

BRAND NEW YOU

HOE JE
VAN JEZELF
EEN
SUCCESVOL
MERK
MAAKT



Tekst Wendy van Poorten ▼ Illustratie Hannah Barrow

Je zoekt een baan, aast op promotie of wilt voor jezelf beginnen? Dan kun je niet meer om de term *personal branding* heen. En nee, dat is niet stom of overdreven. Hooguit een beetje ongemakkelijk. Een spoedcursus.





Apple staat voor strak design, toegankelijkheid en vernieuwende concepten. En denk je aan Victoria's Secret, dan denk je aan stijlvolle lingerie, kwaliteit en vrouwelijkheid. Zie hier: twee ijzersterke voorbeelden van *branding*. Dat betekent dat beide merken een godsvermogen hebben geïnvesteerd in marketingteams, die eerst hebben bedacht om welke kernwaarden het merk bekend moest komen te staan en vervolgens alles op alles op hebben gezet om ervoor te zorgen dat dat ook gebeurde. Met succes: mensen staan in de rij voor de nieuwste iPhone. En iedereen weet dat lopen over de catwalk van Victoria's Secret voor een gemiddeld model de heilige graal is.

Het trucje slaat trouwens niet alleen op bedrijven: ook Hollywood-sterren en hun agenten *branden* erop los.

Gwyneth Paltrow transformeerde van Ex Van Brad tot Lifestylegoeroe en Leonardo DiCaprio probeert zich te profileren als Wijze Weldoener in plaats van Man Zonder Oscar (maar ondervindt daarbij wat hinder van zijn reputatie als Modellenverslinder). Door zich op een aantal speerpunten te richten, manoeuvreren *celebs* zich in het hoekje van hun voorkeur – of dat nou dat van de actievoerende, serieuze actrice is (Angelina Jolie en Emma Watson) of van de alles-promotende realityster zonder noemenswaardig talent (alle Kardashians).

HUH, WIE?

Nu duidelijk is dat *branding* voor merken en beroemdheden een slimme manier is om meer bekendheid te genereren, is het concept ook opgedoken in de gewone mensenwereld. *Personal branding* lijkt een soort toverformule die door experts te pas en te onpas wordt aangehaald als dé oplossing voor iedereen die verder wil komen op carrière-gebied. 'Profileer jezelf als merk' – dat idee. We horen je denken: moet dat echt? Ja dus. Want eigenlijk is het heel simpel: als je om iets specifiek bekendstaat, weten mensen je beter te vinden. En iemand die te duiden is, straalt meer kracht uit dan iemand van wie eigenlijk niemand weet wat hij of zij doet. Klussen en promoties gaan aan je voorbij als jij niet de eerste persoon bent aan wie leidinggevend en opdrachtgevers denken. Je kunt er dus maar beter voor zorgen dat je op hun netvlies gebrand staat.

Het klinkt natuurlijk een beetje suf: jezelf profileren op maar een paar punten. Want je bent zo veel meer dan 'deze eigenschap' + 'die deskundigheid' + 'deze kwaliteit'. En dat is ook wat tegenstanders van *personal branding* vaak zeggen: door jezelf als merk op de kaart te zetten, pas je slechts een verkooptechniek toe waardoor alle menselijkheid verdwijnt en iedereen alleen

Eerlijk delen

Bij *personal branding* zijn social media je beste vrienden, maar hoe zet je Twitter en co. het best in? Zes tips:

- ▶ Kies drie trefwoorden waarop je gevonden wilt worden, en laat die woorden overal – op je website, LinkedIn en andere media – terugkomen voor vindbaarheid.
- ▶ Zorg voor een sterke profielfoto. Op LinkedIn worden profielen met foto veertien keer vaker bekeken dan profielen zonder foto.
- ▶ Maak een cv aan in Google Docs – dit vergroot je vindbaarheid in Google.
- ▶ Draag een consistent beeld uit in alles wat je doet op social media. Straal uit: je moet mij hebben voor die klus.
- ▶ De ideale mix op Twitter is tachtig procent professionele tweets en twintig procent privé.
- ▶ Deel nooit iets over persoonlijke tegenslagen op de arbeidsmarkt of nog lopende sollicitatieprocedures.

BRON: 'WERK VIND JE MET SOCIAL MEDIA' DOOR AALTJE VINCENT (UNIEBOEK HET SPECTRUM € 17,50)

LinkedIn-profielen mét foto worden veertien keer vaker bekeken dan zonder foto

maar teleurgesteld kan worden. Aan de andere kant geldt dat we op werkgebied in een competitieve wereld leven waarin het gaat om de rest vóór zijn. Mensen moeten jóú weten te vinden en je willen hebben. Natuurlijk ben je meer dan alleen je 'merk', maar dat komt later wel. Als je eenmaal op de plek bent waar je wilt zijn en mensen ontdekken dat je nog meer in je mars hebt, zorgt dat er alleen maar voor dat ze nog blijer met je zijn.

