

FETA Füzetek

Az énmárka-építés alapjai

Karrier



Széles Zsuzsanna

Tartalom

***Personal branding, személyes
márka, énmárka***



4. oldal

***„Gnóthi szeauton” -
Ismerd meg önmagadat!***



5. oldal

What's your superpower?



6. oldal

Találd meg a helyed!



7. oldal

***A márka nem más, mint
betartott ígéret. Így van
ez az énmárka esetében is.***



9. oldal

***Fontos, hogy
a kapcsolódásokat valódi
tartalommal töltsük meg.***



10. oldal

Énmárkája mindenkinek van, azonban csak kevesen alakítják tudatosan. Az alábbi cikk segít eligazodni abban, mit jelent az énmárka, és összefoglalja, mire érdemes figyelni, ha tudatosan szeretnénk építeni a karrierünket és jobban megismernénk önmagunkat.

Széles Zsuzsanna

Personal branding

Personal branding, személyes márka, énmárka

A kifejezés Tom Peters, amerikai vezetési tanácsadótól származik, azonban a szakirodalom több tucat meghatározást tart számon. Jeff Bezos, az Amazon alapítója és vezetője szerint „énmárkánk egyenlő azzal, amit mások mondanak rólunk, amikor kilépünk a szobából”. Attól függően, hogy pályakezdő, tapasztalattal rendelkező álláskereső vagy vezetői pozíciót betöltő személyről, esetleg vállalkozóról beszélünk, az énmárka különböző elemei kapnak hangsúlyt. Mást jelent a személyes márka egy influencer, egy blogger, egy híresség és mást egy munkavállaló vagy vállalkozó szempontjából. László Móni énmárkaszakértő szerint az viszont minden esetben igaz, hogy az énmárka a karrierhez kapcsolódik, az egyénre fókuszál, és valamilyen módon a láthatóságról szól.

„Gnóthi szeauton” – Ismerd meg önmagadat!

Személyes márkánk akkor is üzen rólunk, ha nem törődünk vele, csak akkor nem biztos, hogy támogat minket. Neked is van énmárkád! Az énmárka automatikusan kirajzolódik, személyiségünk és viselkedésünk egésze egyértelműen hatással van a környezetünkre, bizonyos részei azonban nehezebben tudatosíthatóak.

A tudatosítás egy hosszabb folyamat, ami sok munkával jár. Az energiabefektetés nem megúszható, viszont megtérül. Fogd fel ezt egy izgalmas önismereti kalandként!

A személyes márkád inkább szóljon valódi erősségeid és eredményeid láttatásáról, semmint egy hamis kép öncélú mutogatásáról.

Önmagad ismerete, elfogadása és felvállalása saját egyediségeddel együtt erő, ami sugárzik. Nagyon fontos kiemelni, hogy az énmárka tudatos formálása során nem kell *(és nem is lehetséges)* tökéletessé válnod! Arra bátorítunk, légy olyan, amilyen vagy, találd meg a saját karaktered. Légy „valamilyen”, akkor is, ha ez megosztja a környezeted. Ha mindenkinek meg akarsz felelni, „semmilyen” leszel, és éppen az egyediséged vesz el. Ez nem megy egyik napról a másikra, egy folyamat, melynek alapja az önismeret.

What's your superpower?

Mindannyian egyediek vagyunk, erről árulkodik az ujjlenyomatunk, a hangunk, az íriszünk, a DNS-ünk. Mindenkinek vannak adottságai, képességei, mindenkinek van érzéke valamihez. Törőcsik Mária *Self-marketing* című könyvében úgy fogalmaz, hogy „egy ember formálisan egyértelműen megfelel a márka kritériumának, hiszen azonos önmagával, és határozottan elkülönül, megkülönböztethető más emberektől”. Találd meg a saját erősségeidet, és építs rájuk!

Mindenki egy zseni. De ha egy halat az alapján ítélünk meg, hogy milyen jól tud fára mászni, egész életét úgy fogja leélni, hogy ostobának hiszi magát.

Albert Einstein

Mindez persze akkor az igazi, ha természetesen megy. Nem kell nagy dolgokra gondolni, és nem cél, hogy vágyott, de idegen tollakkal ékeskedjünk. Nem kell magadra erőszakolnod elvárt mintákat, a hitelesség és önazonosság jobban hatnak, mint bármilyen felvett szerep.

Találd meg a helyed

Az erősségeid tudatosítása mellett gondold végig azt is, milyen **értékrend** szerint működsz a világban.

- > Mi érdekel, mi motivál, mi a fontos számodra?
- > Milyen elvek mentén éled az életed?
- > A munkában neked mely dolgok számítanak?
- > Hogyan szeretsz dolgozni? Milyen számodra az „álommelő”?
- > Milyen elvárásaid vannak a munkahelyedet illetően?
- > A karrieredet érintő döntéseidben milyen tényezők játszanak szerepet?

