

Pokaż uczniom jak budować

markę osobistą w Internecie

Notatka dla nauczyciela



Jak wskazują badania większość obecnych nastolatków chce obecnie zostać influencerami, TikTokerami, grafikami czy projektantami stron www. Badanie: [KLIK](#).

Większość tych zawodów wiąże się bądź oparte jest na budowaniu marki osobistej. Sama marka osobista, to *"Długotrwały proces, w wyniku którego jednostka (Ty) indywidualizuje się i wyróżnia z tłumu, prezentując taką wartość i zasób kompetencji, do których jedyna ma dostęp."* Jest to niestety dość trudna dla ucznia definicja, która nie ma również intuicyjnego, praktycznego przełożenia.

Dlatego samą markę osobistą warto pokazać - poprzez jej planowanie. Planowanie, które przypomina budowanie strategii marki. A jego elementy są elementami do wypracowania w case studies przez uczniów.

Jednocześnie markę osobistą buduje każdy z nas na co dzień - świadomie bądź nie. Uczniowie powinni zobaczyć i dowiedzieć się, że:

- budowanie marki osobistej to proces, który może przynieść wymierne korzyści czy doprowadzić do spełnienia marzeń (postawionych celów),
- sukcesu nie osiąga się od razu, niezależnie od tego czy chcemy założyć firmę, zostać influencerem czy też zdobyć wymarzoną pracę,
- postawienie sobie celu: będę influencerem! Albo będę ekspertem od (...) to nie wszystko. Po drodze należy wykonać (niejednokrotnie ciężką) pracę nad sobą, swoją wiedzą, doświadczeniem i tym jak pokazujemy to innym,
- marka osobista nie może być "pusta". Niezbędne są do tego kompetencja, wiedza - tak twarde w danej dziedzinie, jak i miękkie, komunikacyjne, np. publikacja postów w Social Media, prowadzenie bloga czy wystąpienia publiczne. Uczniowie muszą wiedzieć nie tylko co mówić, ale jak mówić,
- budowanie marki osobistej, związane jest niejednokrotnie z popularnością w sieci - która często powiązana jest z hejtem, nieprzychylnymi komentarzami, niezbyt pozytywną krytyką. Uczniowie muszą mieć tego świadomość,
- osiągnięcie sukcesu (przede wszystkim w sieci) jest długotrwałym, trudnym, nie zawsze efektywnym procesem. Media na ogół podają historie sukcesu, a uczniowie na co dzień podziwiają idoli z internetu - widząc tylko historie sukcesu. Niezbędna jest tego świadomość. Dobrze zaplanowana marka osobista i regularne prowadzenie działań w tym zakresie prowadzi do założonych celów. Ale nie każdy w tydzień może zostać drugim Frizem, Kasią Gondor czy zdobyć wymarzoną pracę.

Często uczniom teraz jak i w przyszłym życiu wydawać będzie się że wiedzą więcej niż naprawdę, bądź wręcz przeciwnie - nie będą pewni swoich umiejętności. Warto zapoznać się z dwoma terminami z psychologii: syndrom oszusta oraz efekt Krugera - Dunninga oraz poruszyć ich praktyczne znaczenie w życiu każdego z ludzi. Efekty te dotyczą ponad 90% populacji i często wpływają na samopoczucie bądź efektywność w życiu zawodowym.



Udostępniając treści w Social Media, zakładając profil na Tinderze czy streamując na Twitchu często uczniowie nie zastanawiają się nad konsekwencjami. A te mogą być jak najbardziej pozytywne jak i negatywne: w kontekście znalezienie pracy, popularności, postrzeganie przez przyszłych pracowników. Planowanie marki osobistej pozwala zastanowić się również nad tym aspektem.

w odkrywaniu swoich mocnych i słabych stron często pomagają badania i testy psychologiczne.m.in.

- najpopularniejszy, niestety płatny tzw. Gallup (CliftonStrengths Solutions) <https://www.gallup.com/home.aspx>
- oraz <https://www.16personalities.com/pl> - można zaproponować rozwiązanie uczniom przed rozwiązaniem case studies. Uwaga! Niezwykle ważne jest odpowiednie wprowadzenie uczniów do testu, On wskazuje dobre strony, ale nas nie definiuje! Każdy może podążać swoją własną ścieżką, odpowiednio budując swoją markę. To jedynie podpowiedź!

Warto doczytać:

1. <http://martabulba.pl/strategia-marki-osobistej-czyli-jak-zabrac-sie-za-personal-branding/>
2. <https://www.grupa-tense.pl/blog/personal-branding-jak-zbudowac-marke-osobista/>
3. <https://happycontent.pl/jak-budowac-marke-osobista-personal-branding-pod-lupa/>