

KENDİ MARKANI YARAT ve YÖNET!

MARKALAR GİZEMLİ BİR BÜYÜYE SAHIPTİR. HEPİMİZ MARKALARIN BU BÜYÜSÜNE KAPILIRIZ. KABUL EDELİM VEYA ETMEYELİM, MARKALARIN ETKİSİYLE KARAR VERİRİZ. FİYAT, KALİTE VE TATMİN BEKLENTİSİ AÇISINDAN MARKAYA GÖRE BAZI ALGILARA SAHİBİZDİR. BİR EKMEKTE, BİR KÜLAH DONDURMADA YA DA LÜKS BİR ARABA MARKASINDA OLDUĞU GİBİ KİŞİSEL MARKA İÇİN DE DURUM BÖYLEDİR. DOKTOR, ECZACI, DİYETİSYEN, SATIŞ MÜMESSİLİ, AVUKAT, KUAFÖR, SİGORTACI, VS. TERCİHLERİMİZDE DE **KİŞİSEL MARKA** ALGISINA GÖRE KARAR VERİRİZ.



ONUR TUĞMAN / Marka ve Pazarlama Danışmanı, Eğitmen

Bir an için bu yazıya aravermenizi ve düşünmenizi istiyorum. Neden kapımızın önündeki eczaneyi değil de daha uzaktaki eczaneyi tercih ediyoruz? Ya da aynı uzmanlığa sahip doktorlardan birini, diğerine tercih ediyoruz? Kendimize daha yakın hissettiğimiz diyetisyeni, iletişimi daha sıcak olan veterineri, güler yüzlü satış temsilcisini, yardımsever eczacıyı tercih etmemizin bir nedeni var. Bazen, uzmanlığına bakmadan, kendimizi iyi hissettiren doktoru, diğerine tercih ederiz. İşte ürünler gibi kişileri de diğerlerinden öne çıkartan bu en önemli özellik; **marka değeridir**. Evet, kişilerin de birer marka değeri vardır. Kimi insan güçlü bir marka değerine sahipken kiminin sahip olduğu marka değeri de olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Peki, o halde kişisel marka nedir?

Nasıl oluşturulur?

Nasıl yönetilmelidir?

Güçlü bir kişisel marka değerine sahip olmak için neler yapmamız gerekir?

Gelin bu soruların cevabını birlikte irdeleyelim.

KİŞİSEL MARKALAŞMA

Kişisel markalaşmanın detayına inmeden önce **marka** ve **marka iletişimi** kavramları üzerinde netleşmemizde fayda görüyorum.

Marka, üründen, hizmetten ve şekilden öte bir kavramdır. Duygusal ve işlevsel algı bütünlüğüdür. Marka,

hedef kitle ile arada kurulan duygusal bir bağıdır. En temel haliyle, bir algıdır.

Marka iletişimi ise duygu transferidir. Marka ile insan arasında gerçekleşir. Markayı sevme, satın alma, tavsiye etme gibi davranışlara yönlendirmek için yapılan tüm algı çalışmalarıdır.

Kişisel marka çalışmaları, ön plana çıkmak için fark yaratacak faaliyetlerin neler olduğunu belirler. Ayrıca kişisel marka, kişinin davranışlarını da düzenlemektedir. Kişiyi zihinsel rahatlık verir. Sahip olunan yeteneklerin, değerlerin, tutkuların ifadesidir. Kişinin farkında olmadığı ihtiyaçlarını da ortaya çıkartır.

Genel ifadeyle kişisel marka, "kişinin sahip olduğu değerlerle; özü, sözü, imajı ile verdiği mesaj; yarattığı fark; kendine, işine ve ilişkilerine kattığı değerlere bağlı olarak oluşturulan bir kimlik tanımlamasıdır". Planlı bir şekilde oluşturulabilir ve dikkatli bir şekilde şekillendirilebilir.

