



*Brandul personal
și dimensiunile sale
în interacțiunile
sociale*

5 MAI 2023

BRANDING-UL PERSONAL

este **efortul sistematic** și conștient pe care îl faci pentru a-ți prezenta lumii **valoarea personală**, astfel încât să existe o **corespondență** între **valorile tale esențiale** și **imaginea pe care vrei să o**

- ▶ **imprimiti în reprezentarea socială** pe care ceilalți și-o construiesc despre tine.

Știința de a-ți pune în valoare punctele forte pentru a te autopromova într-un "univers" al pieței forței de muncă din ce în ce mai competitiv.

Autenticitatea

Valorile

Integritatea

**Componentele
esențiale oricărui
▶ brand personal**

Carisma

Încrederea

AUTENTICITATE

A

Fii ceea ce ești, fără să încerci să îți falsifici propriul brand, în speranța că ceilalți te vor simpatiza mai mult.

Dacă vrei ca ceilalți să știe cine ești, atunci fii consecvent(ă) în modul în care te prezinți.

Este obligatoriu să știi cine ești tu, întâi.

VALORILE PERSONALE ȘI INTEGRITATEA

Valorile tale sunt esența personalității tale și *caracteristicile "mărcii"* tale, pe care oamenii le vor asocia cu imaginea ta.

Este esențial să îți conștientizezi nucleul personal de valori, astfel încât promovarea acestora să fie consecventă și clară.

Integritatea ta reprezintă *consistența pe care o are sistemul tău de valori raportat la sistemul de valori universal uman*: adevăr, dreptate, libertate, frumusețe și iubire.

Succesul este important, dar atunci când acesta interferează cu nucleul de valori universal umane se transformă, mai devreme sau mai târziu, în eșec.



CARISMA ȘI ÎNCREDEREA

Carisma este cea care te diferențiază de competitori.

Sunt mulți alți oameni care sunt foarte buni în ceea ce fac,
așa că trebuie să găsești răspunsul potrivit la întrebarea:

”Prin ce mă face unic/unică, povestea mea, față de povestea altor oameni?”

Încrederea este o ”monedă” cu două fețe:

încrederea în tine și încrederea celorlalți în tine.

Ambele sunt constructe de natură psiho-socială.

Pentru a nu pierde timp prețios în viață, trebuie să te clarifici întâi care sunt **relațiile interpersonale** în cadrul cărora faci efortul de a construi aceste două structuri.

Atunci când te ții de cuvânt și oferi celorlalți ceea ce le-ai promis, fiind consecvent/consecventă valorilor și principiilor tale, încrederea devine un element esențial al brand-ului tău.

I,
ME,
MYSELF
BRAND

PAȘII NECESARI ÎN CONSTRUIREA UNUI BRAND PERSONAL AL (PRE)ADOLESCENȚILOR

Află **cine ești** cu adevărat, ce te face să fii autentic/autentică;

Definește-ți cât mai bine **rolul** pe care dorești să-l "joci" în acest sistem de relații interpersonale;



Reprezintă-ți cât mai clar **modul în care dorești să fii cunoscut/cunoscută** de către cei care sunt importanți pentru tine;

Optimizează-ți **amprenta socială** astfel încât imaginea ta să reziste în timp, atunci când iei o pauză;

Definește-ți cât mai bine **locul** în cadrul sistemului de relații interpersonale în care trăiești;

Deschide canale de comunicare personale cu toți cei care sunt importanți pentru tine și pentru sistemul de relații interpersonale în care trăiești.

EXERCIȚII DE BRANDING PERSONAL PENTRU (PRE)ADOLESCENȚI

1. FEREASTRA DORI

- Ce vreau să schimb la mine pentru a-mi asigura succesul?
- Resursele pe care mă bazez în vederea realizării schimbării.
- Ce îmi propun ceilalți să fac pentru a realiza schimbarea.
- Resursele de care cred ceilalți că dispun pentru a realiza schimbarea.



