

Personal Branding: Be Remarkable – hoe word jij een Paarse Koe?

WAT LEER JE?

- Samen met je collega's krijg je meer inzicht in jezelf.
- Je leert elkaar beter kennen en elkaar meer waarderen.
- Je leert hoe de klant over je denkt.
- Je leert hoe je in een team past.
- Je leert wat voor jou belangrijk is in je carrière.
- Je leert met een 'marketing bril' op naar jezelf als product te kijken.

WAT KRIJG JE?

- Je krijgt meer inzicht in jezelf en je team.
- Je krijgt je eigen persoonlijke brand.
- Je krijgt een krachtig middel in handen voor je verdere carrière.

Een merk gaat niet alleen over bedrijven, producten en diensten, het gaat net zo goed om de mensen die de service leveren. Zeker in de dienstverlenende industrie. Een klant is net een mens, en heeft zo zijn of haar voorkeuren. Vaak niet zozeer voor een bedrijf, maar wel voor de mensen die het product of de service leveren. Hoe zorg jij er nou voor dat jij degene bent waar de klant voor kiest?

Door op te vallen, door op-merk-elijk te zijn. Maar hoe werkt dat nou? Hoe word jij dat 'merk' dat opvalt? Wat weten jouw collega's van jou? Wat weet je manager van je? Het hebben van een goed doordacht personal brand helpt je in je carrière, men weet wat je wilt want dat communiceer je continu en constant na het volgen van deze workshop.

Amsterdam Soil baseert haar werk op de internationale marketing guru Seth Godin. Hij heeft het over de Purple Cow. De theorie hierachter is dat een koe een mooi en heel bijzonder en ingenieus dier is, maar in een wei van 100 koeien valt de koe niet op. Totdat er een koe tussen staat die paars is. Die valt op, daar heeft

men het over, daarnaar is men nieuwsgierig en raakt men niet uitgepraat. Hoe zorg jij er nou voor dat jij een Paarse Koe bent? Dat jij degene bent waar de klant om vraagt? Dat jij degene bent waarmee je collega graag wilt werken? Dat het herkenbaar is in de (interne) markt waar jij de expert in bent.

Ben jij degene waar men om vraagt?

In de workshop “Be REMARKABLE, hoe word jij een Paarse Koe” gaan we in op de diverse aspecten waarop jij je kunt onderscheiden en jouw persoonlijke merk kunt ontwikkelen. We gebruiken hiervoor het aloude marketingmodel van de 4P’s: product, prijs, plaats, promotie en de moderne 4C’s: Consumer needs and

wants, Cost to the customer, Convenience en Communication. Als we spreken over ‘de klant’ is dat zowel je collega als de betalende klant waar je voor werkt. Daarnaast gebruiken we beproefde modellen uit de personal development wereld. De workshop is gericht op het maken van jouw personal brand.

Product

Wie ben jij?

Wat zijn jouw sterke en zwakke kanten?

Wat is belangrijk voor jou?

Waar liggen jouw ontwikkelmogelijkheden?

Prijs

Welke prijs, welk tarief hanteer je? Hoe is deze prijs opgebouwd en hoe verhoudt deze zich tot de concurrentie.

Plaats

Waar ben je zichtbaar?

Hoe ben je bereikbaar?

Promotie

Hoe zet je jezelf momenteel op de kaart?

Wat wil je dat anderen van je weten?

Consumer needs and wants

Wat wil jij zijn voor je klant?

Wat heeft jouw klant nodig?

Cost to the customer

Welke waarde vertegenwoordigt jij?

Convenience

Hoe gemakkelijk ben je bereikbaar?

Waar vindt je klant jou?

Communication

Hoe communiceer je met je klant?

De workshop bestaat uit 3 delen: Inzicht krijgen, merk bouwen en een uitgewerkt personal branding plan

Deel 1: Inzicht krijgen

In dit onderdeel gaan we op onderzoek naar de elementen die jij bezit om jezelf te onderscheiden. Hiervoor gebruiken we de marketingmodellen 4P’s en 4C’s. We gaan aan de hand van informatie van jezelf, je collega’s en klanten op zoek naar hetgeen jou opmerkelijk maakt. Een zoektocht vol interessante inzichten waarvan je hierboven enkele uitgangspunten leest.

Deel 2: Merk bouwen

Nadat je in deel 1 een duidelijk beeld hebt gekregen van wie je bent en hoe anderen jou zien kunnen we gaan starten met het bouwen van jouw personal brand.

In dit onderdeel werken we aan de hand van een model om alle aspecten van jou als merk in kaart te brengen. Denk hierbij aan imago en identiteit, jouw persoonlijke huisstijl zowel in beeld als taal, hoe je communiceert met je markt, hoe je je kleedt, hoe je je presenteert op sociale media etc. Met alle inzichten uit deel 1 vorm je jouw persoonlijke personal brand.

Aan het einde van deel 2 ben je in staat om zelf een plan te ontwikkelen om jezelf als merk op de kaart te zetten.

Deel 3: Personal branding plan

In deel 3 brengen we dit in de praktijk en loop je de deur uit met een personal branding communicatieplan dat jou stevig op de kaart zet. Dit deel 3 doe je voor een groot deel zelf aan de hand van de tools die Amsterdam Soil je geeft. Daarbij krijg je in een 1-op-1 gesprek van 2 uur een op maat gemaakt personal branding advies waarmee je direct van start kunt gaan.