Bu kapsamda kişisel markayı oluşturan temel 8 unsur şöyledir:

- Kişilik
- Değerler
- Yönetim becerileri
- İletişim
- Öz farkındalık (güçlü ve zayıf yanların farkında olmak)
- Kişisel imaj (giyim, konuşma, davranış vb.)
- Hedefler
- Fiziksel yapı

Kişisel marka olmaya giden yol, etkili iletişim ile başlar. Etkili iletişim de karşımızdaki insanları ve dış dünyayı anlamakla başlar. Kendimizi etkin şekilde aktarmakla da tamamlanır.

İnsanların bize karşı algıları tamamen bizim iletişim gücümüzle şekillenir. Bu nedenle kişisel marka oluşturma çalışmalarının önemli parçasını iletişim becerilerini geliştirme çalışmaları oluşturur. Bu amaca yönelik olarak kişilerin yazılı, sözlü ve sözsüz iletişim becerilerini geliştirmeleri gerekir. Kişisel markalaşma, insanların üzerinde kalite ve güven duygusu yaratır. Bu sayede de kişinin imajını

yükseltir ve daha yüksek bir değer algısı imkânı sunar.

Kişisel imaj denilince akla gelen, **başkalarının zihninde oluşan temsildir**. Bizim olmadığımız ortamlarda kişilerin bizim hakkımızda düşündükleri ve söyledikleri şeylerdir, diyebiliriz. Bu nedenle başarılı bir kariyer oluşturma da temelidir kişisel marka. Bu derece önemli olduğu için, insanlar üzerinde istemiş olduğumuz etkiyi tam anlamıyla bırakmamız gerekir. O sebepledir ki kendimizi, iletişimin tüm imkânlarını kullanarak olabildiğince doğru ve etkileyici bir biçimde ifade edebilmeliyiz.

Ürettiğimiz somut ve soyut değerlerin karması imajımızı destekler. Bilgi ve deneyimimizin yanı sıra duruş ve giyim tarzımız hatta kullandığımız parfüm dahi marka imajımıza olumlu ya da olumsuz katkı sağlayan unsurlardır. Bu yüzden bazı durumlarda marka imajımız deneyim ve uzmanlığımızın önüne geçebildiği gibi bazı durumlarda geriye de düşebilir.

İMAJ HER ŞEY MİDİR?

Kişisel imaj, kişinin kendisinin ve başkalarının zihnindeki oluşan algılardır.

Tüm bunların yanı sıra yarattığımız imaj ya da algı sayesinde uzmanlık alanımız olmayan konularda dahi görüş ve düşüncemize başvurulabilir. Bu durum, hoş olduğu kadar bazı riskleri de içerir. Kontrolsüzce yarattığımız imajımız, beklentileri karşılayamayacağımız ölçüde büyüyebilir. İşte, bu noktada yarattığımız imajımız ve de buna bağlı olarak kişisel markamızı telafisi zor yaralar alabilir.

Bu yüzden imaj ve algımızın sınırlarını iyi belirlememiz gerekir. Marka imajımızın, bilgi ve becerimizin-*yönetebildiğimiz ölçüde*- nispeten önüne geçmesine izin verebiliriz. Fakat kesinlikle gerçekte olmadığımız biri gibi gözükerek imajımızın kontrolden çıkmasına izin vermemeliyiz. Her şeyi yapan içi boş bir süper kahraman algısı yaratmak yerine, sınırlarını net bir şekilde belirlediğimiz kişisel marka



çerçevesinde işlerimizi mükemmel şekilde yapmaya odaklanmalıyız.

Başkalarının kafasındaki kişisel imajımızı biçimlendirmenin ilk adımı, onların bizi nasıl algıladıklarını anlamaktan geçer.

Bu algı, bizim kendi markamızı nasıl konumlandırıdığımıza ve insanlara nasıl sunduğumuza göre de şekillenecektir.

