

In 5 stappen een personal brand

Zo'n eentje waar je lievelingsklant
u tegen zegt

Inhoud

Woord vooraf

hoofdstuk 1

Over Studio Pinck

hoofdstuk 2

Wat is personal branding?

hoofdstuk 3

Ken jezelf: de basis van personal branding

hoofdstuk 4

In vijf stappen naar je personal brand



Vooraf

Ik wil je alvast bedanken voor het aanschaffen van dit magazine. Daardoor weet ik dat jij personal branding in wilt zetten voor je bedrijf. Een mooie stap naar het behalen van je grootste dromen en doelen!

Het krachtigste marketingtool wat ik ken en wat er voor heeft gezorgd dat klanten bij mij komen voor wie ik ben. Met resultaat: meer zelfvertrouwen in mezelf en mijn onderneming. Ik ben eindelijk 100% mezelf.

Ik geef je tips en tools om te starten met personal branding, zodat jij eindelijk een manier vindt om van jouw krachten je visitekaartje te maken.

Tijd om jouw podium te pakken!

Lieve groetjes!
Anne-Loes

studio **PINCK**

Over Studio Pinck

Hi, ik ben Anne-Loes. En ik schreeuw van de daken wat ik het allerliefste doe, maar het heeft een aantal jaar geduurd voordat ik daar was. Een jeugd waar ik veel ben gepest heeft er voor gezorgd ik mij jaren op de achtergrond heb gehouden. Want wie zat er op mij te wachten?

Vijf jaar geleden was ik er klaar mee. Ik ben getransformeerd van muurbloem naar een succesvolle zakenvrouw.

Inmiddels weet ik namelijk beter. Lekker tegen de stroom in, want ik weet zelf dondersgoed wat voor mij het beste is. Net als jij.

Ik wil dat jij als ondernemer jouw verhaal vol zelfvertrouwen kan vertellen en uitstraalt. Ik neem je mee in het proces en samen gaan we alle stappen door lopen zodat jij daarna nog maar één ding hoeft te doen: de wereld mooier maken met jouw passie.



Jezelf durven zijn met de juiste tools, daar sta ik voor. Het is ontzettend krachtig als je je open stelt.

Ook jij, juist jij mag het podium pakken.

Personal branding

Bij personal branding kijk je naar wat jou uniek maakt. Je laat je kwaliteiten, passies en ambities zien. Dit ga je niet mooier maken dan het is, nee. Je zet jezelf authentiek en echt neer.

Door alles wat jou uniek maakt op een rijtje te zetten, ontwikkel je jezelf als onderscheidend merk en persoonlijkheid. Personal branding is jezelf als merk presenteren aan anderen, waarbij je positieve beelden en associaties oproept. Je gebruikt je persoonlijkheid, kennis en ervaring om je te onderscheiden van anderen.

Doe maar normaal

En nee, dat is niet iets wat wij nuchtere Nederlanders gewend zijn. Doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg. Toch?

Maar hoe fijn zou het zijn als iemand zou zeggen: 'Oh, je bent op zoek naar een balans coach? Dan moet je echt contact opnemen met

Mieke, ze is geweldig om mee samen te werken'.

Als jij helder uitdraagt wie je bent en waar je voor staat, dan weten mensen waar ze jou voor kunnen vragen en waarvoor niet.

Je koopt geen Apple omdat het de enige verkrijgbare computers zijn. Je koopt Apple omdat je bij het groepje mensen wilt horen die ook met Apple werken. Apple verkoopt geen computers, ze verkopen 'a way of life'.

In vijf stappen je personal brand (hier kom ik op terug in hoofdstuk 4!)

1. Doe zelfonderzoek
2. Zet je ambitie op papier
3. Formuleer je merk
4. Ontwerp je merk
5. Manager spelen

Jij bent je personal brand

Merkidentiteit

Elk merk heeft een eigen identiteit en deze bestaat uit meer dan een logo. Onder de identiteit van een merk valt de vormgeving van alle visuele aspecten (flyers, website, interieur). Het gevoel dat het merk bij je oproept is het resultaat van branding. Maar om dat goed neer te zetten moet je eerst terug naar de basis: Wie ben jij nou eigenlijk?

Waarom zou je een personal brand willen?

Uiteindelijk ben jij de manager van je eigen personal brand. Want ook jij bent een merk, jouw eigen identiteit. Het doel van personal branding is het achterlaten van een positieve indruk van jou als persoon. Hier heb je zelf idioot veel controle over. Jij kan mensen de goede richting in duwen. Personal branding is de manier om jezelf te verkopen. Je kan namelijk jezelf zijn. Hoe beter mensen je kennen, hoe meer ze je vertrouwen,

hoe eerder ze van je kopen.

