

الموجز

التغيير وإعادة الحل

في هذا الموجز سوف نتعلم:

كيف يمكنك أن تقيس نجاح علامتك التجارية (ماركتك).

كيف تتأكد من أن علامتك ستظل مناسبة.

كيف يمكنك الاحتفاظ دائماً بأن تظل علامتك التجارية في أولويات اهتمامك.

الموجز

التغيير وإعادة الحل

من خلال قراءة هذا الكتاب، واستعمال إتاحة بدرجة 360° درجة لعلامتك الشخصية وممارسة التدريبات الواردة بالدليل العملي لكتابنا هذا، الذي بين يديك، فقد حصلت على كل الخطوات المبدئية المهمة في عملية تشكيل علامتك المميزة لك. والآن، فأنت تعلم ما الذي تريده من تخصيصك المهني في الحياة، وما الذي ينبغي عليك أن تفعله لتحقيق أهدافك المهنية. ولكن عليك أن تدرك أن علامتك الشخصية (المميزة لك) ليست عملية تؤدي مرة واحدة فحسب؛ إذ لكي تظل على المسار الجيد للوصول إلى النجاح، فأنت تحتاج إلى مواصلة الإتاحة للكيفية، التي يؤدي بها علامتك والقيام بالتصحيحات المناسبة لها، كلما احتاج الأمر؛ لكي تواصل التقدم نحو أهدافك العملية.

وكما لاحظنا في فصول البداية من هذا الكتاب، فإن إدارة الجانب المهني هو شيء ما، ينبغي عليك القيام به كل يوم .. إذ عندما تتبنى هذه النزعة العقلية، فأنت تكتسب سيطرة كافية على كياناتك المهني، وأنت تمنح قمة أعظم لمستخدميك أو عملائك، وإنك تتحرك كذلك بثبات نحو أهدافك. إن كل العلامات التجارية (الماركات) القوية تظل واعية بذاتها ومناسبة، بما يجعلها تستطيع المحافظة على تواصل حياتك العملية.

عندما تبدأ في اتخاذ تصرف ما نحو إنجاز أهدافك وأحلامك، فإنه ينبغي عليك أن تدرك أن كل تصرف تقوم به لن يكون تصرفاً مثاليًا، وأنه لن يحقق النتيجة المطلوبة (أي بعضها فقط - المترجم)؛ إذ إن ارتكاب الأخطاء هو أمر صائب في أغلب الأحيان، لأن التجريب هو أساس إدراك التصرفات الصائبة وأن كل مفصلات (مكونات) عملية التشغيل تسير في الاتجاه الصحيح.

— جاك كانفيلد، مؤلف

كتاب "حساء الدجاج من أجل الروح".

تقييم أداء علامتك التجارية

لقد قمت بتعظيم الوعد غير المسبوق بقيمة علامتك، وقد حددت كل آليات التواصل اللازمة؛ لكي تصل إلى جمهورك المستهدف، كما قمت بوضع خطة لضمان أن آليات تواصلك واضحة ومتسقة وثابتة (الـ 3 "C")، وقد حددت الخطوات اللازمة لتشكيل بيئة علامتك بما في ذلك المبنى (البناء) وتقوية شبكة أعمالك المهنية، ولكن كيف سيمكنك أن تعرف ما إذا كانت هذه الجهود المبذولة تمضي بك قدمًا أم لا؟! ومن ثم، يجب عليك بانتظام أن تقوم بتقييم أداء علامتك التجارية.

يمكن فقط أن تقرر الكيفية التي تقيس بها فاعلية علامتك التجارية، والمفتاح اللازم لك للوصول إلى مقاييس لازمة لذلك، باستمرار، على سبيل المثال يكمن في:

- ما حجم تقدمك؟
- ما مدى رضائك عن توازن عملك / توازن ثباتك؟
- ما مدى السرعة التي تحرزها في تقدمك في أدائك المهني؟
- ما مدى القبول الذي تتلقاه عن أدائك في نهاية العام؟
- ما مدى تقدمك في مقابل التخطيط النوعي لأهدافك المهنية؟
- ما عدد الناس الذين يبدون ملاحظات على أدائك، أو يكتبون في رسالتك التعريفية؟ (أي الرسالة الإعلامية التي تصدرها عن أعمالك - المترجم)
- ما مدى اتصالاتك بالمواقع الإلكترونية، مثل: LinkedIn؟

