

Det är omvärlden som bestämmer hur de tänker uppfatta ditt personliga varumärke. Du har inget direkt makt över det, men du kan påverka det indirekt genom att träna positiva egenskaper, färdigheter och förmågor.

Nulägesanalys

Reflektera över vem du är och vad du gör. Genom att göra en nulägesanalys kan du få en uppfattning om hur familj, polare, medarbetare, skolkamrater och andra uppfattar dina egenskaper, färdigheter och förmågor.

Fel självbild

Det är tyvärr alltför många som pratar om sitt personliga varumärke i positiva termer. Den stora majoriteten uttrycker en egen önskebild av sig själv vilket inte har något med ett personligt varumärke att göra.

"Tror att många i iveren att bygga sitt personliga varumärke glömmer bort att de först måste vara bra på något"

- Göran Adlén på twitter

Förändring

När du utgår från din nulägesanalys kan du identifiera ett antal variabler som du gillar och vill förstärka. Du kommer även att finna variabler som kanske måste förändras, förbättras eller lyftas bort.

Passion

Ord är ord tills de bevisas i handling. Med detta menar jag att den stora massan bara pratar utan att göra något. När du är passionerat intresserad av något kommer du även att vilja investera både tid, resurser och energi.

När du har definierat din egen nytta med ditt personliga varumärke börjar du brinna för ett starkt varumärke. Du har en mission som du vill förmedla till din omvärld.

Hjälp

Några av dina viktigaste verktyg i ditt förändringsarbete är dina medarbetare. Släpp in dem i processen och låt dem ge dig löpande feedback på din process.

Organisationen

Utgå från vad du kan hjälpa andra med, aldrig vem du kan dra nytta av. Var alltid genuint intresserad av andra människor genom att lyssna på dem. Var en person som hjälper till och delar med sig av ditt arbete.

"Fråga inte vad ditt land kan göra för dig, fråga vad du kan göra för ditt land"

- John F Kennedy, 1917-1963, US president

Ge positiv feedback till din omgivning och visa uppskattning. Genuint vänliga personer tenderar att uppfattas som vänliga personer. Deras personliga varumärke tenderar även att uppfattas väldigt positivt.

"Wake up happy"

- hotel.com