

Personal Branding

Ξεκλειδώνοντας τις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς εργασίας



Ελένη Αναγνώστου

Άλληλον μέντορας

Επικοινωνιολόγος - Εκπαιδευτικός, Υπ. Διδάκτωρ ΔΙΠΑΕ

[Eleni Anagnostou | LinkedIn](#)

Το σημαντικότερο ερώτημα για την δουλειά σου δεν είναι “πόσα παίρνω”.

Το πιο σημαντικό ερώτημα είναι “σε τι εξελίσσομαι”.

Jim Rohn, Αμερικανός συγγραφέας

Μελετώντας την τάση που επικρατεί στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον, μπορούμε να παρατηρήσουμε, ότι αρχίζει εδώ και καιρό και διαμορφώνεται ένα συγκεκριμένο δίπολο: δυσκολία στην εύρεση εργασίας από τη μια και δυσκολία στην στρατολόγηση προσωπικού και στελεχών από την άλλη. Εύλογα θα ρωτήσει κάποιος, το πώς είναι δυνατόν εν έτη 2023 να υπάρχει τόση δυσκολία στο human recruiting, την ώρα που έχει αναδυθεί ένα εντελώς καινούριο και σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον. Άλλο τόσο εύλογη είναι η εξής απορία: Πώς είναι δυνατόν σε μια αγορά όπου η ανεργία καλπάζει και η προσφερόμενη ζήτηση σε ανθρώπινο δυναμικό αυξάνεται διαρκώς, τα στελέχη ανθρώπινου δυναμικού να συναντούν εμπόδια στο να βρουν το προσωπικό που επιθυμούν;

Η απάντηση στο παραπάνω δίπολο, δεν είναι μεμονωμένη και απλή, αλλά μάλλον αποτελεί ένα πολυπαραγοντικό ζήτημα, το οποίο στη βάση του όμως έχει να κάνει με την διαχείριση της επικοινωνί-

ας και το personal branding. Ο αναπροσανατολισμός της επαγγελματικής ανάπτυξης προς την βιωσιμότητα σχετίζεται με τα λεγόμενα soft skills, δηλαδή δεξιότητες που σχετίζονται με την προσωπικότητα, τον χαρακτήρα και τα προσωπικά γνωρίσματα του κάθε ατόμου.

Οι έρευνες δείχνουν, ότι μελλοντικά τα soft skills θα αποτελέσουν αντικείμενο της ενσωμάτωσής τους στη δια βίου μάθηση. Ο (Tulgan, 2015) αναφέρει ότι οι βασικές δεξιότητες που ανταποκρίνονται στα λεγόμενα soft skills είναι οι εξής:

- **Επικοινωνιακές δεξιότητες**
Είναι οι δεξιότητες, οι οποίες επιτρέπουν να κάνει κάποιος πράξη μια ιδέα με σαφήνεια, αποτελεσματικά και με απόλυτη αυτοπεποίθηση είτε σε προφορικό είτε σε γραπτό επίπεδο. Εδώ συμπεριλαμβάνονται και οι δεξιότητες ενεργητικής ακρόασης και δημόσιας παρουσίασης και διαχείρισης κοινού.
- **Διανοητικές δεξιότητες και ικανότητες διαχείρισης λύσεων σε προβλήματα**
Οι δεξιότητες αυτές σχετίζονται με την ανάληψη πρωτο-

- βουλιών, την σωστή εκτίμηση απειλών και κινδύνων και την διαχείριση κρίσεων
- **Πνεύμα ομαδικότητας και συνεργατικότητα**
Οι δεξιότητες αυτές έχουν να κάνουν με την ικανότητα της συναισθηματικής νοημοσύνης και της ενσυναίσθησης.
 - **Διαχείριση γνώσης**
Η διαχείριση γνώσης σχετίζεται με την ικανότητα του ατόμου να οικοδομεί δημιουργικά την γνώση που προκύπτει από μια συγκεκριμένη εργασία και να την μετατρέψει σε τεχνογνωσία και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
 - **Δια βίου μάθηση**
Σε αυτή την περίπτωση το άτομο πρέπει να έχει την ικανότητα της προσαρμοστικότητας και της αντίληψης ότι πρέπει συνεχώς να μαθαίνει καινούρια πράγματα προκειμένου να προσαρμόζεται στις αλλαγές που είναι αναπόφευκτες.
 - **Ικανότητες Ηγεσίας**
Οι ικανότητες ηγεσίας σχετίζονται κυρίως με την διαχείριση του προσωπικού και των ανθρώπινων πόρων κυρίως για άτομα τα οποία προσβλέπουν σε διευθυντικές θέσεις.
 - **Υψηλό αίσθημα επαγγελματισμού και ηθικών αξιών**
Η ηθική και η επαγγελματική ευσυνειδησία αποτελούν σημαντικά γνωρίσματα της προσωπικότητας κάποιου που τον κάνουν να ξεχωρίζει σαν επαγγελματία και να διαπρέπει.