Kişisel markalaşma sürecine girmeden önce bireysel özelliklerimizi, güçlü ve zayıf yönlerimizi net bir şekilde tespit etmemiz gerekir. Hepimizin güçlü ve zayıf yönleri bulunuyor. Markalaşma çalışmalarımızı doğru bir zemine oturtabilmemiz için bu yönlerimizi samimiyetle kabul etmemiz gerekir. Bunu kabul ettiğimiz ölçüde markamızın konumlandırmasını sağlıklı bir şekilde yönetebiliriz.

Güçlü ve zayıf yönlerimizi tespit ettikten sonra marka kimliğimiz üzerine düşünmeye başlayabiliriz. Bunu yaparken de marka kimliğinin bize yön, hedef ve anlam kazandıracak olan en önemli öğelerden bir tanesi olduğu aklımızın bir köşesine bulunmalıdır.

Güçlü yönlerimizi markalaşma sürecinde ön plana çıkaracağız. Tespit etmiş olduğumuz zayıf yönlerimizi ise geliştirme şansını bulacağız.

Üzerimizde taşıdığımız, kimliğimizde

bulunan adı-soyadı, doğum yeri, tarihi, ana-baba adı gibi bilgiler bizi nasıl diğer insanlardan ayırıyorsa marka kimliğimiz de bizi profesyonel hayatta rakiplerimizden ayıracak en önemli unsur olacaktır. Bu yüzden kişisel markamızı çok iyi tanımamız gerekir.

Marka kimliğimizi oluşturmakta zorlanıyorsak, işimizi kolaylaştıracak aşağıdaki iki soruyu kendimize sormamız faydalı olabilir.

- 1- Hangi konularda bilgi, deneyim ve uzmanlığımız var?
- 2- İsmimizin geçtiği ortamlarda hangi konuda uzman olduğumuzdan bahsediliyor?

Bu iki soruya verdiğimiz cevaplar üzerine düşündükten sonra marka kimliği öğelerimizi oluşturmaya başlayabiliriz. Bu sayede çok daha iyi bir marka kimliği inşa etmemizin önu açılacaktır.

Sahip olduğumuz bilgi ve uzmanlığımızın diğer insanlar tarafından bilinip teyit edilmesini de sağlamamız gerekir. Bu husus, kişisel bir marka olmak ve bir marka değeri yaratabilmemiz için önemli bir noktadır. Bu nedenle markamızı sağlam bir şekilde oluşturmak kadar etkin bir şekilde de yönetmek de gerekmektedir.

10 ALTIN ÖNERİ

İşte size kişisel markamızı oluşturmak ve onu sağlıklı şekilde yönetmek için 10 Altın Öneri:

1. Marka Olduğunuza İnanarak Başlayın.

Marka olduğumuza öncelikle bizim inanmamız gerekir. Sözel olarak ifade etmesek bile, hal ve hareketlerimizle ya da duruşumuzla bile çevremizdeki insanlara farkında olmadan birçok mesaj iletiriz. İletmiş olduğumuz bu sözsüz mesajlar da bizim kişisel markamız hakkında büyük ipuçları verir. Biz kendi markamıza inanmazsak oluşturmak istediğimiz marka imajına hiç kimse inanmayacaktır.

Kişisel markamızın çatısı altında üretmiş olduğumuz ürün ya da hizmetin nasıl algılanması gerektiğini anladığımız zaman stratejik kararlar almaya başlayabiliriz. Şu temel iki soru, planlama yapmamızı kolaylaştıran cevapları bize verecektir.

- İnsanların, ismimizi duyduğunda ne ile ilişkilendirmesini istiyoruz?
- Uzman olarak algılandığımız bir konu ya da markamızla ilişkilendirmek istediğimiz genel özellikler var mı?