2.FEREASTRA JOHARI

- **Arena** (ceea ce știu despre mine și știu și ceilalți)
- **Zona oarbă** (ceea ce nu știu despre mine dar știu ceilalți)
- **Fațada** (ceea ce știu despre mine dar nu știu ceilalți)
- **Necunoscutul** (ceea ce nu știu despre mine dar nu știu nici ceilalți)

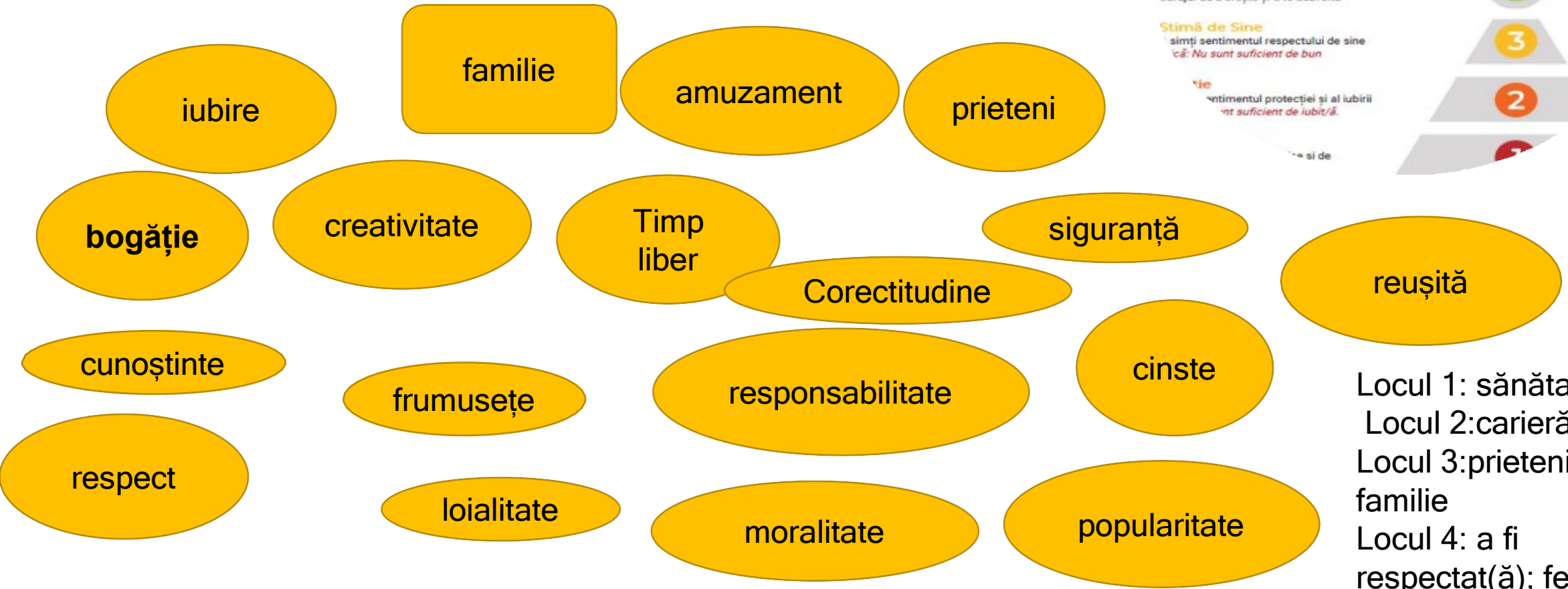


3.Exercițiul: "Povestea mea de succes"

