

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Кореновский политехнический техникум»

**Центр
содействия трудоустройства выпускников**

Стратегия построения персонального бренда

С чего начать

Когда нужно думать о своей будущей карьере? К 3-му курсу у вас уже должен сложиться четкий план действий. Поэтому, чем раньше, тем лучше.

Карьера начинается не с первого дня работы, не с момента заключения трудового договора и даже не с собеседования, а с момента, когда вы стали о ней думать.

Нужно трезво оценивать ситуацию: конкуренция будет велика, если вы рассчитываете на перспективную и интересную работу. Особенно сейчас, когда дают о себе знать последствия экономического кризиса, как выделиться из большого числа претендентов? Как сделать так, чтобы старт вашей карьеры дал импульс динамичному профессиональному росту?

Для построения успешной карьеры вам нужно создать и продвигать свой персональный бренд. Сейчас, во время учебы, вы общаетесь с большим количеством людей, у вас уже складывается имидж — сокурсники и преподаватели имеют о вас определенные представления, ваша личность начинает устойчиво ассоциироваться с какими-то конкретными чертами. Это и есть ваш **персональный бренд**, которым нужно управлять. Чем раньше вы начнете работать над ним, тем раньше он начнет работать на вас.

Прислушайтесь к приведенным ниже советам:

Этап 1-й: познай себя, ответь на вопросы:

“Кто я? Какие мои желания и интересы? Ценности и цели? Зачем мне это нужно?” И прежде чем начать убеждать “работодателя” в вашей уникальности, неповторимости и бесценности нужно хорошенько изучить самого себя!

Этап 2-й: исследование рынка и поиск ниши

Активно исследуйте рынок труда. Какие компании, какие сферы деятельности, какие профессии больше всего соответствуют вашим интересам и диплому? После этого вы сможете ответить на вопросы: “В какой сфере вы хотели бы работать?” и “Чем бы вы хотели заниматься?”

Этап 3-й: оценка своих возможностей

Теперь, когда вы знаете, кто вы и кем вы хотите работать, оцените степень соответствия своей кандидатуры выбранной работе. Какими преимуществами по сравнению с другими вы обладаете? В чем уникальность вашего предложения? А что вам может помешать? Над чем нужно поработать?

Этап 4-й: продуманное сообщение

Теперь вы можете четко сформулировать то, что хотите донести до окружающих, будь то ваши однокурсники, преподаватели, потенциальные работодатели на ярмарках вакансий и другие люди, с которыми вы встречаетесь на различных профессиональных и социальных мероприятиях. Будет очень полезно записать это “сообщение”. Три главных пункта:

1. Кто я.
2. Какие у меня сильные стороны.
3. Чего я хочу и к чему стремлюсь.

Этап 5-й: грамотная подача

Ваш бренд складывается из многих составляющих. Важно, как вы доносите информацию: голос, тон, мимика, жесты, поза и, конечно же, внешний вид в целом. Вербальные и невербальные сообщения должны совпадать. Как вы выглядите, что вы делаете, как вы это делаете — все должно работать на ваш персональный бренд.

Этап 6-й: полезные контакты

Активно встречайтесь, общайтесь и знакомьтесь с людьми. В наши дни существует множество возможностей для завязывания знакомств и поддержания деловых и профессиональных связей: конференции, мастерклассы, ярмарки вакансий, соревнования по решению бизнес-кейсов, тренинги, профессиональные выставки и многое другое. На этих мероприятиях вы можете познакомиться с представителями бизнеса, со специалистами по подбору персонала, с такими же активными и интересными обучающимися, как вы. Все эти люди могут ответить на интересующие вас вопросы, дать совет, поделиться опытом. Это прекрасная возможность проявить себя, а также обменяться контактами, чтобы поддерживать отношения в будущем.

Этап 7-й: обратная связь

Когда вы определитесь со стратегией продвижения вашего бренда и начнете ей следовать, не забывайте про обратную связь. Спросите у людей, которым вы доверяете в личном и профессиональном плане (преподаватели, родители, старшие товарищи, имеющие профессиональный опыт), какое впечатление на них производите, что люди думают о вас, глядя со стороны. Не бойтесь задавать вопросы и просить совета. И помните, самое главное в персональном бренде — честность. Не пытайтесь изобразить из себя кого-то другого.

Этап 8-й: постоянное развитие

Вы учитесь, меняются ваш опыт, интересы и цели. Будут меняться ваши цели — будет совершенствоваться и ваш бренд. Не забывайте периодически пересматривать и критически оценивать и то, и другое.

А теперь самое интересное!

Сделав эти восемь шагов, вы не только построите *персональный бренд*, но и приобретете навыки, которые необходимы для того, чтобы попасть в компанию вашей мечты и надолго в ней задержаться. На собеседованиях со специалистом по подбору персонала, а затем и с менеджерами отдела вас обязательно проверят, есть ли у вас такие качества и навыки, как:

- стремление к саморазвитию и помощь в развитии других. Большинство компаний поощряет стремление своих сотрудников учиться, совершенствоваться и помогать другим достигать новые вершины. И ответы на вопросы: “Кто я? К чему я стремлюсь? Как достигаю своих целей?” — помогут вам доказать интервьюерам, что вы не стоите на месте, знаете, чего хотите, и идете к намеченной цели.

- умение устанавливать и поддерживать отношения. На интервью вас обязательно попросят привести пример, когда вам удалось или не удалось построить эффективные отношения. Какие ваши качества помогли или помешали вам в этом?

- умение общаться, аргументировать свою позицию, убеждать в своей точке зрения, умение ставить себя на место другого, понимать, что ему нужно, и приходиться к оптимальному решению, плану действий и т.д. Умеете ли вы доносить свои мысли, интервьюеру будет понятно из того, как вы отвечаете на его вопросы. В любом случае может понадобиться какой-нибудь пример из жизни, когда вам удалось либо не удалось кого-нибудь в чем-то убедить.

- умение быть открытым, гибким, способным адаптироваться к происходящим изменениям. *Пример:* у вас было большое, сложное и очень интересное задание. А потом вдруг все поменялось — и вам сказали, что делать теперь нужно совсем по-другому и совсем другое! Как вы отреагировали, что делали, какие ошибки допустили, какие выводы для себя сделали? Вы боитесь изменений или видите в них возможности для своего дальнейшего развития? Это тоже будет очень интересно узнать работодателю.

- ориентированность на клиента: умение понять, что ему нужно, какие у него потребности, чем можно ему помочь. Даже если опыт работы у вас небольшой или его совсем нет, насколько для вас будут важны интересы клиента, можно понять по тому, насколько для вас важны интересы других людей вообще. “Думать о том, что нужно другому” — это про вас?

Построение персонального бренда — просто необходимо!

Подготовка к собеседованию — это очень важно!