Personal branding is niets meer dan het in kaart brengen van wie jij bent. Denk aan Oprah, Mark Zuckerberg en Steve Jobs. Wat onderscheidt jou van de rest? Waar wil jij om bekend staan? Denk aan de eeuwige coltrui van Steve Jobs, de 'you get a car, everybody gets a car' van Oprah Winfrey en de why van Simon Sinek. Allemaal mensen die voor zichzelf hebben gekozen, van zichzelf een merk hebben gemaakt en ontzettend succesvol zijn in wat ze doen.

Dus in het kort: bij personal branding kijk je naar wat jou en jouw bedrijf uniek maak. Je laat je kwaliteiten, passies en ambities zien. Personal branding is uniek, puur en authentiek. Zet je personal branding goed in? Dan is er geen verschil tussen jou en je bedrijf, online of offline. Mensen weten waar je goed in bent en waar ze jouw bedrijf voor kunnen vragen.

Ken jezelf

Het is vast geen verrassing dat ik gek ben op persoonlijke ontwikkeling en dit heeft mede te maken met mijn vakgebied. Als ik de beste personal brand van mezelf wil neerzetten, dan moet ik mezelf dondersgoed kennen. Personal branding begint daarom altijd met het doen van onderzoek. Onderzoek naar jezelf.

Je moet duidelijk voor ogen hebben wat je zakelijk en privé wilt bereiken. Wat is jouw levensdoel? Waarvoor kom jij elke dag je bed uit? En nee, het antwoord is niet: 'omdat ik wil dat andere ondernemers de mooiste foto's van zichzelf hebben'.

Want allemaal leuk en aardig, maar dat kan elke fotograaf zeggen toch? Zou hetzelfde zijn als ik zou zeggen dat ik wil dat elke ondernemer een geweldig logo heeft. Het zegt helemaal niks.

Dus waarom doe je wat je doet? Om hier achter te komen moet je even diep gaan graven.

Studio Pinck

Ik neem mezelf als voorbeeld. Ik help andere ondernemers met het inzetten van personal branding, dit door middel van het neerzetten van een sterke merkidentiteit én visuele identiteit. Ik zou kunnen zeggen dat ik dit doe omdat ik wil dat iedere ondernemer een prachtige logo heeft en een website waar ze trots op kunnen zijn. Maar nee, die huisstijl en website zijn een klein onderdeel van het einddoel.

Het echte einddoel is namelijk dat ik iedere vrouwelijke ondernemer zelfvertrouwen gun. Het zelfvertrouwen om volledig voor zichzelf te kiezen. En niet één keer, maar elke dag weer opnieuw.

Mijn 'Why'

Ik ben een groot deel van

mijn jeugd gepest. Ik hoorde er blijkbaar niet bij en heel eerlijk gezegd: ik weet niet eens waarom ik werd gepest.

Welk zelfvertrouwen?

Maar jarenlang pesten heeft er wel voor gezorgd dat mijn zelfvertrouwen de nodige deuken heeft gekregen. Zo veel deuken dat ik mij achter alles verstopte waar ik maar de mogelijkheid voor kreeg. Praten met onbekenden (en soms zelfs bekenden) vond ik een nachtmerrie en als ik moest presenteren begon ik standaard te huilen.

Op de middelbare school was ik daarom niet mezelf, want wat als ik weer gepest zou worden? Ik koos er daarom voor om meer op de achtergrond te blijven.

Zelfs het kiezen van mijn studie heb ik niet 100% zelf gedaan. Iets creatiefs zou leuk zijn, maar ik wist niet goed wat. Ik hoorde van de studie Kunst & Techniek en besloot de gok te wagen.

Wat kon er mis gaan? Presenteren was zelfs tijdens mijn studie nog steeds een nachtmerrie en dat werd geregeld bevestigd door docenten. *Het liefste werkte ik alleen én dat heeft er ook voor gezorgd dat ik ben gaan ondernemen.*

Ik koos voor het eerst voor mezelf

Toen kwam ik er achter wat een oerkracht het geeft als je voor jezelf kiest en eindelijk gaat doen wat je zelf wilt. Ik ontdekte de kracht van personal branding en voelde mij als een vis in het water.

De eerste keuze die ik 100% zelf maakte én ook nog eens echt voor mezelf.

Mijn 'How'

Personal branding, een visuele identiteit of website zijn de tools om ze daar

te laten komen. Dit doe ik omdat ik vind dat iedere vrouw het waard is om zichzelf op de beste manier mogelijk moet kunnen presenteren. Ik gun ze het zelfvertrouwen dat ze hun kennis van de daken schreeuwen en dat ze het allerbeste uit zichzelf halen. Ik wil dat ze zichzelf kunnen zijn en daar comfortabel bij zijn.

Mijn 'What'

Ze krijgen uiteindelijk namelijk veel meer dan een strategie, visuele identiteit of website. Ze krijgen de tools om zichzelf te kunnen zijn. Om zichzelf te laten zien op een manier die bij hun past.

Zou je mij kunnen vertellen waarom je doet wat je doet? Dit is waar ik mijn klanten bij help. Waarom kiezen ze hiervoor?