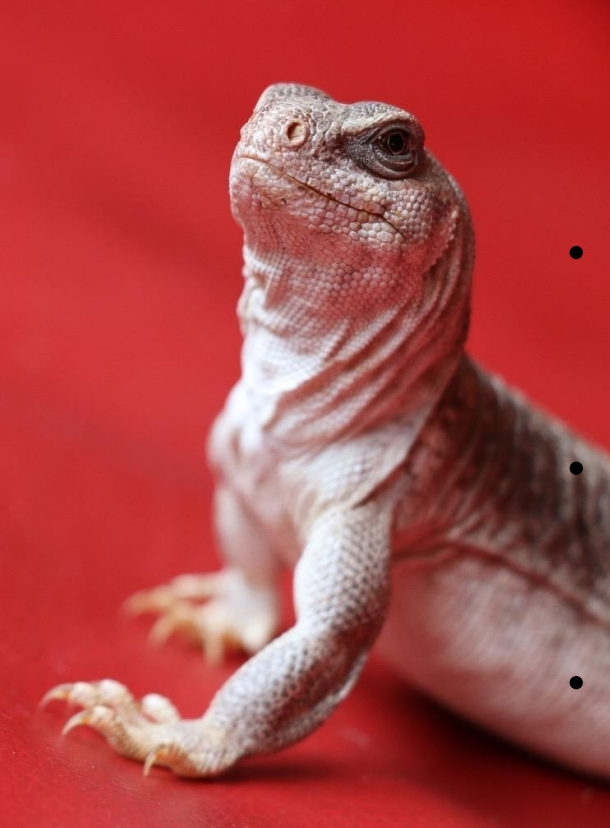
4. Exercițiul: "Cum ți-ar plăcea să se vorbească despre tine?"

5. Exercițiul Valorilor

- Valorile tale sunt credințe care definesc ce este cel mai important pentru tine și ele ghidează deciziile pe care le iei în viață



Locul 1: sănătate
Locul 2: carieră
Locul 3: prietenii, familie
Locul 4: a fi respectat(ă); fericirea



GREȘELI ÎN PROMOVAREA BRAND-ULUI PERSONAL

- **Lipsa autenticității** (Sindromul "mă ascund în mulțime ca să nu mă vadă nimeni când plec");
- **Lipsa poveștii personale bine spuse** (Sindromul "povestea mea este mai puțin interesantă decât povestea ta");
- **Obiective personale egoiste** sau antropocentrice (Sindromul "sunt un nemernic obsedat să se promoveze");
- **Lipsa consecvenței în promovarea nucleului personal de valori** (Sindromul "ce rost au credințele și valorile mele?");
- **Concentrarea atenției personale pe cantitate, nu pe calitate** (Sindromul "FoMo" *Fear of missing out*);
- **Suprasolicitarea / dependența de muncă** (Sindromul "job burn-out");
- **Lipsa de esență și claritate în transmiterea mesajelor de brand personal** (Sindromul "vreau și eu ce vor ceilalți");
- **Neconectarea cu persoanele care se dovedesc a fi interesate de brandul tău** (Sindromul "puiului de cuc");
- **Lipsa de autoevaluare a propriilor rezultate** (Sindromul "habar n-am ce fac");
- **Lipsa de încredere în sine și, deci, lipsa de încredere a celorlalți în tine** (Sindromul "dacă mă ceartă plângă").

EXERCIȚII DE BRANDING PERSONAL PENTRU ADOLESCENȚI

"Ce fără rost
Trăind,
Gândind,
De n-ai fi fost"
(Bacovia "Nihil")

