفادة من معظم منشوراتك على المدونة في تأسيس قيادتك الفكرية بشأن موضوع معين أو مجموعة من المواضيع ذات الصلة، فإن مفتاح امتلاك مدونة تحتل الصدارة، هو أن تبرع في شيء، وأن تجد صوتك الحقيقي لتعبر عن هذا الشيء. وبإمكانك

أن تركز على كفاءاتك المتخصصة أو اهتمامات جمهورك المستهدف أو أسلوبك الفريد في تقديم علامتك للجمهور الخاص بك، وابتح عن موضوع شامل لمحتوى منشوراتك، ثم تأكد أن كل منشور يصب في إطار هذا الموضوع.

تسمح لك المدونات بالتوقف عن الاختباء وراء علامة تجارية متكلفة ومخوقة وتعطيك فرصة ظهور شخصيتك بشكل أكثر جاذبية وواقعية.

— أندي وييلس مؤلفة "المدونة المتوحشة".

فكر في اهتمامات جديدة بالذكر ومساندة لترشحك، يمكنك إضافتها في سيرتك الذاتية. ثم ضع هذا المعيار على أي محتوى شخصي موجود في مدونتك؛ فينبغي أن لا تبدو مدونتك كما لو أن إنساناً آلياً قد قام بإنشائها، بل يتعين عليها أن تعكس خصائص علامتك التجارية الشخصية.

---

معلومة مفيدة: إذا وددت أن تكتب في مدونتك عن أشياء شخصية، من شأنها أن تترك أثراً سلبياً على حياتك المهنية، قم بإعداد مدونتك على الموقع [www.vox.com](http://www.vox.com) حيث يحافظ على خصوصيتك بإعطائك القدرة على التحكم في المحتوى العام على الإنترنت، في مقابل شبكتك الخاصة بك.

---

### الرعاية والاهتمام بمدونتك:

إن التحدي الأكبر عند إنشاء مدونة يتمثل في النشر بشكل منتظم كفاية، كما تقتضي هذه المدونة. وإن السؤال الذي نسمعه كثيراً هو: "ما معدل المنشورات التي يجب أن أنشرها؟" وهو أمر معلوم مثير للقلق في عصر، انشغل فيه معظم الناس بما فيه الكفاية بمسؤوليات أخرى؛ ولهذا يقول خبراء المدونات إن ثلاث مرات في الأسبوع شيء مثالي. وعلى الرغم من ذلك، لا يعد هذا العدد عملياً بالنسبة لكثير من الناس؛ لهذا نوصي بالنشر مرة واحدة في الأسبوع، وبالتأكيد ليس أقل من مرتين في الشهر. وإذا لم تستطع أن تلتزم

بالنشر على المدونة مرتين على الأقل شهرياً، فربما تحتاج إلى أن تستخدم أدوات أخرى لبناء هويتك على الإنترنت.

معلومة مفيدة: للحصول على أفكار تكتبها في منشوراتك على المدونة، استخدم مجمعة أخبار مثل Bloglines، لكي تجمع محتويات الإنترنت. كذلك اشترك في تنبيهات جوجل على الموقع (<http://www.google.Com/alerts>)، مستخدماً الكلمات الرئيسية ذات الصلة بمهارتك.

### أنشئ محفظة على الإنترنت

إن تصميم موقع إلكتروني يعد أفضل سبيل للظهور على الإنترنت بشكل منظم متعلق بالعلامة التجارية، دون أن تحتاج إلى توليد محتوى جديد بشكل متواصل. فبمساعدة محفظة الإنترنت، يمكنك إعطاء صورة شاملة عنك بشكل مهني، وتعريف بإنجازاتك ذات الصلة.

