

# 11 tips voor personal branding

Bron/gelezen: [www.mindsetter.nl](http://www.mindsetter.nl)

## Onderscheid je van de concurrentie

Volgens Philip Kotler is een merk (Engels: brand): “een naam, term, teken, symbool of ontwerp, of een combinatie hiervan, die bedoeld is om de producten of diensten van een aanbieder of groep aanbieders te identificeren en ze te onderscheiden van die van de concurrentie.”

## Het abc van personal branding

Personal branding is je beste versie creëren. Jezelf herontdekken en opnieuw in de wereld zetten. Wanneer je ervoor kiest jezelf als een personal brand te manifesteren, doorloop je een traject langs vier stations:

1. Je begint bij het normbeeld door te inventariseren hoe je momenteel binnen je werk invulling geeft aan alle gestelde verwachtingen. De wijze waarop je invulling geeft aan de verwachtingen over je gedrag, is bepalend voor de verandering die je wilt en kunt maken in je professionele leven.
2. De tweede stap is een heldere inventarisatie van waar je nu staat: je testbeeld. Wie ben je als privé-persoon? Wat heb je te bieden in je professionele rol? Ken je ware sterktes en maak je er voldoende gebruik van? Kortom: stilstaan en de balans opmaken aan de hand van een persoonlijke/professionele audit.
3. De derde stap is de resultaten van je inventarisatie te gebruiken voor het formuleren van je wensen en ambities: het ideaalbeeld. Hier is het devies: durf te dromen! Stel jezelf de vraag wat je werkelijk drijft in je werk, wat je altijd zou willen blijven doen. Laat je niet remmen door allerlei praktische bezwaren en creëer op de tekentafel je meest sterke versie.
4. De vierde stap en laatste stap is de meest concrete: je toonbeeld in de wereld zetten. Dit is het moment om achter de tekentafel vandaan te kruipen en er vol voor te gaan. Wat ga je verwezenlijken binnen je professionele context? Wat ga je doen om ervoor te zorgen dat je als sterke personal brand bekend staat?

Als je weet wat je eigen merk is – je weet wie je bent en wat je wilt – dan is het tijd om je merk in de markt te zetten. Hou bij het ontdekken en vaststellen van je eigen merk het abc van [personal branding](#) in je achterhoofd:

- Apart
- Betrouwbaar
- Congruent

## Elf tips

1. Zorg dat je persoonlijke merk gebaseerd is op je krachten, talenten, vaardigheden, passies en waarden. Het gaat te ver om te stellen dat het dan vanzelf gaat maar het motiveert enorm. Met ‘mindere’ uitgangspunten loop je teveel het risico te verslappen en het bijltje erbij neer te gooien.
2. Laat je oordeel over jezelf eens varen en kijk zo onbevangen mogelijk naar jezelf. Misschien is wat door anderen altijd als ‘lui’ bestempeld is wel de gave om goed na te denken en te analyseren. Dat

lijkt op luieren maar is in feite hard werken. Probeer jezelf zo helder en onbevooroordeeld mogelijk te zien. We nemen een hoop ideeën die anderen van ons hebben over, zonder dat ze per sé hoeven te kloppen.

3. Zet jezelf op de kaart voordat een ander het doet. Zorg dat je zichtbaar bent. Begin bijvoorbeeld een weblog over jezelf of over je expertisegebied en laat zien wie je bent.

4. Blijf echt. Er is niks mis mee om een beetje selectief te zijn in wat je over jezelf naar buiten brengt. Maar blijf een onvervalste persoon en forceer je niet om iets te zijn dat eigenlijk niet bij je past, of dat je niet waar kunt maken. Mensen hebben haarfijn in de gaten of het klopt wat ze voorgeschoteld krijgen.

5. Inspireer jezelf. Ga (en blijf!) ook op zoek naar mensen die jou tot voorbeeld zijn, die eigenschappen hebben die je bewondert. Ga na wat jouw hart sneller doet slaan, waar jij voor staat.

6. Heb geduld. Een sterk merk is niet zomaar gecreëerd. Je bouwt dit op met één steen per keer – daar is tijd voor nodig. Maar als het eenmaal staat dan staat het ook!

7. Concentreer je op je sterke punten. Ik geloof persoonlijk niet dat mensen zouden moeten proberen overal goed in te zijn. Richt je liever op je talenten, op dingen die min of meer vanzelf opwellen uit je innerlijke bron en breng dit voor het voetlicht. Je inspireert niet alleen jezelf maar ook de mensen om je heen met je authentieke liefde voor waar je mee bezig bent.

8. Wacht niet tot je de kans krijgt te laten zien waar je voor staat. Grijp kansen aan, roep je eigen projecten in het leven die weerspiegelen waar jij voor staat, publiceer over je vakgebied en jouw unieke kijk hierop. Deel je visie met mensen die je te spreken krijgt, luister geduldig en probeer te bedenken hoe je die persoon vanuit jouw persoonlijke merk zo goed mogelijk zou kunnen helpen.

9. Wees relevant. Zorg ervoor dat je vaardigheden en kennisgebied(en) aansluiten op dingen die nu aan de hand zijn in zakenland en hou je kennis en informatie op een fanatieke manier bij. Zorg dat je je regelmatig laaft aan informatiebronnen die voor jou van belang zijn en deel die kennis vervolgens ook met de mensen die je ontmoet, via je weblog, nieuwsbrief of website. Zo zorg je ervoor dat je van waarde bent voor mensen.

10. Zoek de balans tussen gul je gaven delen en een prijs zetten op je meerwaarde. Je kunt altijd informatie prijsgeven, iemand helpen met je kennis, een situatie verhelderen door je talenten. Zo bouw je je persoonlijke merk op, zonder dat je hoeft te wachten op een opdracht om je te bewijzen. Maar wees geen gratis dienstverlener; houd goed het evenwicht in de gaten. Iets van jezelf geven is zakelijk heel gezond, jezelf weggeven echter niet.

11. Wees niet bang om af te wijken van wat 'gewoon' en 'standaard' is, om de verwachtingen van anderen uit te dagen. Een beetje eigenwijs zijn is noodzakelijk om uniek te zijn en duidelijk af te tekenen tegen een achtergrond van mensen die zo ongeveer hetzelfde doen als jij.

schrijver: Cees Harmsen [www.mindsetter.nl](http://www.mindsetter.nl)