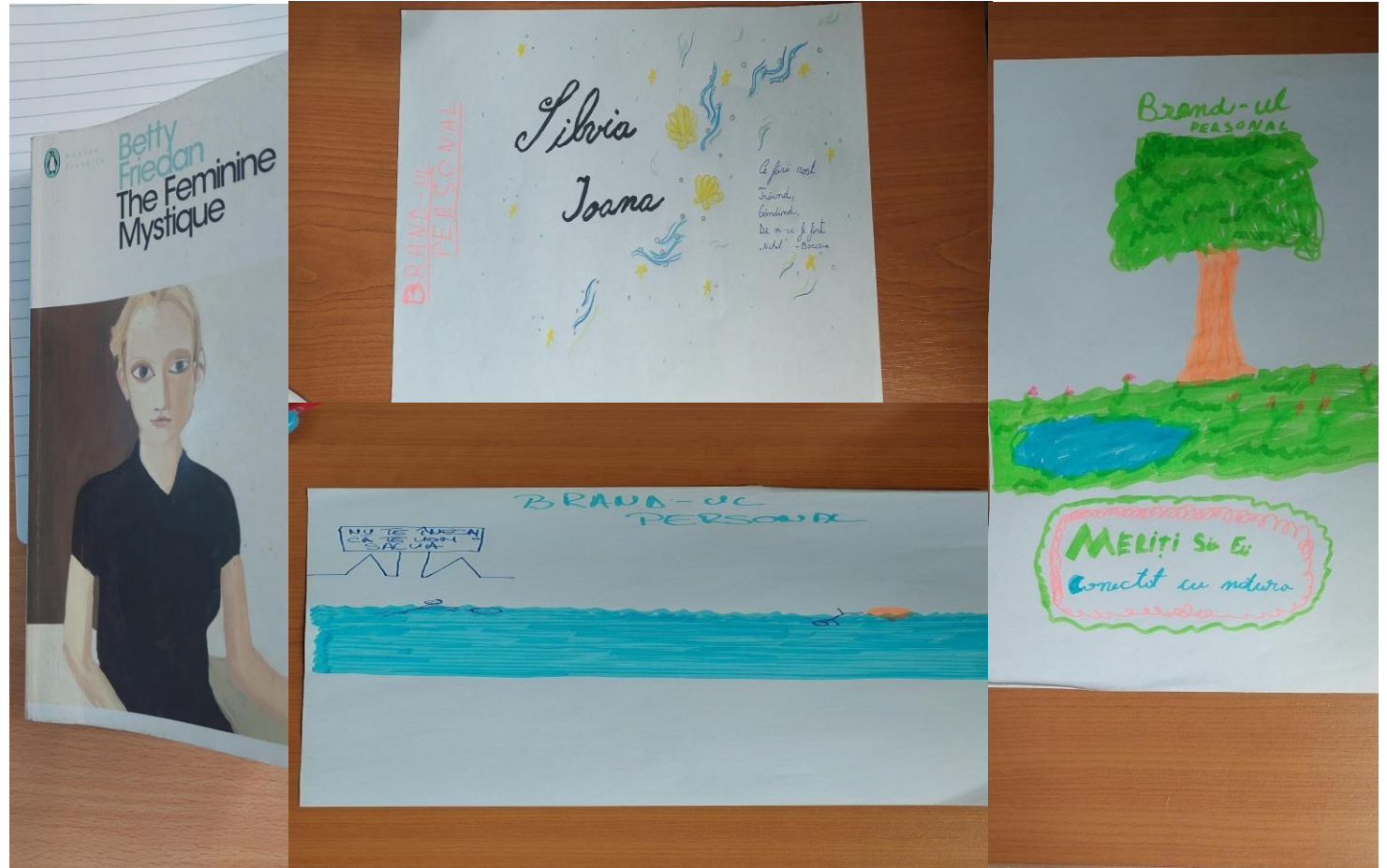
"Meriți să fii conectat
cu natura"
"Nu te îneca!
Că te vom salva"



• AFLĂ CINE EȘTI!