عندما نستخدم كلمة محفظة، فإننا لا نتحدث عن الحقائق الجلدية السوداء الكبيرة ذات السحابات التي تحفظ ما بداخلها؛ فالحديث يدور عن الفضاء الإلكتروني. إن محفظة الإنترنت هو مفهوم المحفظة الورقية التقليدي نفسها بشكل معدل للإنترنت، و رابط ومحتوى متعدد الوسائط. فإذا كنت موظفاً تسويقياً، على سبيل المثال، فربما تحتوي محفظة الإنترنت خاصتك على سيرة علامتك التجارية، ودراسات الحالة وروابط لتغطيات صحفية لمبادرتك وآراء صوتية ومقاطع فيديو لعرضك التقديمي الحديث، الذي قدمته بخصوص التسويق، حيث تعد المحفظات أكبر من كونها سيرة ذاتية قائمة على الإنترنت، تحتوي على أدلة ملموسة لإنجازاتك المهنية.

والأمر شبيه بمن ينشأ أي موقع إلكتروني آخر، فأنت بحاجة إلى أن تجعل محفظتك على الإنترنت تجذب المارة، أي أن تحقق شيئاً يمكنك فعله، مع التأكد من سهولة استخدام الموقع ومن إثارته للعين. وبسبب ضعف تصميم كثير من المحفظات المهنية القائمة على

الإنترنت، فلديك فرصة قيمة لإثارة إعجاب المشاهدين، من خلال ضمان أن موقعك يبدو مصقولاً ومهنيًا. وربما لاحظت أن كثيرًا من المواقع الإلكترونية، التي كان الهدف من ورائها دعم مؤسسيها يبدو لا احترافيًا؛ حيث تخلط الكثير منها المعلومات الشخصية (الديانة والآراء السياسية وأسلوب الحياة) والصور العائلية مع المحتوى المهني تعلقًا، أو ربما لا تضيف أي معلومات إلى ما هو مدرج بالفعل في السيرة الذاتية، فإن تجنبت هذه الزلات، تميزت عن غيرك أكثر وأكثر.

---

معلومة مفيدة: قبل إضافة أي محتوى في محفظة الويب، اسأل نفسك هل سيتقبلها مديرك أو صاحب العمل المحتمل أو العميل أم لا.

---

### إثبات حماسك:

أظهرت إحصائية Korn/Ferry على الإنترنت أن 44.7 في المائة من المشاركين أخبروا عن إيمانهم بأن تزوير السيرة الذاتية بين الموظفين التنفيذيين في ازدياد، وإن محفظة الويب تحميك من أن يقال عنك بأنك مخادع؛ حيث تسمح لك بتقديم دليل بإنجازاتك وليس مجرد إخبار الزائرين بما حققته. فعلى سبيل المثال، إن كنت تدعي بامتلاكك مهارات في العروض التقديمية، يمكنك أن تعرض مقطع فيديو على موقعك؛ فالمقالات والجوائز والتقارير والمؤتمرات الصحفية وجداول المشاركات في الحديث تعد بعضًا من الطرق التقليدية، التي يمكنك استخدامها في إثبات خبرتك. ويظهر لانس ويثربي خبرته مستخدمًا مقاطع فيديو فلاش للمقابلات، التي أجراها على سي إن بي سي بالإضافة إلى تك ناو. ويعطي الشكل 1.11 مثالاً توضيحيًا.



### الشكل (1.11) دليل أداء متعدد الوسائط

بمساعدة موقع الويب الخاص بك، بإمكانك أن توفر دليلاً مادياً متعلقاً بالوسائط المتعددة حول قدرتك على الوفاء بعلامتك التجارية الفريدة. وبمجرد أن تعزز العلاقة الظاهرية مع الزائرين بتقديمك هذا الدليل، فسوف تبدأ المقابلات التي تجريها على الهاتف، أو شخصياً من مستوى أكثر عمقاً وإنتاجية، وسيساعدك ذلك على التخلص من المواقف المحرجة؛ حيث يقدم المزيد عنك مسبقاً في عملية التقييم. فعلى سبيل المثال، منحت السيرة الذاتية ذات العرض الفلاش الموسيقي الخاصة بـالكسندر جينيوت، على الموقع (www.flashcv.com)، والتي تحتوي على عرض تقديمي حول العلامة التجارية،