Van, aki személyiségénél fogva bohém alkat vagy éppen kreatív elme, és egy startup vállalkozásnál vagy egy reklámügynökségnél találhatja meg a neki való állást, más pedig egy pénzügyi szolgáltató vagy adótanácsadó cég hivatalosabb nyelvezetű, hierarchikusabb világában érzi inkább jól magát. Van, aki csapatjátékos, van, aki magányos farkas. Van, aki globálisan átlátja a dolgokat, és stratégiában gondolkodik, van, aki az aprólékos részletekre figyel. Egyik sem jó vagy rossz, mindegyiknek van előnye, és mindegyikre szükség van, csak máshol, máshogy.

Megkülönböztető jegyeink ismerete nem tesz minket automatikusan márkává, ehhez önmagunkról és a saját életpályánkról, karrierünkről történő koncepcionális és stratégiai gondolkodásra van szükség. Marketingelveket személyekre csak óvatosan szabad alkalmazni, mert alapos önismeret nélkül ez veszélyes lehet. Emberek vagyunk

és nem árucikkek! Nem cél, hogy „eladd magad”, nem cél, hogy idealizált (*így hamis*) képet mutass magadról, nem cél, hogy letagadd az „árnyékos oldalad”. Egyébként, gondolj bele, jellemzően az olcsóbb utánzatok a kereskedelmi cikkek piacán sem tudják hozni minőségben azt, amit a valódi márkák igen. Nem attól lesz valami márkás, hogy ráírják a márkanevet.

A márka nem más, mint betartott ígéret

A márka nem más, mint betartott ígéret. Így van ez az énmárka esetében is.

Ha tudjuk, kik vagyunk, tudjuk, mit akarunk, és ezt el is tudjuk mondani magunkról másoknak, akkor könnyebben megtaláljuk saját helyünket a világban, a számunkra ideális munkahelyet és azt a szakmai pályát, melyen hosszabb távon is elégedettek és boldogok lehetünk.

Az időtök véges, ne pocsékoljátok arra, hogy mások életét élitek. Ne bénítson meg titeket a dogma, hogy mások elvei szerint kell élnetek. Ne hagyjátok, hogy mások véleménye elnémítsa a hangotokat. És ami a legfontosabb: bátran kövessétek a szíveteket és a megérzéseiteket. Mert azok már tudják, kik is akartok lenni valójában. Minden egyéb másodlagos.

Steve Jobs

a Stanford Egyetem diplomaosztóján
elhangzott beszéde (2005. június 12.)

A márka nem más, mint betartott ígéret

Be future-ready!

Leendő munkavállalóként nem csak az intelligenciára és szakmai tudásodra lesz szükség. Gondold végig, a te szakmai területeden mely skillek fontosak, és tudatosítsd, hányadán állsz velük. Ha szükséges, fejlesztheted kommunikációs készséged, megtanulhatsz stresszkezelési módszereket, foglalkozhatsz time-managementtel, fejlesztheted együttműködési készségedet, asszertivitásodat, érzelmi intelligenciádat, gyakorolhatod a „small talk” alkalmazását, vagy éppen végiggondolhatod, tudsz-e nemet mondani, ismered és tiszteled-e a saját határaidat.

Álláskeresőként az énmárkaépítés folyamatának egyik momentuma a **bemutakozó anyag készítése**. A CV, a motivációs levél, a bemutatkozó videó vagy az interjún az élő bemutatkozásod azért fontos állomásai az álláskeresésnek és a kiválasztási folyamatnak, mert legtöbbször ezek alakítják ki rólad másokban az első benyomást.

Ahhoz, hogy fel tudd hívni magadra a figyelmet, hogy önazonos, érdekes, hiteles és ütős információkat adj át magadról, szánj elegendő időt *(az önismereti alapozásra, majd)* ezen anyagok elkészítésére. **CV**-det érdemes kompetencia alapú, az erősségeidet hangsúlyozó önéletrajzzá alakítani.

A **motivációs levélben** is mutasd meg magad! Álláskeresőként sokszor nyűgnek érezzük a motivációs levél megírását, és abból próbálunk kiindulni, hogy mi lehet a munkaadók elvárása. Nem ez visz előre! A vélt elvárásoknak való megfelelni akarás helyett válaszd az őszinteséget, hogy a másik fél ahhoz tudjon kapcsolódni, aki Te igazából vagy, és ahhoz, ami téged valójában mozgat. Itt is él az a szabály, hogy inkább légy valamilyen, mint semmilyen. Sokat segíthet a felkészülésben, ha akkor is írsz motivációs levelet, amikor nem elvárás. Előbb-utóbb beszélned kell róla, és ebből a szempontból később még jól jön, ha jelentkezés előtt átgondolod a motivációidat. Ráadásul összeszedett gondolataidat felhasználhatod a CV-d elküldésekor kísérő szöveggént is.