BRAND LOS

Goed, *personal branding* zou je dus zomaar verder kunnen helpen op de carrièreladder. Maar hoe pak je dat aan? Wat is in hemelsnaam jouw 'merk'? Moet je je per se een gitzwarte boblijn laten aanmeten als je jezelf ziet als pittige zakenvrouw? En mag je nooit meer een

Wat trek je áán?

Een merk uitdragen, daar hoort ook bij dat je er samenhangend en 'eigen' uitziet. Stylist Merle Groeskamp legt uit hoe.

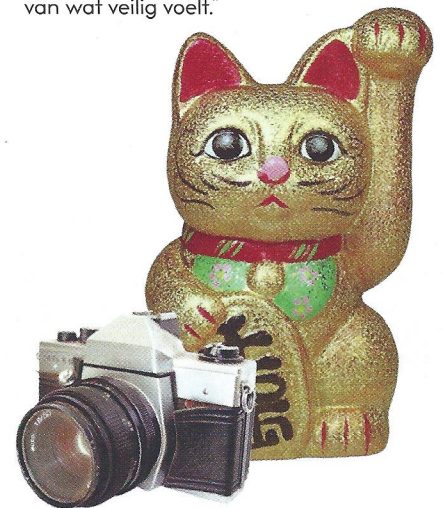
Wat is een eigen stijl? "Dat kan in van alles zitten. Voor de een in een karakteristieke bril, voor de ander in bloemenprints en weer een ander draagt altijd loeihoge hakken. Het hoeft niet extreem te zijn, maar wel een duidelijke keuze."

Hoe ontdek je die eigen stijl? "Die ontwikkelt zich. Kijk eens kritisch in je kledingkast. Leg alles opzij wat je al een jaar niet hebt gedragen. Wat overblijft, heeft vaak een bepaalde samenhang – dat is je huidige stijl. Die kun je uitbouwen."

Hoe? "Investeer in klassiekers. Mooie items die lang meegaan. Een jasje, een jeans, een tas. Als de basisitems goed zijn, kun je

daaromheen bouwen met goedkopere stukken die op dat moment hip zijn."

En het haar? "Je kapsel is enorm bepalend voor je stijl. Denk aan de meisjesachtige vlecht van Lauren Verster of de wilde krullen van Katja Schuurman. Ga op zoek naar een goede kapper met wie je een band kunt opbouwen. Die kan je nog weleens helpen om te ontdekken wat écht bij je past in plaats van wat veilig voelt."



kattenplaatje op Instagram posten omdat je dan niet serieus wordt genomen? Ontspan. Het valt mee. Jezelf positioneren kan ook in kleine dingen zitten. Als jij je mails meteen beantwoordt, zien mensen je als Betrouwbare Zakenrelatie. En retweet en becommentarieer je voortdurend nuttige artikelen over jouw niche op Twitter, dan word je vanzelf de Specialist. Ben je klaar met de Grijsje Muis-modus? Geef de kapper carte blanche of schakel hulp in van een stylist. En zoek je meer erkenning als Creatief Wonder? Volg de juiste mensen op Instagram en laat aan de hand van beelden van je eigen werk zien wat je waard bent. Kortom: *personal branding* is een kwestie van bepalen wie je bent, wat je sterke punten zijn en hoe je wilt overkomen, en vervolgens daarop voortborduren. Hoe je begint? We helpen je vast op weg.



Zzp'en: zo dus

Ga je voor jezelf beginnen? Juist dan is branding extra relevant.

Wat je wel (en niet!) moet doen:

DO

Specificeer duidelijk je product of dienst. Je bent 'administratief medewerker', geen 'duizendpoot'.

Realiseer je dat je merk pas na een paar jaar écht staat. Gun jezelf ook die tijd.

Laat anderen het woord voeren in een netwerkgesprek. Mensen voelen zich graag belangrijk.

Werk je LinkedIn-account bij. Je bereikt daar veel mensen met updates, helemaal gratis.

Ga aan de slag, ook al krijg je er nog niet voor betaald. Start een eigen project en doe ervaring op.

DON'T

Strooi niet met termen als 'ik ben een spin-in-het-web'. Veel te breed.

Blijf niet maandenlang hangen in de ontwerpfase. Die website en visitekaartjes werk je volgend jaar gewoon bij.

Je compleet laten ondersneeuwen. Vergeet niet om in elk gesprek kort de leiding te pakken en concreet te vertellen wat jij zou kunnen betekenen.

Investeer niet te veel in het lokken van mensen naar je website. Dat kost al snel veel geld en brengt niet altijd wat op.