تدريياً في مايكروسوفت. ولكن اتباع طريقة مماثلة لتلك لن تجدي نفعاً للجميع بالتأكيد، وهذا هو ما نتحدث عنه. فما الذي سينجح مع علامتك التجارية؟

إن الناس مشغولون بالتأكيد، ويريدون أن يجدوا معلومات عنك بشكل سريع على الإنترنت. لذلك، فالأفضل دائماً أن تكون واضحاً، من أن تكون حاذقاً عند تصميمك لموقعك الإلكتروني؛ ففي نهاية المطاف، لا يمتلك مديرو التوظيف الوقت لمعرفة كيف ستساعدهم مهارتك أو خبراتك. فعليك أن تخبر الناس بصريح العبارة تماماً ما تريد أن تقدمه لهم ولماذا أنت الأفضل مؤهلاً للقيام بذلك. وهذا هو السبب وراء أسبقية توضيح علامتك التجارية على جهود تطوير الإنترنت الخاص بك.

لهذا نسأل كيف يمكنك أن تشد انتباه الزائرين بشكل سريع على الإنترنت، وتمسك به؟ إن بياناً صريحاً عن علامتك التجارية وتصميماً مقنعاً وهندسة معلوماتية سهلة البحث عنها هي مفاتيح إبقاء الزائرين على موقعك فترة كافية، من شأنها أن تجعلهم يريدون أن يعلموا المزيد عنك.

يعكس تصميم محفظة الويب الخاصة بهيذر هنريك ومحتواها إبداعها وطموحها لمجاوزة الحدود، سواء في عملها أو الأنشطة التطوعية أو الرياضات المغامرة في الهواء الطلق. وفي الحال يظهر مجال تخصصها في واجهة الصفحة. وللمزيد، اذهب إلى الرابط [www.heatherhenricks.com](http://www.heatherhenricks.com) (الشكل 2.11).

إن تصميم محفظة الويب الخاصة بي يعتبر، بلا شك، أحد أفضل ما قدمته مهنيًا. وكثيرًا ما يتصل بي موظفو التنفيذ ويجبروني بفرص مذهلة حتى بعد أن سعدت بوظيفة.

— هيذر هنريك



شكل (2.11) يعرض الاهتمامات على الإنترنت

ضع في حسابك التصميم والتخطيط الخاصين بموقعك، فإن التصميم الخاطئ الذي لا يعبر عن علامتك التجارية، لن يكون في صالحك، حتى وإن كان المحتوى مكتوباً جيداً ومقنعاً. فعلى سبيل المثال، إذا كانت علامتك التجارية تقول إنك "مخطط مالي جدير بالثقة"، فأنت لا تحتاج أن يبدو موقع الويب الخاص بك شديد الإبداع أو الخصوصية. فقبل أن تبني علامتك التجارية، اعلم السمات التسويقية، التي تريد للموقع أن يعمل على تعزيزها. وإن لم تكن واثقاً من السمات الحقيقية للعلامة التجارية، احصل على المدخلات ممن

حولك، إضافة إلى تقييم العلامة التجارية الشخصية الموجود في هذا الكتاب. وإذا أخذت قرار استئجار شركة تطوير مواقع شبكة الإنترنت لتصميم وبناء موقعك، توخ الحذر في اختيارك لشركة جيدة. ويقدم المربع في الصفحة التالية نصائح مفيدة.

### استخدم مواقع التواصل

إذا لم تتمكن لأي سبب كان من إنشاء محفظة ويب أو مدونة خاصة بالعلامة التجارية، ففي مقدورك أن تستخدم مواقع التواصل لنشر ملفك الشخصي وإجراء الاتصالات والبحث عن الناس والفرص. وبناءً على الخدمة التي تستخدمها، قد تتمكن من إنشاء صفحة ويب عامة أو موقع مصغر على حسب النموذج الذي تقدمه الخدمة.

