Cum te ajuta comunicarea online (II) - Paul Olteanu

27/03/2012 15:11 by admin

v:* {behavior:url(#default#VML);} o:* {behavior:url(#default#VML);} w:* {behavior:url(#default#VML);} .shape {behavior:url(#default#VML);} Normal 0 false false false EN-US X-NONE X-NONE MicrosoftInternetExplorer4

/* Style Definitions */ table.MsoNormalTable {mso-style-name:"Table Normal"; mso-tstyle-rowband-size:0; mso-tstyle-colband-size:0; mso-style-noshow:yes; mso-style-priority:99; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; mso-padding-alt:0in 5.4pt 0in 5.4pt; mso-para-margin:0in; mso-para-margin-bottom:.0001pt; mso-pagination:widow-orphan; font-size:11.0pt; font-family:"Calibri","sans-serif"; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:"Times New Roman"; mso-fareast-theme-font:minor-fareast; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi;}

www.business24.ro/leadership/cursuri-pentru-manageri/branding-personal-cum-te-ajuta-comunicarea-online-ii-paul-olteanu-1510092 Sambata, 24 martie 2012 Â **Branding Personal: Cum te ajuta comunicarea online (II) - Paul Olteanu** Â

Â **In ultimul articol am vorbit despre importanta prezentei on-line si explicam cum, in timp, probabil ca internetul va fi principala piata de desfacere pentru cerere si oferta, nevoi si solutii, anagajatori si viitori angajati.**

Va recomandam in acel articol sa va construiti prezenta on-line si va propuneam 3 lucruri simple:

Cumparati-va un domeniu

Instalati un blog si incepeti sa scrieti pe el

Faceti-va cont pe toate retelele sociale importante

In articolul de astazi o sa vorbim despre: ***cum comunicam online in contextul brandingului personal.***

Esti ceea ce comunici

Daca ar fi sa retineti un lucru si numai unul din acest articol, va rog sa retineti urmatorul adevar: simplu si puternic... **suntem ceea ce comunicam despre noi**. Cum adica? Exact asa: suntem totalitatea perceptiilor pe care publicul nostru tinta le are despre noi. Iar perceptiile acestea se formeaza prin interactiunea cu noi si prin expunerea la comunicarea cu / sau despre noi.

Companiile investesc sute de mii, milioane sau zeci de milioane de euro in comunicarea brandurilor lor. Oamenii, din pacate, nu investesc aproape nimic. De ce? Pentru ca unii dintre noi avem senzatia ca e suficient sa fim foarte buni la ceva, sa facem o munca valoroasa si de calitate. Credem ca daca facem asta, o sa avem clienti si o sa fim pe harta lumii.

Daca ganditi asa, va pun urmatoarea intrebare: credeti ca Coca-Cola, cel mai vechi si valoros brand din lume a supravietui mai bine de un veac pentru ca are un produs exceptional, sau pentru ca investeste miliarde de euro in comunicare si in a ramane in mintea oamenilor?

3 reguli de comunicare in online

Scrie pe subiect. Scrie din domeniul pe care iti doresti sa fii cunoscut si platit.

Alege-ti o nisa. Alege-ti subiectul / domeniul care te pasioneaza, pentru care vrei sa fii cunoscut si platit si produ continut (text, foto, video etc.) in directia respectiva.

Exemplu: daca te-ai hotarat ca vrei sa fii cunoscut drep un formidabil expert in resurse umane, atunci recomandarea mea este ca macar 70% din continutul pe care il postezi (fie pe blog, sau pe retele sociale) sa aiba legatura cu resursele umane. De ce? Pentru ca oamenii care te urmaresc, te vor asocia cu domeniul respectiv si asta e un pas important in constructia brandului tau personal.

Scrie despre lucrul pentru care vrei sa te caute lumea.

Celelalte procente din comunicarea ta personala pot fi despre orice altceva vrei, atata timp cat continutul auxiliar nu

dauneaza bazei imaginii tale. Exemplu: daca lucrezi in investment banking si vrei sa construiesti un brand personal care sa genereze incredere, recomandarea mea este sa nu ai poze pe blog sau pe Facebook cu tine la pariuri, casino sau pe masa in club. (O sa radeti, dar sunt cazuri reale.)

Fii relevant. Rezolva probleme.

Odata ce ti-ai ales un domeniu, scrie lucruri relevante pentru publicul tau tinta. Posteaza continut care sa fie solutii la problemele pe care acesta le are.

Incearca sa filtrezi tot ce scrii prin 2 intrebari, puse in ordinea urmatoare:

Ceea ce urmeaza sa postez, ajuta pe cineva cu ceva? Rezolva vreo problema din domeniul meu de expertiza?

Iar daca nu, ce urmeaza sa postez adauga ceva util despre mine in mintea oamenilor?

Exemplu: incerci sa construiesti un brand personal in zona de consultanta financiara - scrie un articol despre "5 metode prin care orice firma isi poate eficientiza cheltuielile". Sau, incerci sa iti construiesti un brand personal ca antrenor de fitness - scrie un articol despre "ce sa mananci ca sa ai energie toata ziua si sa arati bine".

Relevanta inseamna sa adresezi **nevoi dureroase** ale publicului tau tinta. Scrie despre lucruri care-l dor si ofera-i solutii. O sa aiba incredere in tine si o sa cresti in utilitate si interes.

Scrie constant

Ochii care nu se vad se uita, iar brandurile care nu comunica se inlocuiesc.

Scrie (pe blog) si posteaza (pe Facebook, Twitter si / sau alte retele sociale) cu frecventa. In felul asta ai garantia ca publicul tau tinta e alimentat constant cu comunicare targetata si relevanta din partea ta, iar asta te mentine prezent in mintea oamenilor.

Iti recomand sa postezi macar odata pe saptamana pe blog si macar odata pe zi pe Facebook si / sau Twitter.

Mai mult decat orice altceva, trebuie sa intelegi ca in lumea de astazi in care suntem bobardati cu informatii din toate partile si in care concurenta se dubleaza de la o zi la alta, "Gandesc, deci exist!" nu mai e maxima zilei.

Astazi, traim in lumea lui: "Gandesc SI COMUNIC, deci exist!"

Paul Olteanu, Trainer si consultant pe branding personal si public speaking Â Sursa: Business24.ro