

01/2005

Xây dựng **THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN**

LANTABRAND

298 A, Nguyễn Tất Thành, Quận 4,

TP. HCM

ĐT: (+84.8) 9 411 146

www.lantabrand.com

Tạo dựng một thương hiệu cho cá nhân và làm cho nó trở nên chuyên nghiệp, thành công thì còn hơn là việc cố in một cái danh thiếp thật đẹp hay mặc một bộ trang phục thích hợp. Thương hiệu cá nhân thể hiện chúng ta là ai, nó sẽ giúp chúng ta tối đa hóa sự ảnh hưởng của mình đến những người sẽ giúp chúng ta thành công.

Thương hiệu cá nhân, nói cho dễ hiểu, đó là một tính cách riêng có thể thúc đẩy một nhóm đối tượng công chúng nào đó cảm thấy thích thú với giá trị, cũng như chất lượng mà tính cách đó thể hiện.

Xây dựng thương hiệu cá nhân là cái cách làm cho người khác chấp nhận tính cách của bạn bắt đầu từ khi họ để ý đến bạn, có thể thông qua trong môi trường cá nhân hoặc trong môi trường công việc. Một thương hiệu cá nhân không phải là chính bạn, nó là sự phản ánh tính cách và năng lực của bạn. Nhưng không có nghĩa là bạn đang đánh mất chính mình, nó là việc định hình tính cách riêng vốn có của mình thích ứng với sự chấp nhận của một nhóm công chúng mà bạn muốn.

Vấn đề then chốt trong Xây dựng thương hiệu cá nhân là : Hãy vạch rõ chính mình thay vì để người khác làm công việc đó. Bạn phải có khả năng ảnh hưởng đến mọi người để họ chấp nhận bạn là ai theo cách mà bạn mong muốn dựa trên những điểm mạnh, những giá trị, những mục tiêu và những cá tính riêng của bạn.

Hãy thể hiện chính bạn và những gì bạn đại diện trước những người mà bạn cần phải tiếp xúc – đó là những nhóm công chúng mục tiêu, những người hàng xóm, gia đình, bạn học của bạn, thậm chí là cả với những người đi đường. Hãy làm như thể liên tục và thật tự tin. Như vậy là bạn đang thực hiện tốt công việc Xây dựng thương hiệu của cá nhân rồi đấy.



8 qui luật của Xây dựng thương hiệu cá nhân:

Qui luật của chi tiết hóa (specialization): một thương hiệu lớn phải tập trung thật chính xác và chi tiết vào chỉ một hoặc điểm mạnh chính, hoặc tài năng nổi bật nhất, hoặc thành tựu quan trọng nhất. Bạn có thể chi tiết hóa theo một trong những cách sau: năng lực, hành vi, phong cách sống, tầm nhìn ...

Qui luật của lãnh đạo (leadership): với một thương hiệu cá nhân, bạn phải có được quyền lực và sự tín nhiệm của nhóm công chúng của riêng mình, có tầm ảnh hưởng không nhỏ đến nhóm người ấy. Khả năng lãnh đạo xuất phát từ những tài năng tuyệt vời của bạn, vị trí hiện tại của bạn và sự công nhận của nhóm công chúng đối với bạn.

Qui luật của cá tính riêng (personality): một thương hiệu lớn phải được xây dựng trên nền tảng những cá tính và những thói xấu của cá nhân, nó phải bao gồm cả 2 thứ nêu trên. Nó là cách để tháo bỏ những áp lực mà Qui luật của lãnh đạo đã nêu: bạn thì luôn luôn tốt, nhưng bạn không phải là người hoàn hảo.

Qui luật của sự khác biệt hóa (distinctiveness): một thương hiệu cá nhân hiệu quả luôn cần phải được khẳng định là khác biệt đối với đối thủ cạnh tranh của mình. Nhiều nhà tiếp thị đã xây dựng những thương hiệu ở khoảng giữa (middle-of-the-road) vì không muốn làm mất lòng ai, cũng như muốn thu hút được đông đảo công chúng yêu thích. Thế nhưng cách làm đó làm cho thương hiệu

thất bại bởi trong một thị trường với nhiều thương hiệu, thì thương hiệu như vậy sẽ không được nhận ra.