من بين مواقع التواصل ما يلي:

- [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com): يعد هذا الموقع الرائد بين مواقع التواصل التجارية، ويسمح لك بإنشاء ملف تعريف عام يمكن لمحركات البحث العثور عليه.
- [www.raze.com](http://www.raze.com): على هذا الموقع يمكنك أن تضيف صورتك، وتتواصل مع الآخرين الذين يشاركونك الاهتمامات نفسها.
- [www.ecademy.com](http://www.ecademy.com): بفضل أن موقع ecademy موقع موجه على المستوى العالمي وكائن في المملكة المتحدة، فإنه يقدم فعاليات تواصل شخصية.
- [www.zoominfo.com](http://www.zoominfo.com): ربما تمتلك ملفاً شخصياً بالفعل على موقع زووم إنفو لأنه يستخدم التكنولوجيا ليزحف في الإنترنت ليعثر على محتويات مهنية مركزة عنك، بما فيها تلك المعلومات الموجودة على مواقع التواصل. افحص ZoomInfo لتتظن هل يوجد لك ملف بين 33 مليون ملف شخصي لديهم، وهل هو دقيق أم لا؟
- [www.ziggs.com](http://www.ziggs.com): يعد Ziggs محرك بحث خاصاً بالسير الذاتية الخاصة بالشركات. كما يسمح لك أيضاً بإنشاء ملفك الشخصي الخاص بك (موقع مصغر مستخدماً النموذج الخاص به).

## اختيار شركة تطوير المواقع الإلكترونية

إن موقعًا ذا جودة سيئة يعد أمرًا سيئًا لعلامتك التجارية، أكثر من عدم امتلاك موقع على الإطلاق. فإن لم تكن مصممًا للمواقع، استدع مساعدة بعض الخبراء. وتساعدك المعايير التالية في اختيار شريك تطوير خاصة بالمواقع الإلكترونية:

- تأكد من وجود مزيج الخبرات المطلوبة. هل تمتلك الشركة فريقًا، يتكون من أفراد مهرة في العلامات التجارية الشخصية والإدارة المهنية والتصميم والكتابة وتكنولوجيا الويب؟
- تحقق من خبراتهم في الوسائط المتعددة. لا بد أن تقدم أي شركة تتقن عملها صوتيات وفيديوهات وفلاش ومدونات ومنتجات وتسجيل رقمي للشاشة وملفات PDF وما إلى ذلك، واطلب أن ترى أمثلة لاستخدام المواقع لكل تقنية تتطلع إليها.
- تأكد أن مقدم الخدمة يستوعب قواعد استخدام الإنترنت، ويقوم باختبارات موقعك.
- ابتعد عن أي خدمة تقترح عليك استخدام ملف صوتي يتم تشغيله تلقائيًا عند تحميل الصفحة الرئيسية لمحفظتك، إذ إنه ليس لديهم أي خبرة بقواعد البحث عن وظيفة.
- تذكر: لا طائل من استخدام للتكنولوجيا من أجل التكنولوجيا. فعندما يتعلق الأمر بالفيديو، لا أحد يود أن يرى رأسًا تتكلم بثرثرة حول الموقع أو تتفاخر بنفسك.
- استفسر عما إذا كانت الشركة تقدم خدمات الربط الأمثل بمحركات البحث حتى تحسن من مكانك في محركات البحث أم لا.

إذا أتيحت لك فرصة امتلاك موقع إلكتروني خاص بك، فبإمكانك أن تضع الرابط الخاص به في مواقع التواصل. كما يمكنك أيضًا أن تروج على موقعك لملفاتك الشخصية الخاصة بمواقع التواصل؛ حتى تعزز من هويتك على الإنترنت. وتأكد أن تزور ملفاتك الشخصية مرارًا كل بضعة شهور؛ للتحقق من أنها حديثة. ولا تتوقع أيضًا أن مواقع التواصل على الإنترنت ستكون بديلًا للتواصل الفعلي؛ أي التواصل وجهًا لوجه. بل إن المقصد من ورائها أن تزيد من التواصل التقليدي، وبإمكانك أن تحقق الاستفادة القصوى

من مواقع التواصل على الإنترنت باستخدامك لها في جمع الشبكات القائمة في مكان واحد. وهذا من شأنه أن يتيح لك وصولاً أسهل إلى شبكات جهات الاتصال؛ حيث تجعلهم واضحين أمامك.

