
VI KAO BREND

Velike kompanije dobro razumeju šta su i koliko su važni brendovi – o popularnosti kod nas dovoljno govore “Noći reklamoždera” i milioni koji se slivaju u kampanje i oglašavanje. U nekim slučajevima, brendovi su moćniji od vlada, i prepoznatljiviji od nacionalnih zastava. Danas u eri u kojoj caruje individualnost i autentičnost, vi sami treba da budete svoj brend, bez obzira da li ste na početku ili u nekoj drugoj fazi karijere.

Karijera se gradi, a ne čeka, zato je najbolje što ranije znati šta je to što u vama pokreće strast, koji je to posao na kome nećete jedva čekati petak. Ukoliko ovu viziju steknete tokom studija, tim bolje! Ako ne, nikada nije kasno da razmislite iznova šta je to što lično vas čini srećnim.

Ako ste rešili da se otisnete na neizvesan put zapošljavanja i menjanja poslova, ili otpočinjanja sopstvenog, dobro je da znate da karijera nije vaš podskup – karijera ste vi. I to treba da brendirate.

Kako postati brend?

Vreme je da savladamo lekciju velikih brendova, one zahvate koji uspevaju kod svakoga ko je zainteresovan da uspe na tržištu rada.

Posmatrajte sebe kao proizvod, bez obzira na godine, poziciju, bez obzira na industriju u kojoj se nalazite. I upravo ste vi taj koji treba da vodi brend-kampanju! Ono što vas čeka je da se umešate u tržište puno slobodnih agenata i izgradite svoj mikro-ekvivalent Najkiju ili Eplu, i nadate se dobroj sezoni. Dobra vest je da danas svako ima šansu da uči, poboljša svoje sposobnosti, izgradi veštine. Svako ima šansu da ostavi trag, baš kao što to rade revizorske kompanije (ko nije čuo za Meril Linč), restorani poput Mek Donaldsa ili odeća poput Zare.

Na početku, reč-dve o skromnosti: apsolutno je poželjno biti i na svom poslovnom putu ostati normalan. Međutim, na razgovoru za posao često nema nikoga ko bi umesto vas o vama pričao lepo, što mnogi ljudi zaborave. Istina, imaćete manje ili više formalne preporuke u kojima treće lice govori o vama, ali ako ste rešili da “prodate sebe” kao proizvod, budite spremni da, baš kao dobar PR, iskomunicirate glavne poruke svog brenda. Sami. Evo u kratkim crtama šta tačno može da vam pomogne na putu prepoznavanja onoga što je vaš brend i da vas ubrza.

Šta je u stvari brend? Brend je obećanje o vrednosti koja se sa njim dobija – poželjno se ono što je posejano. Budući da niste u stanju da kažete šta će da se desi u budućnosti, najbolje je da se usredsredite na sejanje pravog semena, dosledno ispratite proces i sačekate žetvu. Za početak, doterajte svoje ponašanje i fokusirajte se na ostvarivanje superiornih rezultata. Bez izuzetaka. Kako ovo budete više upražnjavali, navika da briljirate polako će se usaditi u vas i postati prirodna kao disanje ili krvotok. Ponašanje. I rezultati! Ovim ste postavili snažne temelje svoje budućnosti.

Budite najbolji u onome što radite: “Biti najbolji znači biti eminentni profesionalac, pouzdan prijatelj, strastven ljubavnik, opasan borac, kolega pun razumevanja i najbolji mogući čovek”. Angažujte se, predajte se poslu, učite, budite radoznali, istražujte i nikada, ali nikada, nemojte biti u prvoj brzini. Ma šta radili. Po čemu još želite da vas prepoznaju? Šta lično vas čini drugačijim u odnosu na ostale “proizvode”? Odaberite tri stvari. Makar tri. I budite dosledni u upražnjavanju ovih osobina – zapamtite da onog momenta kada postupite suprotno, srušili ste brend. Ispunjavajte dakle očekivanja bez izuzetka, ne dozvolite da se izgrađena reputacija sruši zbog nepažnje.

Važno: svoj lični zamah treba da održavate bez obzira u kojoj ste organizaciji i da li vaš šef to zaslužuje ili ne, da li vas plata dovoljno motiviše ili ne, i najvažnije: bez obzira da li kompanija ulaže u vas ili ne. Vi ste gospodar svog ličnog razvoja i čak i ako vam se ne dopada krov kuće u kojoj se nalazite, ništa vas ne sprečava da unutar nje vežbate i ostanete u formi. Vaša karijera je vaša stvar: budite slobodni da

kombinujete svoje talente i energiju za stvaranje sopstvenih prilika, a ne da se iscrpate u žudnji za jednim poslom i čuvate energiju za vreme kada ćete biti direktor marketinga ili prodaje.

Briljirajte odmah. Gde god da ste! Odnosno kako savetuje Džonar Nejder: “Bolje je da naučite da kuvate, nego da savladate samo jedan recept”. I još nešto: postati najbolji u onome što trenutno radimo ne znači da moramo da ostanemo u toj profesiji. Uspeh je u vama, a ne u vašoj trenutnoj poslovnoj poziciji, budite najbolji radi sebe, a ne radi menadžera. Sada, a ne kada dobijete idealni priželjkivani posao – ne dozvolite da osrednjost postane vaša specijalnost. Ovako će se uskoro (naravno, ne očekujte preko noći ništa) dogoditi da ne tražite više posao, već da prodajete svoju stručnost a to je znatno drugačija pozicija za pregovaranje o plati i uslovima.