Qui luật của sự dễ nhận dạng (visibility): để thành công, một thương hiệu cá nhân phải được gọi nhắc lặp đi lặp lại liên tục, cho đến khi nó tự động ghi dấu một cách có ý thức vào trong đầu của nhóm công chúng mục tiêu (target audience). Sự dễ nhận dạng tạo ra khả năng thừa nhận về chất lượng. Người ta cho rằng bởi vì họ phải liên tục thấy một người, và hiển nhiên người ấy sẽ trở nên nổi bật hơn và đáng tin tưởng hơn so với những người khác.

Qui luật của sự thống nhất (unity): một cá nhân ẩn sau một thương hiệu phải thống nhất và thực hiện theo đạo đức (moral) và hành vi (behavior) đã được xây dựng từ trước cho thương hiệu cá nhân đó. Lúc đó, tính cách cá nhân phải phản ánh được bản chất thương hiệu trong công chúng.

Qui luật của sự bền bỉ (persistence): bất cứ một thương hiệu cá nhân nào cũng cần thời gian để phát triển. Hãy kiên nhẫn chăm sóc cho thương hiệu cá nhân của bạn.

Qui luật của thiện chí (goodwill): một thương hiệu cá nhân sẽ được kéo dài hơn nếu cá nhân ẩn đằng sau thương hiệu ấy biết cách củng cố tốt thương hiệu. Cá nhân phải biết tạo ra một ý tưởng đầy thiện chí đối với công chúng mục tiêu của mình, để từ đó có được sự ủng hộ tích cực hơn từ họ.

Xây dựng thương hiệu cá nhân thường nhắm đến một số ích lợi như sau:

- Làm tăng khả năng nhận dạng (visibility) của bản thân bạn trước nhóm công chúng mục tiêu.
- Giúp bạn đạt được hiện trạng “top of mind” trong tâm trí của những người xung quanh.
- Tạo sự khác biệt rõ giữa bạn và những đối thủ cạnh tranh của mình.
- Thu hút thêm các nhóm công chúng mới, đồng thời duy trì quan hệ tốt với nhóm công chúng hiện tại.
- Dễ dàng được công chúng ủng hộ khi mở rộng sang những lĩnh vực kinh doanh khác.
- Thuận lợi hơn trong việc đạt được mục tiêu của cá nhân và mục tiêu công việc.
- Gia tăng sự tự tin của chính bạn.
- Làm tăng giá trị những gì bạn đã làm.
- Dễ thu hút và duy trì mối quan hệ tốt với những đối tượng tiếp xúc xung quanh mình.
- Gia tăng sự ủng hộ của mọi người đối với mỗi quyết định của bạn.
- ...

Tuy nhiên, xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ không có hiệu quả nếu:

- Bạn muốn che đậy sự bất tài của cá nhân.
- Bạn muốn dễ dàng nổi tiếng.
- Bạn muốn thành công mà không phải lao động vất vả.

Xây dựng thương hiệu cá nhân thật sự cần thiết cho bất cứ ai, từ những người mong đợi thăng tiến hơn trong công việc của mình, cho đến những doanh nghiệp đang hoạt động trong bất kỳ lĩnh vực nào, cụ thể hơn như những diễn viên, nhà đại diện (agents), kiến trúc sư, nghệ sĩ, vận động viên, luật sư, nhà viết văn, quản lý khách sạn, bác sĩ, nhà tư vấn, nha sĩ, cố vấn tài chính, người môi giới nhà, người làm tiếp thị, bác sĩ tâm lý, chuyên viên tư vấn bảo hiểm, nhà thiết kế thời trang, người làm truyền thông, nhiếp ảnh gia, chuyên viên buôn bán bất động sản, hướng dẫn viên du lịch, phát thanh viên, người học việc, người buôn bán lẻ, người tổ chức sự kiện... Nếu bạn có một nghề nghiệp, một công việc yêu thích để làm cũng như là một mục tiêu phần đầu trong cuộc sống thì việc xây dựng thương hiệu cho cá nhân bạn sẽ giúp bạn dễ dàng có được thành công hơn.



Bạn nên thực hiện xây dựng thương hiệu cá nhân khi:

- Khi bạn cảm thấy không được tín nhiệm với những thành tựu đạt được.
- Khi những người khác đang dần đạt những mục tiêu mà bạn cũng đã đặt ra cho mình (mà mình chưa đạt được).
- Khi mà bạn cảm thấy mình ngày càng đi chệch khỏi mục tiêu đã định ban đầu của mình.
- Khi bạn cần có một sự đột phá khỏi đối thủ cạnh tranh của mình.

Peter Montoya (sưu tập bởi Công ty Thương hiệu LANTABRAND)