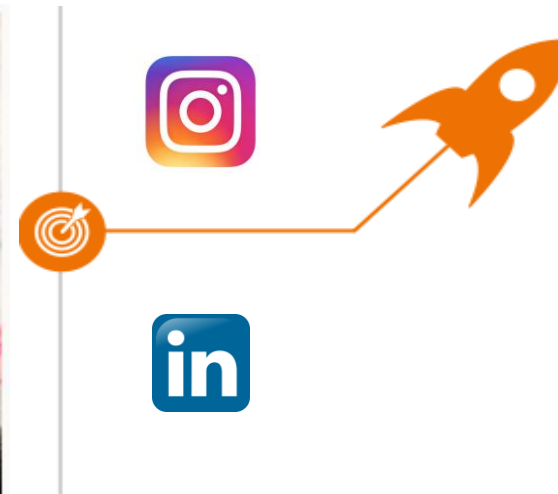
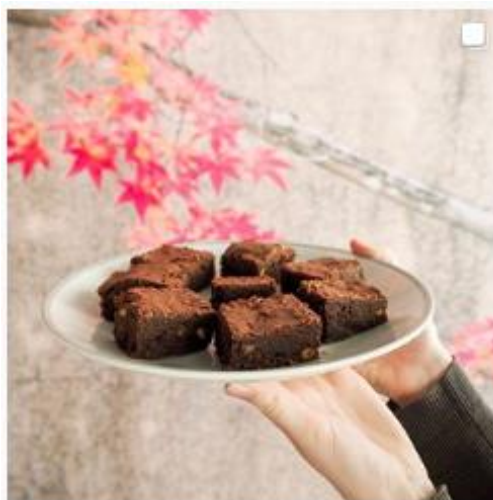
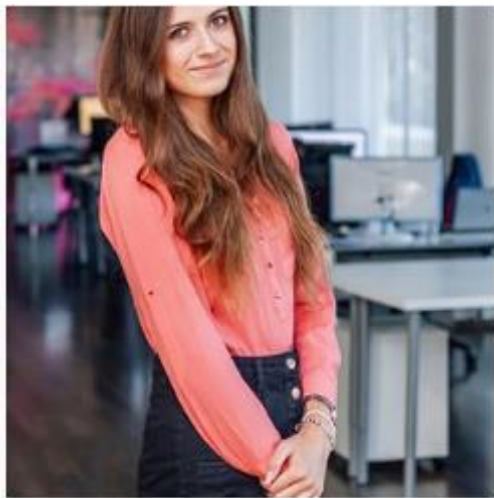


Osobní branding 2.0

Instagram a LinkedIn prakticky





Cestovatelka

Zastánce zdravého životního stylu

Pekařka



Milovnice jídla

Snílek

Coffeeholic

Motivátorka

Tanečnice

1. Osobní brand(ing)
2. Praktické nástroje (tvorba a rozvoj osobního brandu)
3. *Praktická část*
4. Komunikační kanály pro osobní branding
5. Instagram
6. LinkedIn
7. *Praktická část*
8. *Užitečné odkazy*



1. Osobní brand

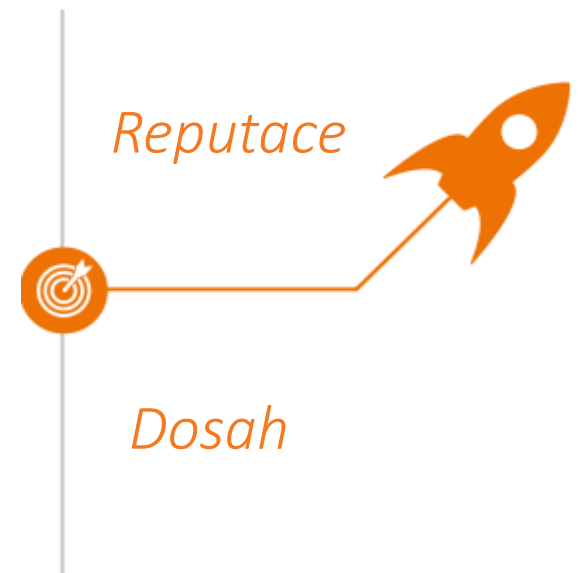




Jak o vás lidé smýšlí a jaké chování od vás v určitých situacích očekávají.