Adolescenții își pot defini mai bine imaginea personală, răspunzând la următoarele întrebări:

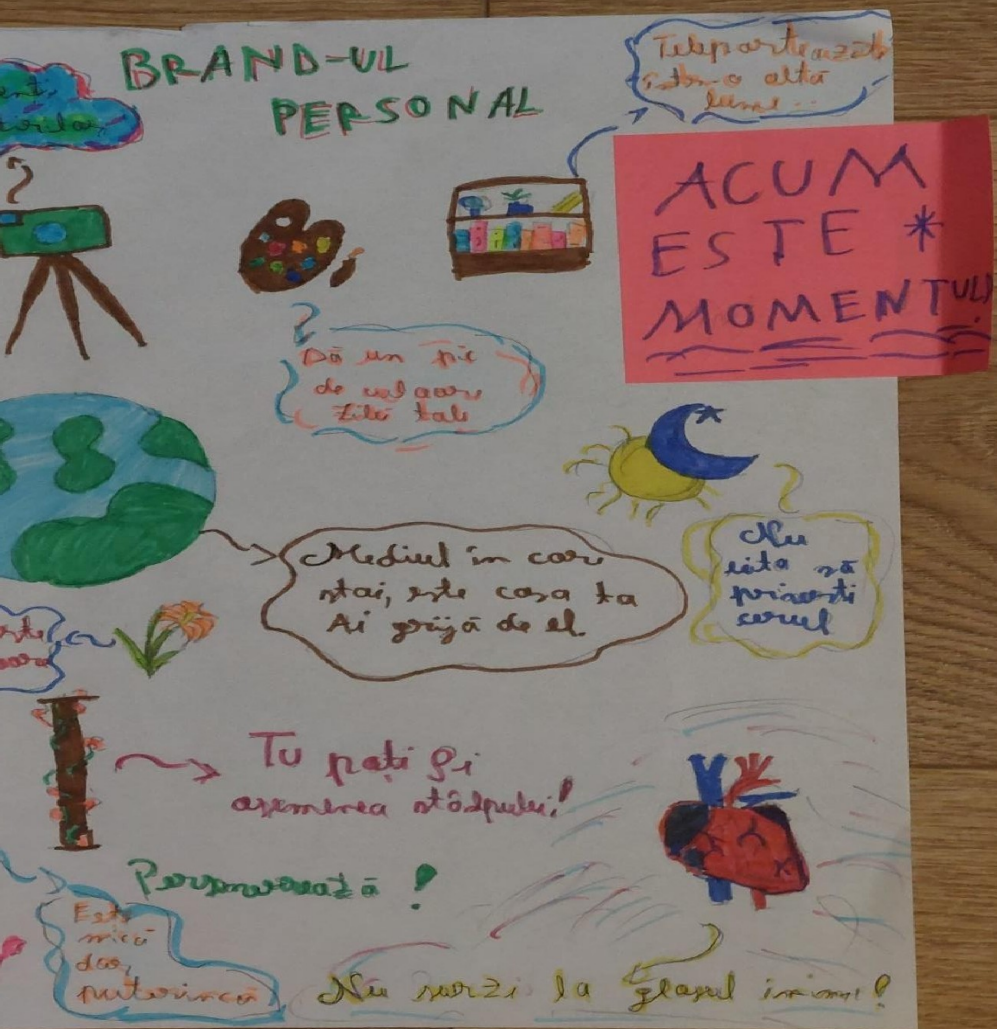
- Pentru ce mă complimentează familia sau colegii?
- Care sunt punctele slabe cu care mă "lupt"?
- Ce fel de sarcini/activități îmi consumă energia pe care ar trebui să o canalizez în mod eficient?
- Ce mă motivează pozitiv cu adevărat?





