

Když brand není ku prospěchu

Značka poradců na trhu může mít nálepku kupčících taxikářů. Jak se vyhnout takovému označení? Jste jiní, ale máte za to, že nálepka na vás hází temný stín?

Značka je často popisována jako sbírka dojmů, které lidé mají ohledně služby či produktu. Lidé hodnotí všechno a všechny a jejich hodnocení jim poté utkví v paměti a pomáhá v rozhodování.

Každý z nás má svůj osobní brand. Někdo ho využívá a pracuje s ním, někdo ne. Osobní brand má silný účinek nejen na lidi, se kterými se potkáme, ale také na jejich známé. Protože stejně jako o dobrém produktu, se šíří informace o dobrém člověku či profesionálovi, který svou práci perfektně zvládá. Když se podíváme na statistiky marketingu, největší vliv na rozhodování má osobní doporučení. Osobní značka je to nejdůležitější, co máme.

1. Proč si budovat značku?
2. Jak zjistím, co je má osobní značka?
3. Jak propagovat svůj brand?
4. Dlouhodobé úspěšné budování značky

1. Proč si budovat značku?

Osobní brand je nejdůležitější ingredience pro odlišení se od ostatních. Autenticita a originalita se cení. Jak se odlišit od ostatních, abychom mohli odlepit nálepkou profese?

Jestliže jste začínali s názorem, že tuto práci chcete dělat, abyste pomohli ostatním lidem, kterým finance přijdou jako naprostá džungle, pak si tento směr zachovejte.

Nesrovnávejte se s ostatními.

Stůjte si za svým, dělejte svou práci podle svého nejlepšího vědomí a svědomí. Srovnáváním s ostatními si sami sobě škodíte a jen se připojujete k ostatním, místo abyste vybočovali. Vždyť hlavním cílem je vyčlenit se. Sebevědomí podpořené úspěšnými spoluprací podtrhnou vaši jedinečnost.

Jak zjistím, co je má osobní značka?

Andy Milligan ve své knize „Brand it like Beckham“ popisuje hlavní prvky brandu David Beckham. Jeho brand byl vytvořen poznáním dvou částí, soukromého a profesního života, ve kterých nachází svou roli. V jeho osobním životě zastává role syna, otce, manžela. V profesním životě, na veřejnosti jeho značka zahrnuje například role: fotbalista, celebrita a módní ikona. Toto je základ dnes úspěšné značky propojující „obyčejného kluka z východního Londýna“ s mimořádným profesionálním fotbalistou a ce-



Monika Tutterová,
koučka
a školitelka

lebritou. A jsou zde i další charakteristiky, jako jeho hodnoty, motivace, ambice, osobnost, zájmy a další viditelné kvality, jako jeho vzhled a komunikační styl.

Nejdůležitější je, že jeho značka má mnohem širší záběr než pouze jeho profesionální reputace. To je důležité mít na paměti při identifikování a budování vlastní značky.

Kdybychom tento model přenesli do sféry finančních poradců, co by bylo to hlavní a nejdůležitější? Jakou roli zastáváte v osobním a profesním životě?

Co jsou mé hodnoty?

Zjištěním hodnot vaše značka roste. Proč děláte to, co děláte? Co vám to dává? A co dalšího, hlubšího vám to dává? Odpovědi na tyto otázky zjistíte, jaké jsou vaše vnitřní hodnoty, které jste až do této doby podvědomě poslouchali a naplňovali. Nyní si budete moci sami říct, jak můžete naplňovat své hodnoty pro úspěch vlastní osobní značky.

Poznejte sami sebe a stůjte si za tím, kdo jste. Každý jsme originální.

Jak propagovat svou značku?

Jakmile identifikujete, co je vaše osobní značka, měli byste ji propagovat na trhu. Nejlepší je to udělat tak, abyste vyzdvihli kvality vaší značky.

Buďte expertem: Shromážděte co nejvíce informací můžete, nové cesty, produkty, co se kde nabízí, mějte přehled.

Sdílejte svou expertizu: Může to znamenat nabídnout radu či informaci zdarma, pomoci lidem se správně nasměrovat.

Dělejte to, co hlásíte: Stůjte si za svým a buďte ambasadorem své značky. Co slíbíte, udělejte, na zvýšení reputace jsou nejhörší prázdné sliby. Když slíbíte, že zavoláte, že něco zjistíte, pak to také dodejte, buďte důslední. Podpořte tak budování důvěry. Spokojení zákazníci vás budou rádi doporučovat dále.

Dlouhodobé budování osobního brandu

Neslevujte ze svých kvalit a očekávání. Nyní jste si vybudovali základnu klientů, kteří budou očekávat stále stejnou kvalitu služeb, kterou jste jim na začátku slíbili a ukázali.

Profesionál je jen jeden. Buďte sví a při pomyšlení na nálepkou označení finančních poradců zjistíte, jak moc jste se vzdálili. ●



**Zjištěním
hodnot
vaše
značka
roste.**