Trap niet in de valkuil dat je vooral aan het vertellen bent dat je iets doet, zonder het daadwerkelijk te doen.

UIT: 'PERSONAL BRANDING VOOR ZZP'ERS' DOOR TOM SCHOLTE (UITGEVERIJ VAN DUUREN MANAGEMENT € 19,95)

Wie ben ik?

Personal branding is voor iedereen, vindt Nancy Poleon, die met haar bedrijf BrandedU een online personal branding-programma ontwikkelde. "Stel jezelf wat vragen. Waarvoor wil je dat mensen jou benaderen? Hoe wil je bekendstaan? En waarom? Als je daar zelf geen idee over hebt, dan heeft iemand anders dat ook niet.

Je zult dan niet zo snel nieuwe uitdagingen op je pad vinden.

Of je wordt in een hoekje geduwd dat niet bij je past. Let wel: zet geen masker op of ga geen dingen doen die niet bij je passen: Branding is juist jezelf profileren zoals je bent. Ga wel op zoek naar je voornaamste kwaliteiten: daarmee onderscheid je jezelf. En maak die talenten ook zichtbaar."

DEEL ÉÉN VAN HET PERSONAL BRANDING-SEMINAR VAN BRANDEDU VOLGEN IN AMSTERDAM? CHECK BRANDEDU.NL



94

procent van alle recruiters gebruikt LinkedIn om nieuw personeel te vinden.

BRON: JOBVITE



Zet geen masker op en doe geen dingen die niet bij je passen

Groot cv-onderhoud

Nog steeds zijn er vacatures. En nog steeds wordt er om cv's gevraagd. Als je dat ouderwets vindt, heb je gelijk. Maar toch kun je je cv 'van nu' maken. Zo bijvoorbeeld:

Buiten-de-lijntjes-type? Draai de pagina horizontaal. In de breedte kun je veel meer kwijt als je gebruikmaakt van kolommen.

Mag het wat meer zijn? Speel met lettertypes, kleurgebruik, kaders, randen, grootte – eigenlijk met alle functies die een tekstverwerkingsprogramma biedt. Kies geen standaardopties, maar voorkom wel dat het een kermis wordt.

All out? Als je echt wilt opvallen, maak je een *slick* filmpje waarin je de kijker meeneemt in jouw cv. Dit werkt overigens beter bij creatieve beroepen dan bij cv's waar voornamelijk kantoorbanen op staan.

Meer ideeën? Googel *resume design*, zoek een vriend of vriendin die goed is met ontwerpprogramma's en verbaas jezelf én je toekomstige baas.

Slappe handjes

En dan: op gesprek. Volgens Emily Harmsen van vacatureluurs.com is dit wat je moet doen:

Vorbereiden "Jezelf niet voorbereiden kan écht niet. Maar een beetje spontaniteit en improvisatie mag best. Als je alleen ingestudeerde antwoorden paraat hebt, lijk je een robot."

Binnenkomst "Kijk mensen aan en geef een stevige handdruk. Slappe handjes worden niet gewaardeerd. En denk aan iets positiefs voordat je naar binnen gaat, zodat je lacht."

Indruk "Binnen vijftien seconden is het eerste oordeel over je geveld. Zorg ervoor dat je er verzorgd uitziet."

Personal brand "Vraag je bij elk antwoord af: past dit bij het merk dat ik wil overdragen? Is wat ik zeg waar ik voor sta? Herhaal de vraag als je bedenktijd nodig hebt."

Positief "Wees nooit negatief over jezelf. Je hebt nooit iets 'slecht' gedaan, je hebt 'ervan geleerd'. En je hebt nooit 'niks' gedaan, maar jezelf 'op andere vlakken ontwikkeld.'"

'Nooit negatief zijn. Je hebt niet iets 'slecht' gedaan, je hebt 'ervan geleerd''

Die van die pen

- ▶ Laet altijd je visitekaartje achter, ook al is het geforceerd. "Hoi, wil je misschien mijn visitekaartje meenemen? Dan kunnen we een andere keer praten."
- ▶ Sluit elke e-mail af met een weetje, afbeelding of link naar een goed artikel. Hoe creatiever je beroep, hoe hysterischer het mag (daar komen de kattenplaatjes).
- ▶ Je *personal brand* zit ook in je gedrag. Weet dat je weinig punten scoort op de factor betrouwbaarheid als je afspraken vergeet, te laat komt of je slecht voorbereidt.
- ▶ Wees bij een netwerkgesprek niet bang om te laten merken dat je je in de ander hebt verdiept – zonder over te komen als een stalker.
- ▶ Iedereen is altijd op zoek naar een pen. Zorg ervoor dat jij er standaard eentje bij de hand hebt. Mèt je naam erop. Mogen ze houden...