**"Nu există avere
mai mare decât un
prieten bun!"**

**RELAȚIILE DE
PRIETENIE ÎN ERA
INTERACȚIUNILOR
VIRTUALE**

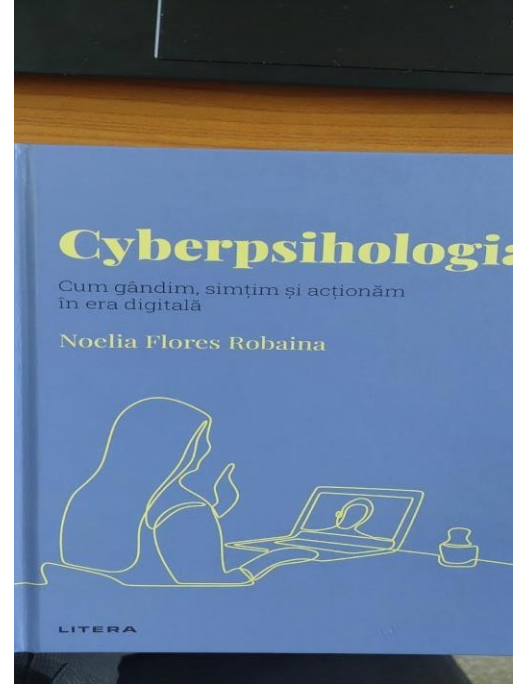
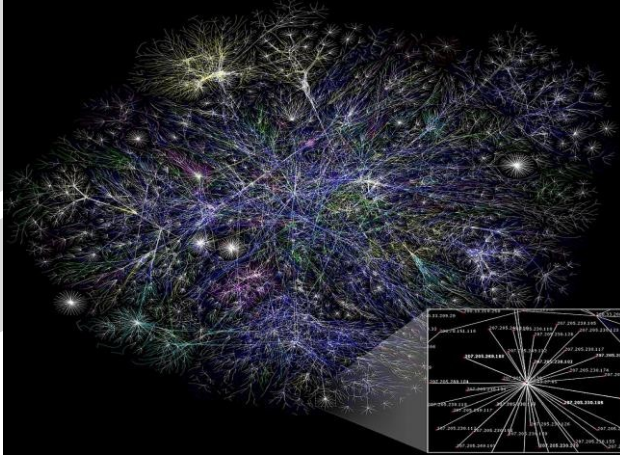




GENERAȚII... GENERAȚII...

GENERAȚII	Născută între...	Nr. exponenților	Valori și trăsături de bază	Educație	Stil managerial	Balanța viață personală/ viață profesională
Baby Boomer	1945-1964	76 mil.	Optimism, implicare, atitudine non-beligerantă, credință în egalitarism, etică de muncă	Un drept din naștere	Comandă și control	Necesită ajutor la acest capitol
X	1865-1981	45 mil.	Scepticism, distracție, echilibru, educație, pragmatism, adaptabilitate, loialitate față de management, independență	Un mijloc de a ajunge unde trebuie	Auto-coordonare	Necesară acum
Y	1982-1993	80 mil.	Realism, încredere, diversitate, moralitate, competitivitate, solicită atenție	O cheltuială	Colaborare	Totul ține de flexibilitatea la locul de muncă
Zoomer Z	1994-2010	23 mil.	Competențe tehnologice, conexiune globală, flexibilitate, toleranță față de multiculturalism	Nu merită	Colaborare	Inexactă

[Internet map 1024 - Social network - Wikipedia](#)

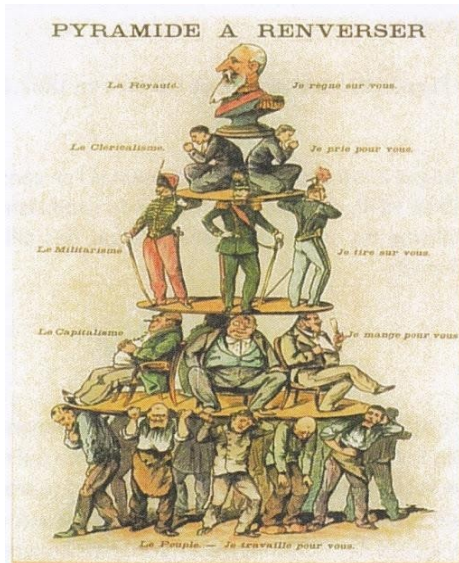


“

TEHNOFERENȚA”,

fenomen psihologic de luat în seamă

[Identity in a Cyber World with Sherry Turkle - Conversations with History - Bing video](#)



[Pyramide à renverser - Social structure - Wikipedia](#)

