

Szikszai Tamás: Self-branding

A Hallgatói Karrierközpont Karrier 3x3 című előadás-sorozatának október 13-i előadója Szikszai Tamás pszichológus volt, aki online marketing ügynökség vezetőként az énmárkáról beszélt.

Az énmárka nagyon fontos a karriertervezésünk során, ugyanis ezáltal figyelnek fel ránk a munkaadók. Az énmárka egy ígéretben foglalja össze, hogy miért mi vagyunk a legjobb jelöltek egy pozícióra. Magyarországon kevesen alkalmazzák a tudatos énmárkaépítést, pedig segít kiemelkedni a tömegből, ugyanis a döntéshozók pár másodperc alatt határoznak. Ezt a szakember egy liftes példával szemléltette, mely szerint képzeljük el, hogy leendő munkaadónkat a liftben való utazás alatt kellene meggyőznünk alkalmasságunkról. Gondoljuk át, hogy mit mondanánk.

A tudatos énmárkaépítés legfontosabb lépése, hogy legyünk tisztában önmagunkkal, képességeinkkel, tudásunkkal. Az önéletrajz egy eszköze az énmárkánkhoz, ugyanis pontosan ezeket az információkat tartalmazza, és az egyéniségünkről is sok dolgot elárul. Az előadó szerint a jó önéletrajz rövid, lényegre törő, jól strukturált, igényes, egyedi.

Az önéletrajz mellett a LinkedIn is egy lehetséges felület a személyes márkáépítésünkhöz. A profil részletes kitöltésével és aktivitásunkkal hozzájárulhatunk, hogy gyorsabban ránk találjanak leendő munkaadóink. Posztoljunk tevékenységi körünkhöz kapcsolódó cikkeket, ezzel magunkra terelhetjük a figyelmet. Természetesen ez csak akkor fog jól működni, ha szakmai kapcsolatainkat is egyaránt bővítjük, akár szakmai közösségekbe, csoportokba is beléphetünk. Figyeljünk arra, hogy megjelenésünk is tükrözze szakmai komolyságunkat a profilképünkön vagy az önéletrajzunkon egyaránt. A jó brandünk megőrzése érdekében kerülnünk kell a szélsőséges megnyilvánulásokat és kompromittáló képeket közösségi oldalakon, hiszen ezeket leendő munkáltatóink is megtalálhatja. Ebből kifolyólag megtehetjük azt is, hogy inkognitó módban rákeresünk önmagunkra a Google-ben, így kapunk egy képet arról, hogy mit láthatnak rólunk.

A munkaadók keresik azokat a pályakezdőket, akik aktívan töltik a tanulmányi időszakukat, azaz releváns szakmai vagy önkéntes munkát végeznek, így nem lesz ismeretlen számukra a munka világa, és magabiztosabbak lesznek. Kérhetünk ajánlásokat oktatóinktól, vezetőinktől, hiszen ezzel alátámaszthatjuk alkalmasságunkat egy minket ismerő szakember által.

Mint azt az előadótól megtudtuk, a különböző internetes megjelenéseink mellett a személyes kommunikációnk minőségével is építhetjük személyes brandünket. A kölcsönös tiszteleten és a diplomatikus érdekérvényesítésen alapuló kommunikációs módszer, az asszertív kommunikáció ebben nagy segítségünkre lehet. Ezt a formát alkalmazva megoldást találhatunk érzelmileg terheltebb kommunikációs helyzetekre is. A módszer lényege, hogy egyértelműen fejezzük ki magunkat, egyértelműen mondjuk el az álláspontunkat, és a másik felet is hallgassuk meg, hogy egy „win-win” állapotot tudjuk elérni. Maradjunk távol a passzív vagy agresszív kommunikációtól. Nemcsak a tartalomra, hanem arra is figyelniünk kell, hogy milyen a hanghordozásunk, hova helyezzük a hangsúlyt, milyen hangerővel beszélünk. Uralkodjunk az esetleges érzelmi kilengéseken, őrizzük meg a nyugodt állapotunkat.

Összefoglalásként a magabiztos munkahelyi fellépésről is esett néhány szó. A kulcs a felkészültség és a saját erősségeink, korlátaink ismerete. Bizonytalan információkra alapozva ne menjünk bele egy vitás helyzetbe. Legyünk nyitottak a visszajelzésekre, fogadjuk megfelelően a konstruktív kritikákat. Figyeljünk rá, hogy empatikusan, építő módon fogalmazzuk meg véleményünket, mások számára adott visszacsatolásunkat, segítve ezzel mások fejlődését.

Az előadás egy fontos gondolattal zárult: „Az alapvető jogod a kommunikációhoz és az üzletszerzéshez minden fórumon fenn áll. A kérdés az, hogy kihasználod-e”.