Η σημερινή εργασιακή πραγματικότητα δεν πρέπει να αποτελεί αιτία πανικού και απογοήτευσης. Απεναντίας, είναι η κατάλληλη στιγμή να δημιουργηθούν νέες ευκαιρίες και νέες εργασιακές συνθήκες. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι ψηφιακοί νομάδες

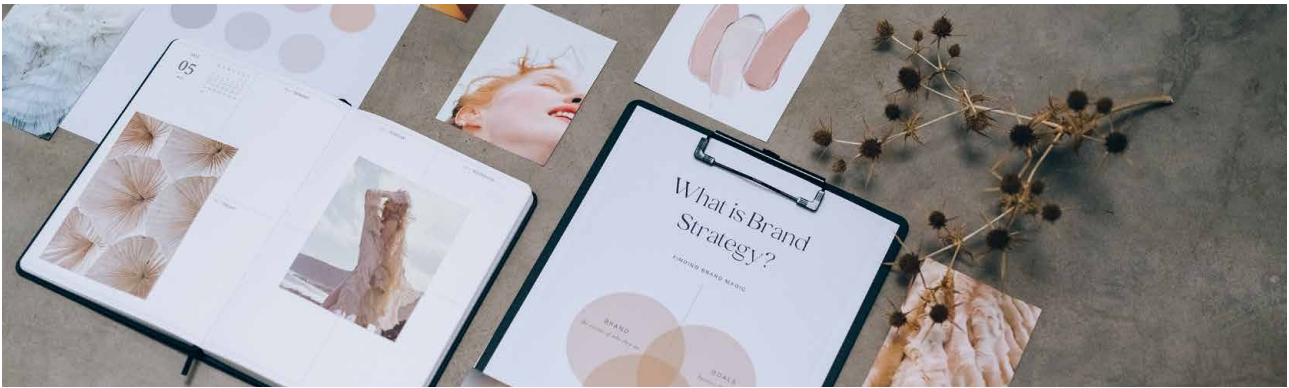
(digital nomads), οι οποίοι είναι μεμονωμένοι επαγγελματίες που εκμεταλλεύονται το πλεονέκτημα της εξ αποστάσεως εργασίας και της χρήσης του διαδικτύου, εργαζόμενοι σε καθεστώς τηλεργασίας (Mancinelli, 2020). Το φαινόμενο αυτό αναδύει μια καινούρια φιλοσοφία βασισμένη σε ένα σύγχρονο τρόπο ζωής και χτίζεται με βάση την προσωπική ανεξαρτησία, την διαχείριση των ατομικών soft skills και τις θεωρίες της εξατομίκευσης (Reichenberger, 2018).

Το personal branding μπορεί να οριστεί ως η πρακτική που χρησιμοποιεί κάποιος για να προωθήσει τον εαυτό του και αποτελείται από ένα συνδυασμό εμπειριών, εικόνας, επίδρασης και εντύπωσης που προκαλεί στο εξωτερικό κοινό. (American Marketing Association, 2007). Οι στατιστικές δείχνουν ότι οι άνθρωποι «αγοράζουν» προσωπικότητες και ιδέες πολύ νωρίτερα από ότι αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Η πρόκληση για τους περισσότερους επαγγελματίες είναι η έλλειψη της πειθαρχίας που χρειάζεται ώστε να ορίσουν το προσωπικό τους επαγγελματικό αποτύπωμα. Το αποτέλεσμα είναι ότι τις περισσότερες φορές δεν μπορεί να επιλέξει το άτομο την επαγγελματική εικόνα που θέλει να έχει προς τα έξω και μάλιστα αρκετές φορές οι άλλοι καταλήγουν να καθορίζουν την εικόνα του (O'Brien, 2007).