Regele Belgiei, Leopold al II-lea, anul 1900

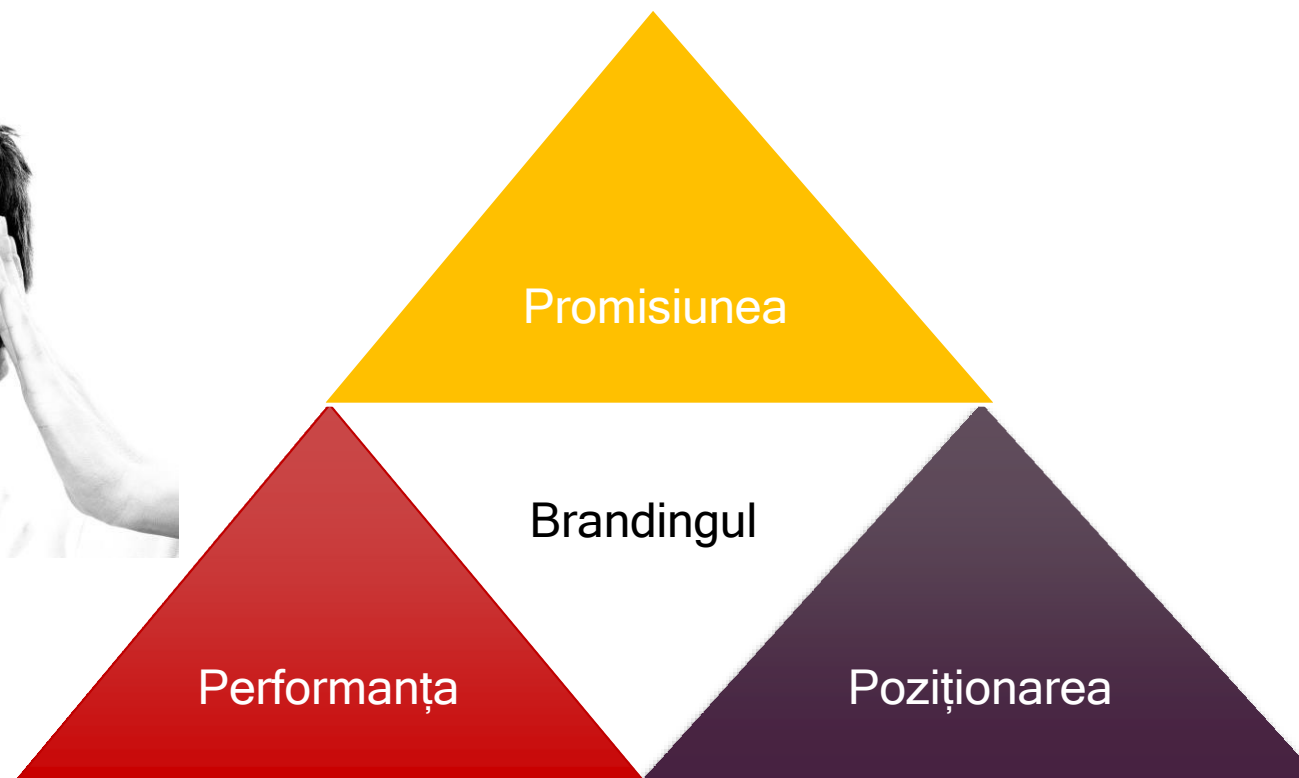


Termenul de **tehnoferență** provine din contragerea cuvintelor "tehnologie" și "interferență" creat de psihologii **Brandon T. McDaniel** și **Sarah M. Coyne** în 2016 pentru a se referi la întreruperea și interferența produse din cauza tehnologiei și care au consecințe directe asupra interacțiunii fizice și/sau emoționale a individului cu altă persoană.