Of zoals meneer Sinek altijd zegt: Start with why. Waarom doe jij wat je doet? Vertel niet wat je doet. Vertel niet hoe je het doet. Maar

vertel waarom je iets doet.

Wat is je doel?

Hoe draagt het bij aan jouw doel op de aardbol?

De 5 stappen

Nou, daar zijn we hoor. Je weet nu wat personal branding is, waarom deze inzetten je tien stappen in de goede richting zet en dat je terug moet naar de basis (naar jezelf) om het goed in te kunnen zetten.

Gebruik onderstaand stappenplan om personal branding optimaal in te zetten. Pak er een groot vel papier bij en schrijf alles op wat er in je opkomt.

Stap 1: Doe zelfonderzoek

Zoals ik je vertelde begint een personal brand bij zelfkennis. Wie ben jij? Denk hierbij veeel verder dan wat er op je cv staat en welke vaardigheden je bezit.

Stel jezelf de volgende vragen:

- Waar sta ik nu bekend om?
- Waar wil ik bekend om

staan?

- Wat is mijn ultieme doel?
- Waar krijg ik complimenten over?
- Waar krijg ik energie van?
- Waar word ik blij van?
- Hoe maak ik de wereld mooier? Wat is mijn bijdrage?
- Als ik nog maar één ding zou mogen doen, wat zou dat dan zijn?
- Wat wil ik nooit meer doen?

De antwoorden op deze vragen vertellen jou waar jouw talenten liggen.

De volgende vraag geeft antwoord op jouw drijfveer? (Spoiler alert: het antwoord is niet geld.)

'Wat maakt mij gelukkig in mijn werk?'

Wil je meer weten over je kwaliteiten en je Verlangen? Zie dan ook mijn ['Zo maak je Impact sessie'](#).

Stap 2: Zet je ambitie op papier

Oke, je weet nu wat je drijft. Maar wat wil je en waarom? Ik kom even weer terug op de why van Simon Sinek. Mensen kopen namelijk niet wat je doet, maar waarom je iets doet. Dat is hetgene wat je kan onderscheiden van de rest.

Want ik ben de zoveelste marketeer, de zoveelste vormgever. Daarmee kan ik mij niet en wil ik mij niet onderscheiden.

Ik kan mij wel onderscheiden met wie ik ben als persoon. De verlegen muurbloem die ik vroeger was en hoe ik getransformeerd ben als zakenvrouw. Dat ik elke vrouw deze transformatie gun en wil dat ze deze transformatie doormaken.

Dat is waarom ik doe wat ik doe. Dit is wie ik ben.

Stap 3: Formuleer je merk

Je weet nu wie je bent en je weet waarom je doet wat je doet. Dit ga je nu samenvatten in een merkidentiteit.

In essentie bestaat jouw merk uit de volgende bouwstenen:

1) Merkbelofte:

Voor welk probleem ben jij de oplossing? Wat draag jij bij aan de wereld? Wat belooft jouw merk?

2) Merkpersoonlijkheid:

Probeer in enkele woorden jouw stijl te pakken. Stel dat ik jou moest voorstellen aan een potentiële klant: wat wil je dan ik vertel?

Stap 4: Ontwerp je merk

Je merkidentiteit staat nu op papier. Let's get visual! Tijd om aan de slag te gaan met je visuele identiteit.

Je merkidentiteit komt voor uit jouw personal brand. Een stap verder is de visuele merkidentiteit.

Jouw visuele merkidentiteit heeft betrekking op jouw logo, huisstijl, kleuren die je gebruikt. Maar ook je website, de teksten en fotografie op je website. Jouw tone of voice, de naam van je bedrijf.

Je visuele merkidentiteit is dus de duidelijke stijl en visuele uitstraling van je merk dat wordt gebruikt om jouw visie van jou en jouw onderneming te communiceren.

Stap 5: De leiding nemen

Jij bent namelijk de manager van je persoonlijke brand. Jij hebt de leiding en bepaald hoe je personal branding in gaat zetten.

Personal branding draait om consistentie, de kracht van herhaling en jezelf constant af te vragen: 'Draagt dit bij aan mijn personal brand?'

Dat betekent dat je ook kiest wat je niet doet.

Vraag jezelf eens af:

- Brengt dit mij dichterbij mijn doel?
- Blijf ik trouw aan mijn waarden en beloftes?

Om dit goed in te gaten te houden stel je voor jezelf een beknopte marketingstrategie op. Welke kanalen ga je gebruiken en hoe? Hoe ga jij in gesprek met je doelgroep en potentiële klanten?

Succes!

Het is nu aan jou om hier werk van te maken. Een personal brand begint namelijk bij jezelf.

Het krachtigste marketingtool wat ik ken gaat er voor zorgen dat jouw lievelingsklanten verliefd op je worden. Ze willen met je samenwerken om wie jij bent. En geloof mij als ik zeg dat er geen betere vorm van marketing is. Het is de marketingmethode waar je 100% jezelf bent.

Heel veel succes!

Lieve groetjes!
Anne-Loes

studio **PINCK**