Το personal branding έχει να κάνει με την αυτογνωσία και την αυτοβελτίωση. Τρία είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της εφαρμογής του:

- α) η κάλυψη του ανταγωνισμού,
- β) η αναγνωρισιμότητα στον επαγγελματικό στίβο
- και γ) η προσωπική επίτευξη των στόχων (Rangarajan et al., 2017).

Για να μπορέσει ένας σύγχρονος εκπαιδευτικός να «στήσει» το δικό του personal branding, θα πρέπει να ακολουθήσει ουσιαστικά ένα πλάνο συγκεκριμένων ενεργειών, οι οποίες θα του προσδώσουν προσιθέμενη αξία, συναισθηματικά οφέλη, λειτουργικά πλεονεκτήματα και την δυνατότητα της αυτοέκφρασης στον βαθμό που ο ίδιος επιθυμεί (Jovičić-Vuković, 2018).



Βασικά εργαλεία στο personal branding είναι τα εξής:

- Σωστή χρήση των **μέσων κοινωνικής δικτύωσης** και κυρίως του [LinkedIn](#), τα οποία πρέπει να ενημερώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και να χρησιμοποιούνται συχνά προκειμένου να επιτυγχάνεται η διάδραση.
- Ο επαγγελματικός στόχος κάθε φορά πρέπει να τίθεται με **σαφήνεια**.
- Όλες οι ενέργειες πρέπει να χαρακτηρίζονται από **αυθεντικότητα**.

Επιπλέον κατά τον σχεδιασμό των βημάτων του το άτομο πρέπει να είναι σε θέση να απαντάει στα ακόλουθα ερωτήματα:

- ✓ **Γιατί κάνω αυτή τη δουλειά;**
- ✓ **Σε ποιους απευθύνομαι; Γνωρίζω τις ιδιαιτερότητες του κοινού μου;**
- ✓ **Τι θέλω οι άλλοι να σκέφτονται για μένα ως επαγγελματία με τρεις απλές λέξεις;**
- ✓ **Πώς θα αξιολογήσω την επιτυχία μου;**

Από τη βιβλιογραφία προκύπτει πλέον ξεκάθαρα η σημασία της δια βίου μάθησης, στον τομέα της προσωπικής επαγγελματικής ανάπτυξης. Είναι σημαντικό λοιπόν να αποκτήσει το άτομο την ικανότητα να μπορεί να μαθαίνει καινούρια πράγματα, νέες τεχνικές ώστε να μπορεί να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά του και ταυτόχρονα να βρίσκεται πάντα μέσα στην «επαγγελματική αρένα». Ζητούμενο δεν είναι πλέον μόνο η ικανότητα της συνεχούς μάθησης, αλλά και η γρήγορη υιοθέτηση νέων δεδομένων. Η

προσαρμοστικότητα είναι βασικό ζητούμενο για τους HR Managers στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον, μια δεξιότητα που την αναζητούν συνεχώς και την εκτιμούν φυσικά αντίστοιχα και σε επίπεδο οικονομικών παροχών.

Ολοκληρώνοντας, είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι η εξέλιξη είναι δύναμη και είναι η μόνη ασπίδα στα διαρκώς μεταλλασσόμενα εργασιακά περιβάλλοντα που επιδέχονται τεράστιες οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές.

Βιβλιογραφία

- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 417-437.
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads—a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380.
- American Marketing Association, (2022). Personal Brand. Ανακτήθηκε 29 Ιουλίου, 2022, από <https://www.ama.org/topics/personal-brand/>.
- Jovičić-Vuković, A. (2018). The importance and phases of the place branding process. *Skola Biznisa*, 2, 133-148. <https://doi.org/10.5937/skolbiz2-19932>
- O'Brien, T. (2007). *The Power of Personal Branding: Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. Pennsylvania: Personal Branding Group
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017b). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657-666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Tulgan, B. (2015). *Bridging the Soft Skills Gap: How to Teach the Missing Basics to Today's Young Talent*. United States: Jossey-Bass