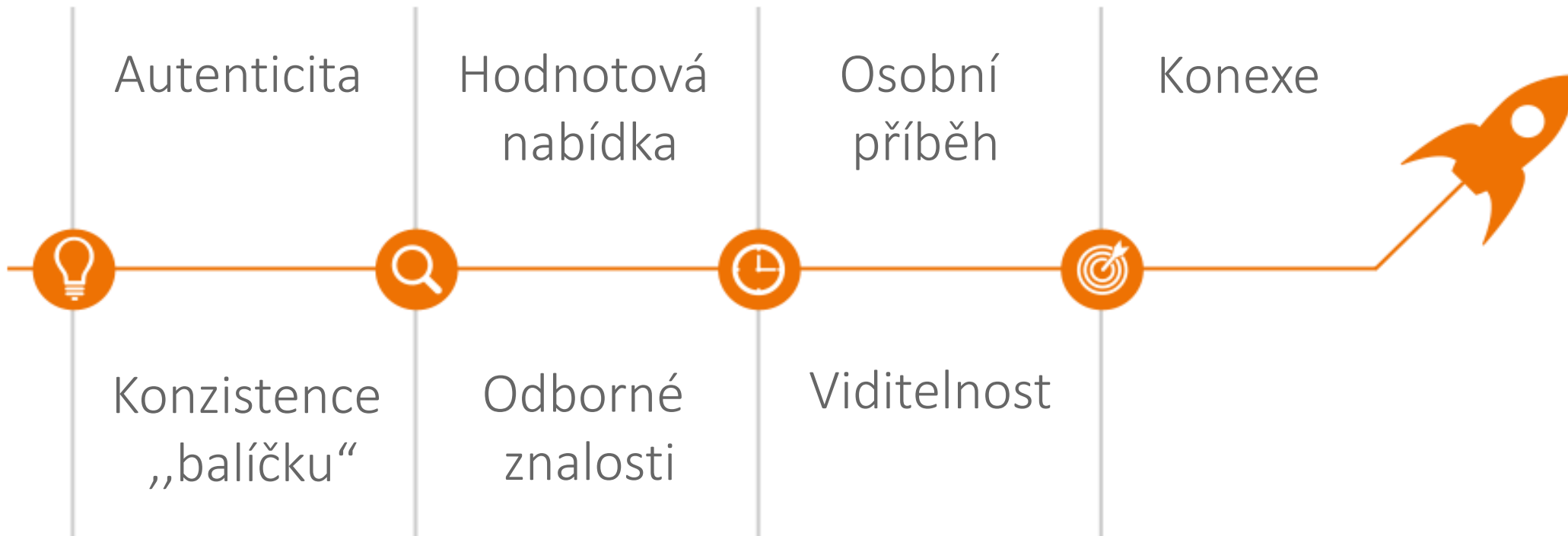
Osobní brand má každý. Získali jste ho dnem, kdy jste se narodili.

- Vyberte si svůj **cílový trh**
- Uvědomte si, **co chcete**
- Vykročte směrem k tomu, **kým chcete být**
- Najděte svou **jedinečnou prodejní nabídku**
- Vytvořte si **vlastní budoucnost**





Sedm klíčových prvků osobního brandu (Orlic, 2016):



*Přemýšlet o tom, jak se prezentovat v tom
nejpříznivějším světle, není vypočítavé.*





