

## I. KarrierLab - Személyes márka

Személyes márka építéséről szólt a CEIPES Hungary idei első, "KarrierLab" önkéntes alapon szerveződő programja Új szelek fújnak a munkaerőpiacon, ami új feladatokat is jelent pályakezdőknek és pályát módosítani szándékozóknak egyaránt. Hosszú évek alatt válhatunk versenyképesé tudásban, tapasztalatban, ám ez mit sem ér, ha nem tudjuk hatékonyan, hitelesen megmutatni, eladni, magunkat.

Erről – is – szólt a munkaerő-piaci tanácsadással és képzéssel foglalkozó, nonprofit alapon működő CEIPES Hungary első szakmai napja, melynek előadója Mezriczky László kommunikációs szakember volt. Vele beszélgettünk. Hogyan lehetne egyszerűen, érthetően megfogalmazni a személyes márka lényegét?

A személyes márka saját magunk alaposan kigondolt, szépen tálalt megnyilvánulása. Ha nem félünk magunkat terméknek tekinteni a munkaerőpiacon – márpedig ott így tekintenek ránk - , akkor ennek megfelelően kell tudnunk megmutatni magunkat. Vagyis a személyes márka úgy működik, mint bármilyen más márka: támogatja az értékek előtérbe helyezését, és elősegíti a döntést. Márpedig álláskeresésnél ez igencsak fontos szempont. Amit viszont mindenképpen tudnunk kell: személyes márkánk akkor is van, ha azzal nem foglalkozunk, azt nem tudatosan alakítjuk. Ebben az esetben spontán alakul ki egy kép rólunk, amely jó eséllyel eltér attól, amit magunkról mutatni szeretnénk. Akkor meg már inkább miért ne formáljuk tudatosan? Hogyan lehet eljutni ideig? Mindenekelőtt tudatossággal, elszántsággal és azzal a bátorsággal, hogy szembe merjünk nézni önmagunkkal.

A személyes márka alapja az önismeret, ebből pedig már könnyen levezethető, hogy mik is az erősségeink, mire is építhetjük a jövőnket, karrierünket, szakmai pályánkat. Van jobb és rosszabb személyes márka? Minden személyes márka más, ahogyan minden ember is más. Van, aki háttérben érzi jól magát, van aki a frontvonalban. Van, aki gyors, van aki megfontolt. Van, aki csapatban jó, mások visszavonultan, másoktól nem zavartatva tudnak teljesíteni. A lényeg, hogy tudjuk, milyenek is vagyunk és erre építsük aztán fel magunkat. Így lehetünk hitelesek. Mik a főbb tényezők, amelyeket figyelembe kell venni? Mindenekelőtt az említett önismeret, hiszen ez képezi az alapokat. Aztán a célorientáltság, az elszántság s kitartás, hogy el is ériük a célokat, ne találjunk ki naponta más irányt. És nem utolsó sorban a kommunikáció, hiszen e nélkül rejtett, csiszolatlan gyémántok maradunk, márpedig az a gyémánt ér sokat, amely a felszínre kerül és megvillantja minden oldalát.

Milyen helyzetekben kerül előtérbe a személyes márka? Szélesebb körben, mit gondolnánk. Nem csak egy állásinterjú kerülhet előtérbe: elkísér bennünket a mindennapokban. A fő kérdés az, hogy ennek mennyire vagyunk tudatában. Kommunikál rólunk a megjelenésünk, az, ahogyan például a közösségi oldalakon jelen vagyunk – ez egyébként nagyon kritikus kérdés, akár állásunkba is kerülhet, ha nem értjük ennek a felelősségét, – vagy ahogyan egy munkahelyen élünk, létezünk.

A tét tehát nagy, érdemes tudatosan alakítani magunkat. Mezriczky László: kommunikációs szakember, az Ispiro Consulting tulajdonosa. Szakterülete a vállalati kommunikációfejlesztés, a márkaépítés és a pletyka alapú kommunikáció kutatása, vállalati célokra fordítása.

A Magyar Reklámszövetség korábbi elnöke, a Budapest Metropolitan Egyetem magisztrátusának tagja. A CEIPES Hungary Egyesületről: A Szervezet 2011-ben amely, egy európai hálózattal rendelkező szervezet, a CEIPES Network magyarországi tagszervezete. Az

egyesület Ifjúsági Karrier Központként működik, célja a fiatalok karrierútjának támogatása, munkanélküliségük mérséklése. Ezért céljai megvalósítása érdekében a fiatalok (kiemelten hátrányos helyzetű) részére nyújt munkaerő-piaci tanácsadási és képzési szolgáltatásokat (kétségfejlesztő képzések, mentorálás, karrier coaching, klubok, rendezvények) hazai és nemzetközi programokon keresztül.