### انشر علامتك التجارية على الإنترنت

إضافة إلى تصميم موقع إلكتروني ومدونة خاصة بك وامتلاكك ملفاً شخصياً على مواقع التواصل، فلديك عديد من الفرص الأخرى لتعزيز وجودك على الإنترنت؛ فلن تصبح مميزاً رقمياً، فلا بد أن تتأكد من وجود محتوى واسع على الإنترنت يعبر عن علامتك التجارية بشكل مستمر.

وإليك بعض الوسائل لتوليد هذا المحتوى:

- **النشر:** إن نشر المقالات التي تتحدث عن حماسك واهتماماتك وسيلة جيدة لزيادة ظهورك في بحث على جوجل، وهناك عديد من بنوك المقالات وبوابات إلكترونية ستقبل مقالاتك؛ فعلى سبيل المثال، يقبل ArticleAnnounce (مجموعة على ياهو) جميع أنواع المقالات وتجعلها متاحة لمن يريد محتوى لمجلة ورقية أو إلكترونية. اكتشف المكان المناسب لوضع مقالاتك؛ ثم قدم محتوى بشكل منتظم؛ لتستدرج جمهورك المستهدف إلى موقعك الإلكتروني أو مدونتك.
- **التعليق:** علق بنقدك للكتب ذات الصلة بمجال خبرتك على موقع Amazon وbarnesandnoble وغيرهما من المكتبات على الإنترنت وأدرج في التعليق روابط موقعك الإلكتروني أو مدونتك. ولكن تذكر: أنه إذا كان مجال خبرتك حول الفيزياء النووية، فإن نشر تعليق على كتابك المفضل، حول إعداد الطعام، سيضعف من رسالتك الخاصة بعلامتك التجارية.
- **المشاركة:** شارك في منتديات ومواقع تبادل المعلومات الموجهة مهنيًا على الإنترنت مثل مجموعات ياهو أو مجموعات جوجل. فعن طريق تبادل الخبرات الخاصة بك، يمكنك زيادة ظهورك في الوقت نفسه. كما ستبدأ في بناء مجتمع علامتك التجارية مع آخرين يشاركونك الاهتمامات نفسها.

- تحدث بثقة: اترك تعليقاً في مدونات الأشخاص الآخرين ذات الصلة بعلامتك التجارية الشخصية، واجعلهم يذكرونك على مواقع ومدونات الآخرين؛ حيث إن التواصل مع أفراد آخرين أصحاب فكر مماثل يحسن من ترتيبك في صفحات جوجل، بالإضافة إلى أنه يزيد من ظهورك.

## ابدأ الآن

من الغريب أن نجد أن المحافظ القائمة على الإنترنت ومدونات الإدارة المهنية لم تصبح الأساس بعد، ففي نهاية المطاف، يقوم الأشخاص بالتسجيل من أجل الرحلات الجوية وطلب المشتريات وإدارة أموالهم على الإنترنت. فلماذا لا تستخدم الإنترنت لتدفع مهنتك للأمام كذلك؟ فبغض النظر عن الصناعة أو الوظيفة التي تبحث عنها، فإن مدونة وموقعاً على شبكة الإنترنت تقدمان فوائد مماثلة. ولكن حان الوقت لإتقان هذه الأدوات وغيرها من أدوات الهوية على الإنترنت: وحيث إن كل شخص لديه موقع يعرض فيه إنجازاته، فسيكون إبراز موقعك أكثر صعوبة. فابدأ الآن، وستزيد من فرصك في الاستيلاء على الوظائف قبل أن يستولي آخر عليها. بالإضافة إلى ذلك، فإنك ستقوي من علاقتك مع زملاء جدد، كما ستظهر لك القصة التالية.

في المستقبل، لن يعلن أصحاب العمل عن فرص العمل بعد الآن. . . بل إنهم يعثرون عليك.