2. Hedef Kitlenizi ve Rakiplerinizi Seçin.

Hedef kitlemizin kimler olduğunu öncelikli olarak belirlemek gerekiyor. Daha sonra da ideal müşteri profilini oluşturmalıyız. Müşterileri, işimizi tanımlayacak özel parametrelere bağlı olarak yaşları, meslekleri ve ilgili alanları gibi gruplara ayırın. Sektörü veya hizmet vermek istediğimiz alanı da net bir şekilde belirlemeliyiz. Detaylı araştırmalar yapmalı, kimlerin direkt ve dolaylı rakiplerinizi olduğunu belirlemeliyiz. Rakiplerde veya sektörde eksik olduğunu düşündüğümüz tarafları kendi markamıza eklemek için planlama yapmalıyız.

3. Marka Kişiliğinizi Belirleyin.

Markamızın karakterini tanımlayan bir **sıfatlar listesi** oluşturmak işimizi kolaylaştırır. Samimi bir marka mı olacağız yoksa resmi mi? Yenilikçi olarak mı algılanmak istiyoruz ya da geleneksel mi?

4. Marka Kimliğinizi Oluşturun.

Bir bütün olarak kişisel marka kimliği oluştururken kullanılan bazı araçlar vardır. Bunlar logo, slogan, markada kullanılan renkler ve grafik stilleri, ses ve ton, yazı tipi gibi. Marka kimliği ile oluşturulan tutarlılık o marka ve kuruma olan güvenilirliği artırır. Güçlü bir marka kimliği kurum prestijini de artırır. Hedef kitle ile duygusal bağ oluşturmada önemli rol oynar. Markanın hatırlanmasını sağlar.

5. Marka Hikâyenizi Yazın.

Bizim hikâyemiz ne? Güçlü bir marka olabilmek için güçlü bir hikâyemiz olmalıdır. Markamızla anlatmak istediğimiz hikâyeyi mükemmel şekilde tasarlamalıyız. Bu hikâye, hedef kitlemizin markamızla bağlantı kurmasını kolaylaştıracak. Bu nedenle kilit öneme sahiptir.

Hikâyeler, insanlara benzer hedefleri paylaştıklarını veya aynı fikirlere sahip olduklarını hissettirir. Güçlü kişisel markaların hepsinin net bir hikâyeleri ve tutarlı bir iletişimleri vardır. Birden çok tutku ve ilgi alanına sahipsek hikâye daha can alıcı hale gelir. Ortada birleşik bir konu var denilebilir. Ancak anlattığımız hikâyelerin birbirini

destekleyecek temel dayanakları olmalıdır.

6. Değer Yaratıp, Fayda Sağlayın.

Markamızla bağlantılı içerikler oluşturmamız gerekir. İçerikler takipçilerimizin ilgisini çekiyor olmalıdır. Üretmiş olduğumuz içeriklerle insanlara değer katabilmeliyiz. Kendimizi tanımladıktan sonra ortaya koyacağımız değerler ve bu değerler üzerinden diğer insanlara sağlayacağımız faydalar da marka değerimizi destekleyecektir.