Álláskeresőként és munkavállalóként is **légy igényes a megjelenésedre, viselkedésedre**. Tájékozódj, hogy a *(leendő)* munkahelyeden vagy a szakmai közegedben ezen a téren vannak-e követendő normák, és nézd át, mit jelentenek a különböző dress code-ok. Járványmentes időkben tárgyalásokon, fogadásokon, kongresszusokon, üzleti vacsorákon, prezentációkon, tréningeken is kerülhetsz olyan társas helyzetekbe, amikor jó, ha tisztában vagy az elvárt viselkedési mintákkal, ha pedig szükséges, ismered a protokolláris szabályokat.

Az énmárka szempontjából fontos, hogy a **szaktudásod** naprakész legyen, ezért, ha van rá lehetőséged, olvass szaklapokat, kövess szakportálokat és tematikus csoportokat. Figyeld a szakterületed

trendjeit, iparági változásait, képezd magad, vegyél részt a szakmai irányultságodnak megfelelő konferenciákon, workshopokon, kongresszusokon, légy képben az iparági változásokat illetően.

Az ember társas lény, kapcsolatrendszerünk kisgyerekkorunktól meghatározó fontosságú, és ez végig kíséri az egész életünket. Személyes és szakmai kapcsolódásainkat egyaránt tudatosan kell építenünk és ápolnunk, akár a digitális térben, akár *(ha lehetőség van rá)* offline, igazi találkozásokon keresztül. Ez persze nem csak az ismerősök vagy követők számát jelenti. A kapcsolati háló nem mennyiségi, hanem minőségi szempontból fontos. Építeni úgy tudod, ha mersz kapcsolódni, ha meg mered mutatni magad, ezért arra biztatunk, hogy amikor újra lehetőség nyílik a személyes találkozásokra, merj odamenni másokhoz beszélgetni. Merd megmutatni az emberi oldaladat is, azt, hogy téged mi érdekel, neked mi a fontos. Vállald fel önmagad, és ezt mutasd meg másoknak is, a személyes kapcsolódásaidon keresztül. Steve Jobs szavaival élve: „Maradj éhes, maradj bolond.” Legyél éhes arra is, hogy téged ki érdekel.

Fontos, hogy a kapcsolódásokat valódi tartalommal töltsük meg.

Biztos, hogy jelen vagy a digitális platformokon *(Google, LinkedIn, Facebook, Instagram, saját blog stb.)*, de nem mindegy, hogy hogyan. Van már digitális szakmai profilod? A szakmai pályafutásod

szempontjából hogyan képviseled magad a digitális felületeken? Szétválasztod-e személyes, magánemberi jelenlétedet és a szakmai aktivitásokat? Ha beírod a neved a keresőbe, mit dob ki? Mi a privát emailcímed, és mit üzen rólad? Szakmai életutad elején például a kismaszat28@ már nem megfelelő. Hogyan írsz levelet? Hogyan írod alá? Levelezésedben, a kapcsolattartás írott verziójában is tudd és merd megmutatni, hogy szakmai szempontból ki vagy. Büszkeséggel, de alázattal, reálisan. Egy kezdő, háromfős vállalkozásban dolgozva ne hívd magad CFO-nak, de a valódi értékeket nyugodtan láttathatod.

Ha portfóliókarrier építésében gondolkodsz, és egyszerre több területen és több szerepben vagy aktív, akkor különösen figyelj arra, hogy összhangban legyen a kommunikációd.

Az énmárka-építés folyamatának tehát számtalan aspektusa van. A legfontosabb üzenetünk ezzel kapcsolatban az, hogy szánj időt magadra és a szakmai terveidre, legyen egy önismeretre épülő, átgondolt és tudatos stratégiád a saját szakmai életpályád menedzselésével és fejlesztésével kapcsolatban. Bátorságot és kitartást kívánunk ehhez a munkához!

További inspirációt a témában itt találsz 

László Móni és a [Personalbranding.blog.hu](https://personalbranding.blog.hu)

Purkiss, J. - Royston-Lee, D. (2014): Énmárka, Tedd magad eladhatóvá!

HVG Kiadó Zrt., Budapest

Papp-Váry Árpád - Hajnal Mónika - Czeglédi Csilla: A személyes márkázás hatása a karrierépítésre. Egy egyetemi hallgatók körében végzett primer kutatás eredményei.

Új Munkaügyi Szemle, I. évfolyam, 2020 / 1. szám

Törőcsik, Mária (2017): Self-marketing. Személy és marketing kapcsolatok.

Akadémiai Kiadó, Budapest, online változat, mersz.hu