— فاست كومباني، مارس 2006

## سندني إنج، موظفة تنفيذية لنشر كتب أطفال

تم توظيف سيدني إنج كمحررة كبيرة في Scholastic at Home، لأن إحدى جهات الاتصال الخاصة بالتواصل، اطلعت على محفظة شبكة الإنترنت خاصتها ورجع إليها. ولكن عندما علم زملاؤها الجدد بأنها قبلت الوظيفة، أعربوا عن قلقهم إزاء حقيقة اشتراك شخص جديد معهم، حيث خضعت المجموعة لشيء من إعادة الهيكلة، وبدأ الموظفون

يشعرون بالضجر. والتماساً للمزيد عن سيدي، أجرُوا بحثاً عن اسمها على جوجل. ولحسن الحظ كان أول ما ظهر في النتائج حافظة الويب الخاصة بسيدي، التي زاد محتواها من ثقة زملائها في مقدرتها على الالتحاق بهم وتحمل مسؤولياتها الجديدة. وأضافت سيدي قائلة: "أعتقد أنهم أراحوا عقولهم، عندما علموا أن رئيسهم كانت تدري ما تفعل".

### ما يجب وما لا يجب في بناء هويتك على الإنترنت

- **اتخذ موقفاً.** إن العلامات التجارية القوية لديها ما تقوله، وتقوله بحماسة وعن قناعة. فأنت إن أسست موقعاً عبارة عن نسخة ثانية لشيء ما، فلن يعطيك أحد من جمهورك المستهدف أي انتباه، فالهدف هو التميز وليس المحاكاة. ولكن لا تكن مثيراً للجدل. فليس من الحكمة أن تنفر الجميع.
- **سر بعيداً عن التراب.** تجنب الزيارة والتعليق على المواقع ذات المواد المثيرة للتساؤل. اترك بصمة حسنة في أي مكان تذهب إليه، ولا تبني هوية على الإنترنت قد تزعجك يوماً ما.
- **قدم الجودة على الكمية.** إن أتيحت لك فرصة استثمار كمية قليلة من المال والوقت في موقعك، استثمرهما في صفحة أو صفحتين بصور ذات جودة عالية ونسخة مميزة وتصفح بسيط.
- **ضع الرابط.** تأكد أن المحتوى على الإنترنت، المنشورات والمقالات والتعليقات والنقد، يشير إلى موقعك على الإنترنت وتفاصيل التواصل معك. ولا تنس أن تترك دعوة للعمل؛ فعلى سبيل المثال: "إذا أعجبك هذا المقال الذي يدور حول الأخلاق في المحاسبة، اشترك لتصلك رسالتي الإخبارية الشهرية، أو انضم إلى المنتدى الخاص بي، حيث أناقش المسائل المتعلقة بالأخلاق بشكل دائم".
- **ادعم محتوى الإنترنت من وقت لآخر.** إذا كان التفكير في توليد هذا المحتوى الإنترنت يرهق ذهنك، قسم الجهد إلى أجزاء يسهل إدارتها. وتذكر: أنك إذا نشرت

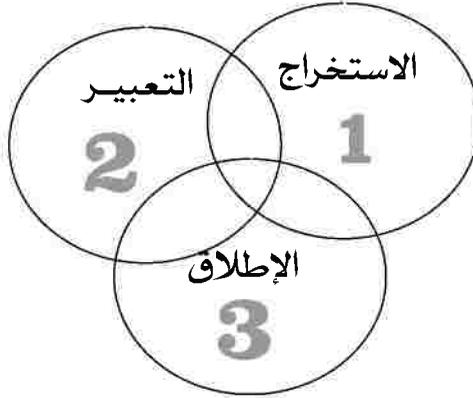
مقالةً واحدًا كل شهرين، فستحصل على ست مقالات بنهاية العام، وهي مجموعة جيدة. وقم بالتركيز على الجودة في كل ما تكتب.. فإن صفحة النتائج الواحدة في جوجل التي تقود الزائرين إلى سلسلة من الخبرات عالية الجودة بشأن علامتك التجارية، من شأنها أن تدفع الناس إلى الخطوة التالية، وهي الرغبة في معرفة المزيد عنك.