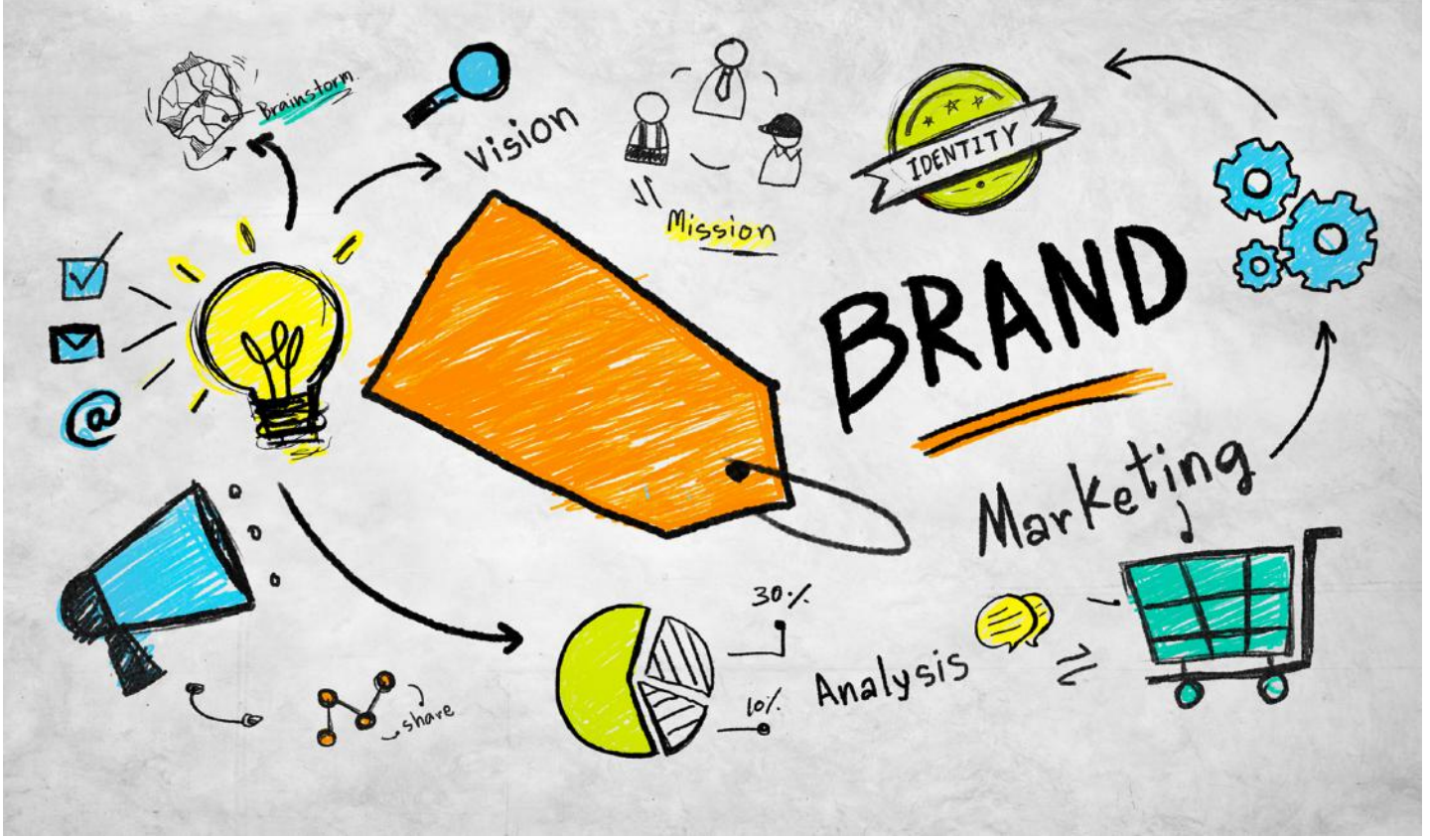
7. Çevrenizi Sürekli Geliştirin.

Diğer markalarla kurulan ilişkiler kişisel markamızı güçlendirir ya da zayıflatır. Markamızın değerini yükseltecek güçlü firmalarla ve kişilerle ilişki kurmalıyız. Profesyonel ağ kurmaya şirketler, üniversite işbirlikleri hatta tanıdıklarla başlayabiliriz. Okul veya şirketteki gizlenmiş fırsatları bulmak için birçok noktada görev alan farklı kişilerle etkili iletişim kurmalıyız.

8. Deneyimlerinizi ve Bilgilerinizi Paylaşın.

Kişisel markalaşma sürecinde bize en





büyük katkıyı konuşmacı ya da eğitimci olarak katılacağımız konferans, seminer ve workshoplar sağlayacaktır. Bunların yanında online olarak gerçekleştirilen webinarlar da düzenlenebilir. Buralarda yapılan konuşmaların birçok mecrada paylaşılacağını unutmayın. Aynı zamanda bu etkinlikler, blog ve sosyal medya paylaşımlarımızı çeşitlendirmemizi sağlayarak dikkatleri üzerimizde toplayacaktır.