• ما عدد المتحدثين المفسرين لجدول أعمالك كل عام؟

ليس من المهم نوعية القياسات التي تستخدمها، بقدر أهمية أن تتأكد من فحصك لأداء علامتك في مقابل هذه القياسات، على الأقل، مرة واحدة كل عام. إن كل تحالف رئيسي يؤدي قياسات لعلامته كأمر متفق عليه بطبيعة الحال. وينفق بعض الشركات مئات أو آلاف من الدولارات على البحوث المتعلقة بفهم رؤى العميل وتصوره لعلاماتهم التجارية، وزيادة معدل الوعي بها، وتقييم قوة الصلات العاطفية والعقلية للعلامة. عليك أن تقوم بأداء بحث مماثل على أداء علامتك الخاصة بها؛ قياسًا على المعايير التي اخترتها (وبطبيعة الحال تحت ظل ميزانية أكثر تواضعًا). وهنا تجدر الإشارة إلى التدريب الوارد في الدليل العملي للكتاب، من أجل تعزيز عملية تحديد القياسات.

معلومة مفيدة: قم بمراجعة أهدافك كل مساء جمعة (تذكر أنك قمت بتوثيق هذه المراجعات، وأنتك وضعتها بمكان يمكنك رؤيتها ومراجعتها كلما رغبت) واسأل نفسك عما إذا كان إنجازك الأسبوع يساعدك على التحرك قدمًا نحو تلك الأهداف.

ابحث عن التغذية الراجعة

قم بتحديد موضع الثقة من زملائك وداعميك وعملائك وأقرانك - داخل وخارج - مؤسستك، والذين يمكنهم أن يوفروا تغذية راجعة أمينة لعلامتك. اطرح عليهم السؤال: "كيف ترونني أعمل؟"

وفي مراحل مختلفة من علاقتك بهم، سوف تحصل على رؤى قيمة للغاية.. احصل على أكبر كمية يمكنك أن تستقطعها من المدخلات؛ لكي تجعل علامتك مخرجا (ناجما) عنها، قويا قدر إمكانك.. قم بتوثيق هذا المنتج في التدريب المرافق له في الدليل العملي للكتاب؛ ليمكنك الإشارة إليه فيما بعد، كلما رغبت في ذلك. وعندما تتلقى ذلك الناتج (التغذية الراجعة)، قم بمعاودة النظر إليه من خلال عدسات؛ قد تساعدك على تحقيق

أهدافك: أي أجزاء التغذية الراجعة أكثر قيمة بالنسبة لنجاحك؟ كيف يمكنك أن تحقق التكامل مع هذه التغذية الراجعة داخل الاستراتيجية المسؤولة عن إدارة أداك المهني.

وفيما يلي بعض الوسائل، التي يمكنك بها جمع تغذية راجعة:

- أنظر إلى تقييم أداك بعيون جديدة، ماذا يقول مديرك عن علامتك، عندما يعلق/ تعلق على مناطق إنجازاتك وتحسيناتك؟
- قم بتطبيق ما تتلقاه من تغذية راجعة بعد عروضك. إذا عهد إليك بحديث أو عرض، أمام الجمهور، عن الاتجاه المهني لمؤسستك، قم بتقديم تغذية راجعة وافية واطرح أسئلة عن منتجات نوعية. فعلى سبيل المثال، في الفصل الخامس، تشاركنا معًا في أن ويليام كان يحصل على تغذية راجعة بعد كل ورشة تدريبية، يقوم بها بطرح أسئلة على المشاركين في أن يصعدوا إلى منصة العرض، ويسجلوا بأنفسهم أية علامات أو مزايا يرونها متوافقة معه. وكان ويليام يحتفظ بكل هذه المشاركات، ليستفيد منها بما يمكن أن يضيفه إلى علامته؛ إذ يعيد تقييم كل العناصر المشكلة لأنشطته أثناء العرض (مثل: المحررات التي يكتبها، أو طريقة الأداء.. إلخ).
- كرر مرات تقييمك لعلامتك. في غضون عام، عليك استكمال تقييم علامتك بدرجة 360°، ثم قارن النتائج الحادثة بالنتائج المتوافقة للتقييم الأساسي، الذي قمت بأدائه: هل أصبحت علامتك أكثر اتساقًا وثباتًا؟ هل هناك تطابق أكثر بين الكيفية التي ترى بها نفسك، والكيفية التي يراك بها الآخرون؟ هل أصبحت مشهورًا فيما ترغب أن تكون مشهورًا به؟ وإذا لم يكن الأمر كذلك، فما التغييرات التي قد تقوم بها لتحقيق تطابق أكبر واتساق أكثر بين تصورات الآخرين وتصوراتك أنت عن نفسك؟
- ابحث عن عارض (مساعد لك) أو مدرب. اسأل عارضك أو مساعدك أو مدربك أن يعطيك تغذية راجعة منتظمة وصادقة ومباشرة عن الكيفية، التي تتواصل بها عبر اتصالاتك، وفيما يتعلق بسلوكيات العمل. وبعد، فإن كل هذا يعد جزءًا من قيامه/ قيامها بوصف العمل.