- كن متناسقًا. يتعين عليك لكي تبني سمعة قوية أن تذيب شهرتك بسبب أمر ما وليس مائة أمر. لذلك لتكن هويتك متعلقة بمن تكون، وما الذي يجعلك ذا صلة وإقناع لهؤلاء الذين يجب عليهم أن يعلموا بشأنك. ولا تحاول أن تكون كل شيء بالنسبة للناس. فأنت إن كنت صريحًا ومتناسقًا، سيجدك الناس على الإنترنت.
- انتبه لما تقول. توخ الحذر بشأن ما تضعه على مدونتك، فقد يتسبب حديثك السيئ عن صاحب عملك الحالي أو إفشاء معلومات حول شركتك في طردك.
- استدع أصحاب الخبرة. إن كنت لا تمتلك المهارات المطلوبة لتصميم موقع إلكتروني أو مدونة بجودة عالية، استعن بشخص يمتلكها، فهذا استثمار لحياتك المهنية، فإن الأمر إذا تعلق بإدارة سمعتك، فلا تبخل.
- استخدم مواطن قوتك في الريادة. استفد من إبداعك وفهمك لمجال موضوعك ومهارات التواصل وغيرها من نقاط القوة؛ لعرض تفوقك المهني على الإنترنت.
- دعهم يروا صورتك. احصل على صورة فوتوغرافية، التقطها شخص بمهارة لتظهر علامتك التجارية. ويرجى الملاحظة أننا قلنا التقطها شخص بمهارة وليس صورة التقطها أنت بواسطة كاميرا الويب خاصتك، فإن صورة واحدة لوجهك ذا جودة عالية تتحدث عن علامتك التجارية في مجلدات.
- ولت أيام السيرة الذاتية واعتبارها وسيلة الإدارة المهني الوحيدة مع ظهور جوجل. فقد يكون المجهود والعناية التي تبذلها في خلق هوية على الإنترنت نقطة التحول بينك وبين المرشح الآخر، الذي ينافسك المنصب أو العمل نفسه. وفضلاً عن الاقتراحات

الواردة في الفصلين الثامن والتاسع، فإن بناء علامتك التجارية جزء رئيس من الخطوة الثانية، ألا وهي مرحلة التعبير الخاصة بخطوات عملية نجاحنا. وقد حان الوقت للذهاب إلى الخطوة الثالثة: ألا وهي الانطلاق، وهي خطوة تركز على كيفية إدارة بيئة علامتك التجارية بأفضل حال.

## الخطوة الثالثة

### الإطلاق - إدارة بيئة علامتك التجارية



#### الإطلاق

- ليكن كل شيء تفعله دائراً حول العلامة التجارية.
- احصل على هوية مرئية.
- ضع مصيرك المهني.

إلى هنا تبين لك أن العلامة التجارية هي أنت، ووضعت خطة لإيصال رسالة علامتك التجارية لكل شخص يود أن يعرفك. وفي مرحلة الإطلاق، ستعمل على أن تتأكد أن كل شيء يحيط بعلامتك التجارية يرسل رسالة متلائمة مع علامتك التجارية. وتعتبر مرحلة الإطلاق ذات أهمية؛ لأنها تدعم من تلاؤم العلامة التجارية. فعندما يرسل كل شيء حولك وحول علامتك التجارية رسالة العلامة التجارية ذاتها، فأنت تستقر بوضوح في عقول أولئك، الذين سوف يتخذون القرارات حولك. وفي هذه المرحلة، نعمل على "تغليفك"، ولكن كما أوضحنا على مر الكتاب أن التغليف لا بد وأن يكون أصلياً. كما نركز في مرحلة الإطلاق تركيزاً قليلاً على الأشياء التي تفعّلها، وتصب تركيزاً أكبر على كيفية القيام بهذه الأشياء.