Tehnoferența ar putea afecta calitatea conversațiilor și interacțiunilor personale. Diverse studii făcute pe acest subiect

au ajuns la concluzia că simplul fapt de a avea un telefon mobil la vedere (chiar dacă i-am oprit sunetul) ne afectează major calitatea conversației cu persoana pe care o avem în față.

Care sunt cei 3 "P" ai brandingului?



Promisiunea

Ce voi face?

“ -ce implică rolul de consilier școlar?

-ce nu este consilierul școlar?

-cine sunt?

-ce valori am?

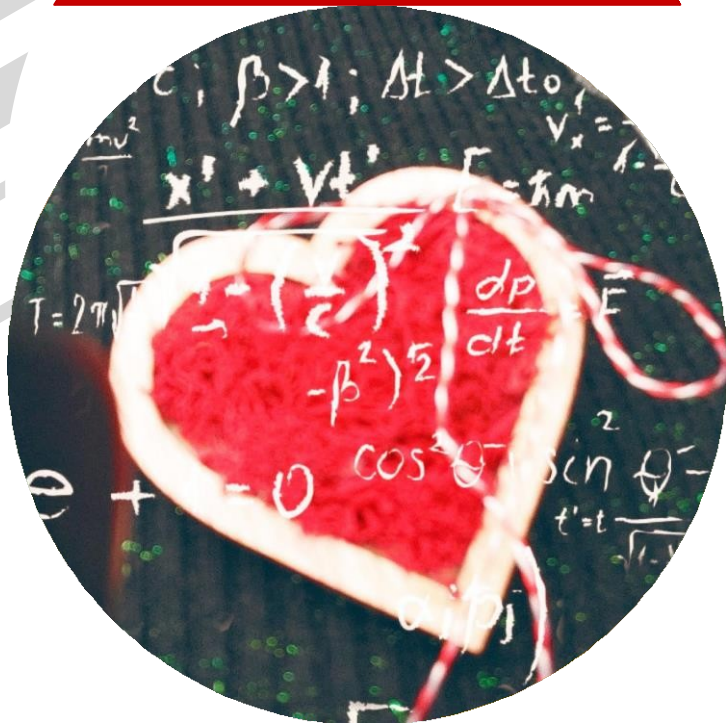
-ce viziune am?

-ce limite am?

-ce scop am?



Performanța



Cum voi face?

“

- cum voi obține succesul?
- cum îmi voi sprijini beneficiarii?
- cum vor fi puse valorile mele în practică?
- cum îmi voi construi viziunea?
- cum îmi țin promisiunea?
- ce implică o activitate reușită de consiliere?

Poziționarea

Cum îmi comunic unicitatea?



“

**comunitatea să-mi înțeleagă rolul?
-cum ajut beneficiarii, școala
-care este "amprenta" mea în viața**

și

**școlii?
-ce fac ca să fiu vizibil(ă)?
-cum mă recunosc ceilalți în
serviciile mele?**

Exercițiu de verificare a pierderii autenticității în favoarea rolului. (după Gabor Maté)

- La ce nu spun nu?
- Ce efect are asta asupra mea?
- Care este credința mea în legătură cu asta?
- La ce nu spun da?
- Ce efect are asta asupra mea?
- Care este credința mea în legătură cu asta?

LP@DD@AG





Surse de documentare și materiale de studiu

<https://www.bestjobs.eu/casual/2022/12/07/brand-greseli-des-intalnite/> <https://www.ding-personal-ce-inseamna-exemple-sfaturi-si-manuelaciugudean.ro/autenticitate-in-brand-personal/>

<https://www.hipo.ro/locuri-de-munca/vizualizareArticol/1957/Brand-Me-sau-cum-ne-ajuta-brandul-personal-in-cariera>

<https://www.academievie.ro/blog/strategia-de-personal-brand-in-online>

[Fa sa se vorbeasca frumos despre tine! - Feminis.ro, inspiratie zi de zi](https://www.feminis.ro)

<https://www.manuelaciugudean.ro/ce-este-brandul-personal>