ساعد على نشر علامتك

لأن الأشياء تتغير من حولك، فسوف ترغب أن تقيم - باتساق، وبصورة ثابتة - علامتك والقيمة التي تستجلبها لك، من خلال الاهتمام بما يعد إثابة لانتجائك العملي، وكذلك بما لا يعد على هذا النحو. ومن ثم، يمكنك تكيف جهودك للقيام بأية تعديلات ضرورية تحتاج إليها، وكذلك حالات أخرى مطلوبة.

عندما تنتهي من التغيير، فأنت تعلن نهايتك.

— بينامين فرانكلين، مخترع ورجل دولة

ولكي تظل علامتك مناسبة لجمهورك المستهدف، فإن كل العلامات القوية تكتسب نشأتها وقوتها بمرور الزمن. وفي عالم الأعمال التجارية، فإن هذه التغييرات يمكنها أن تأتي في صورة امتدادات خطية للمنتج. وعلى سبيل المثال، انتقلت نيك جراهام لدى جوي بوكسر من رابطات العنق المبتكرة إلى الملابس الداخلية المتميزة، وقد تقوم أنت بتغيير الأسلوب أو الطريقة، التي تحقق بها التواصل لعلامتك، مثل طبع مقترح مشروع على موقع على الويب، بدلاً من النسخة الورقية؛ للوصول إلى جمهور أكبر، وبالإضافة إلى ذلك، يمكنك محاوره ومناقشة كل من له صلة بالعلامة، أثناء تقدمك في أدائك المهني (كثيراً يحدث هنا في منشأة فولفو، والتي أضافت جراء ذلك، النمط "إلى الأمان" في تصميم السياسات).

استنبطت علامة كريستين التميز، منذ بداية رحلتها في عام 2004. ومنذ إصدار علامتي "برانيجو" و "ريتش"، أدركت كريستين أنها قد وجدت ضالتها كأداء مهني - في الخبرة التكنولوجية. بل، وعلى الرغم من ذلك، أسست كريستين سمعتها وشهرتها من خلال نقابة مهنية واحدة، فإنها لم تلتزم تماماً تلك النقابة، كما أنها لم تعبر عن ماركتها (علامتها) بشكل ثابت ومنسق. ولما لم تسر أعمالها الأصلية على ما يرام مع علامته التي كانت جديدة في تعريفها، بادرت إلى بيعها والتخلي عنها (ثمة سبب آخر لبيعها، كان يكمن في احتفاظها بسلامة عقلها أو أصالة رأيها؛ إذ إن امتلاك ثلاث شركات في وقت واحد، لم يكن أمراً مثيراً للبهجة). وعندما وجدت كريستين أنه يمكنها أن تصل إلى جمهور

أكثر، من خلال التحدث والكتابة وتطوير المنتجات والخدمات، بدأت في قضاء وقت أطول للعمل في هذه المجالات الإبداعية - والتي كانت أكثر تقاطعاً (التقاءً) مع المهنيين لديها والأهداف التي وضعتها على المدى الطويل.

وبينما أنت تتبع تقدمك صوب أهدافك، اطرح على نفسك سؤالاً عما إذا كانت علامتك لازالت متأزرة مع أهدافك أم لا، وعما إذا كنت بالفعل تطور مزيجاً من تواصلاتك الصائبة؛ لكي تجعل علامتك مرئية وذات مصداقية. وقد ترغب أيضاً في أن تعاود مراجعة الخطوة رقم (1)، وعندئذ عليك: مراجعة ملخص الفصول الواردة في هذا الكتاب؛ لكي ترى ما إذا كان أي من استجاباتك قد تغيرت بمرور الوقت. وإذا كانت كذلك، فيمكنك عندئذ معاودة الفحص وتحديث قائمة علامتك ومظهرها.