Ayrıca kişisel marka ile uyumlu ve gerçekten katkı sunmak istediğiniz alanlarda sivil toplum kuruluşuna üye olabilirsiniz. Bu organizasyonların çalışmalarına samimiyetle katkı sağlayın. Yine burada yapılacak çalışmaları takipçilerimizle paylaşarak etkileşimi arttırın. Bu etkileşim, size inanamayacağınız pozitif bir imaj katkısı sağlayacaktır.

9. Online Dünyada Aktif Olun.

Dijital kimliğimiz, web sitemizin blog yazılarından-sosyal medya platformlarına kadar oluşturduğumuz ve paylaştığımız tüm içerikleri kapsar. Hatta başka kişilerin, markaların gönderilerine yaptığımız yorumlar bile kişisel markamızı etkiler. Bu nedenle dijital dünyadaki ayak izlerimizi, kişisel markamızı destekleyecek

şekilde dizayn etmemiz gerekir.

Ek olarak mutlaka özel bir internet sitesi oluşturmalı, kendi blog sayfamızda ve marka konumlandırmanıza uygun olacak şekilde hedef kitlenizin zaman geçirdiği sosyal medya platformlarında aktif olarak yer almalıyız. Hedef kitlenin ilgilendiği şeyleri belirleyip en uygun içeriği sağlamamız gerekir. Sosyal medya paylaşımlarımızın tutarlı olması da önemli bir kriterdir.

11. Özgün Olun.

Kişisel markamızı bizden bağımsız değildir. Bu nedenle de gerçekçi olmalıdır. Sırf popüler diye, bizimle ve kişisel markamızla ilgili olmayan akımların içine dahil olmamalıyız. Elbette güncel konularla ilgili de içerik üretmek gerekir. Ancak, bu içeriği bizi yansıtacak şekilde, bize özgü bir dille sunmalıyız. Özgünlüğümüzü korumalıyız.

Elbette ki kişisel marka oluşturma süreci daha derinlemesine ele alınması gereken önemli bir husustur. Gereki noktalarda konusunda uzman kişilerden de destek alarak kişisel marka olma sürecini hızlandırmak ve mükemmelle yaklaştırmak mümkündür.

Kişisel marka olmanın getirdiği avantajları özetlemek gerekirse; kişisel markalaşma ile oluşan artı değer, sadece bize değil, sektöre dolayısı ile tüm topluma daha fazla değer katmaktadır. Sektör içerisinde markalaşan kişiler, yeni iş fırsatları yaratabilmektedir. Genişleyen network ağları ile sektörlerini de genişletirler.

Sağlık sektöründeki markalaşma, sadece bölgesel veya ulusal anlamda değil, küresel anlamda da daha güçlü olma fırsatı yaratır. İş birliklerinin artmasını desteklerken yeni girişimleri ve yeni hizmet alanlarını gündeme getirir. Markalaşma ile hizmet kalitesi artar. Rekabet ve tüketici beklentisi ile kişisel markalar daha üst seviyeye taşınır. Bu sayede bütünsel anlamda bir gelişim imkânı doğar.

Kişisel markalaşmanın kişiye maddi ve manevi açıdan birçok katkısı da bulunur..

Kişisel markalaşma sonucunda tanınıp fenomen olabilmek pek tabii mümkündür. Takdir edilen bir rol modele dönüşebilir ya da şimdikinden çok daha iyi gelir elde edebilen tam bir profesyonel olabilirsiniz. Bunun yanında alacağınız manevi haz ve tatmin oldukça mutlu olabileceğiniz bir hayat sürmenizi de sağlayabilir.