12 وسيلة للاحتفاظ بتميزك العملي

في العالم الجديد من الأعمال، الثابت الوحيد هو التغيير. لذلك، لا يمكنك الوقوف ثابتاً؛ لأن كل شيء حولك يتغير. ولكن المظهرية (النعمة) الجيدة لعلامتك لا تعني أنها تفقد أصالتها، ففي الحقيقة، خلاف ذلك هو الصواب تماماً.. إذ بمجرد تغيير علامتك، فإنها تصبح أكثر دقة في العرض وإظهار ذاتك، أمام الآخرين. وليس من المهم التركيز على كيفية تغيير علامتك، وإنما من المهم أن تكون رؤيتك أوسع نطاقاً، وأن تظل أهدافك طويلة المدى ثابتة.. إن تغيير علامتك يعني التفكير في وسائل جديدة، تضمن بها توصيل علامتك الواعدة للجماهير المستهدف، وهي تعني - كذلك - إحداث التغييرات لمواصلة صيانة أدائك المهني والحفاظ عليه والتميز فيه. سوف نترك مع تلك المنح الاثنتي عشرة التي تلزمك لتأكيد أنك يقظ - دائماً (أي إنك متميز دائماً - المترجم).

- 1- اعرف ذاتك. لا يمكنك أن تتميز، إذا لم تعرف من أنت، وما الذي تريده من الحياة. إن الدين يتميزون هم على وعي بذاتهم.. ففكر في أوبرا (المديعة المشهورة - المترجم).
- 2- ركز على مواطن اختلافك. يركز التميز دائماً على تمايز ذاتك، ومن ثم، فإن عليك أن تبرز ما يجعلك مختلفاً.. عليك أن تحتفي بذلك وتلقي عليه الضوء.

- 3- عظم مناطق تميزك. إن الذين يتميزون هم أولئك الذين يكونون "الأفضل" في شيء ما.. فكر في كل من: تايجر وودز، بيل جيتس، لانس أرمسترونج.. إن التميز يكمن - كلية - في نطاق القوة.
- 4- ابحث عن نفسك بانتظام. ضع حدودًا للسيطرة على تضخم ذاتك؛ إذ إن الآخرين سينقبون كل مواطن ومواقع إنترنت بحثًا عن عيوب لك. لذا، فأنت بحاجة إلى أن تعرف وتتحكم وتدير سمعتك على مواقعك بالإنترنت.. وتذكر: أنه بالنسبة لبعض الناس، فأنت تكون مثلها تكون نتائج البحث عنك على الإنترنت.
- 5- اطلب التغذية الراجعة. عليك أن تدرك أن سمعتك محسوبة عليك؛ لذا لا بد أن تبحث بحماس عن التغذية الراجعة، لفهم الكيفية التي يراك بها الآخرون.
- 6- كن قادرًا على الربط. تأكد من أن الناس يرونك كنواة رئيسية في كل مؤسسة، تساعد على جعلها تنمو.
- 7- فكر من الأكبر. اجعل أحلامك كبيرة، وكن رائعًا في القيام بالخطوات التي تحتاج إليها لتنفيذ تلك الأحلام، وتحويلها إلى حقيقة وواقع.
- 8- دوام على التنقيح والتعديل. لا تكن سعيدًا مطلقًا بما هي عليه الأحوال اليوم. كن متعلمًا دائمًا دوام الحياة ذاتها، وطموحًا، ومركزًا على نموك الشخصي والمهني.
- 9- حدد جمهورك الخاص بك. اعرف أكثر ما يمكنك أن تعرفه عن منافسيك؛ بما يجعلك قادرًا على استخدام تفردك لكي تتميز.
- 10- ركز على صورتك في الإنترنت. يقوم الأعضاء المساعدون لأعمالك المهنية على الإنترنت بتكوين كل اتصالاتك، ويعثرون لك على المعلومات المهمة، ويحددون لك الفرص الجديدة المتاحة لك، وكلما زاد تركيزك على صورتك في الإنترنت والمساعدون لك، حصلت على فوائد أكثر.
- 11- مُميز كل عمل تقوم به. ضع نبذة تدل على أنك بالفعل في قلب كل ما تفعله، مثل: كل مكالمة تليفونية، بريد إلكتروني، لقاء، تواصل شخصي.

12- كن واثقاً ومتواصلاً. أظهر اقتناعك وشغفك وثقتك في كل ما تقوم به من تواصلات، لا كي يلاحظ الناس ذلك فحسب، بل إنهم كذلك سوف يتذكرونك زمناً طويلاً، بعد أن يتلقوا رسالتك تلك.