2. Praktické nástroje





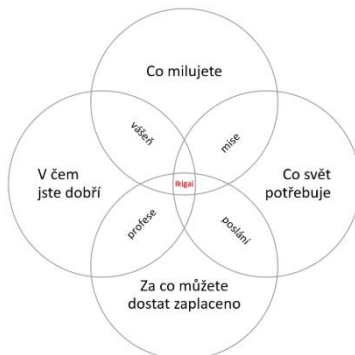
Personal SWOT Matrix

Matice pro analýzu vašich silných / slabých stránek, příležitostí a hrozeb



The Personal Branding Canvas

Jednoduchý framework, který vám pomůže pochopit, v čem jste výjimeční a jak o tom dát ostatním vědět



Ikigai

Životní koncepce, nalezení toho, v čem jsme dobří, co nám dělá radost a dává nám smysl



Silné stránky

Vnitřní faktory (závisí pouze na vás), které vám mohou pomoci dosáhnout vašich cílů

Slabé stránky

Vnitřní faktory (závisí pouze na vás), které možná brání v dosažení vašich cílů

Příležitosti

Externí faktory (závislé na vašem prostředí), které vám mohou pomoci dosáhnout cílů

Hrozby

Externí faktory (závislé na vašem prostředí), které možná brání v dosažení vašich cílů



Silné stránky

MATCH

Identifikujte své silné stránky. Lze je zkombinovat s jednou nebo více příležitostí, které jste identifikovali?

Slabé stránky

CONVERT

Můžete zmírnit/odstranit některé slabé stránky, nebo je přeměnit na silné?

Příležitosti

Hrozby

MANAGE

Seřadte hrozby od nízké úrovně k vysoké. Můžete eliminovat nebo omezit jakékoli ohrožení, nebo ho přeměnit na příležitosti díky vašim silným stránkám?



The Personal Branding Canvas

Who You Are (Identity)



What makes you a special person?

CATEGORIES:

- Physical characteristics & Style
- Personality
- Personal and professional history, heritage
- Culture, education, interests and passions
- Supported causes
- Values, mission, vision

What You Give (Offering)



What features or capabilities does your Audience value?

What relevant services do you offer?

CATEGORIES:

- Services, profession
- Hard & Soft skills, talents
- Customer Relationship style

What you Promise (Benefits)



What Benefits will your Customers enjoy when dealing with you?

BENEFITS:

- Functional (the problem they see solved and/or needs satisfied)
- Emotional (how they feel)
- Self-expressive (the kind of person they think they become)
- Social (type of people they can relate to)

Why You (Positioning)



What is the distinctive element that makes you different from your competitors and appealing to the Audience?

POSITIONING CHECKLIST:

Consider the "position" you gain in the mind of your Audience, when compared to your competitors:

- Is it credible, specific and distinctive?
- Is it relevant to the customer need?
- Does it imply a clear and compelling set of benefits?
- What size of market is related to it?
- Does it justify a premium price?
- Does it capitalize on a competitor's actual or latent durable weakness?
- Can it be imitated by competitors?
- What is the strong Customer motivation behind it (insight)?

Who Needs to Know (Audience)



Who are your most important Customers?

Who Influences your Customers?

Who else could help you to develop your Brand?

CATEGORIES:

- Customer segments
- Influencers
- Communities and tribes (i.e. online)
- Public opinion

Why You Are Credible (Reasons to believe)



What makes you credible to the Audience?

CATEGORIES:

- Resume, Portfolio & track record
- Certifications, training and learning results
- Roles in associations, pro bono activities
- Endorsement of relevant stakeholders
- Academic roles & Publications
- Intellectual property
- Objects, possessions, resources, etc.

How They Know You (Communication)



How do you become known by your Audience?

Through which channels do you reach your Audience?

How do you create relationships with your Audience?

CATEGORIES:

- Visual and verbal identity (logo, tagline, etc.)
- Storytelling
- Publicity, PR, Networking
- Sponsorship & Advertisement
- Events & Presentations
- Digital Marketing, etc.

What You Need (Investments)

In which partners, activities or resources do you invest or must you invest to successfully Brand yourself?

CATEGORIES:

- Marketing & Communication
- Assets and physical resources
- Suppliers, consultants & partnerships
- Time
- Training
- Intellectual Property



What You Get (Results)



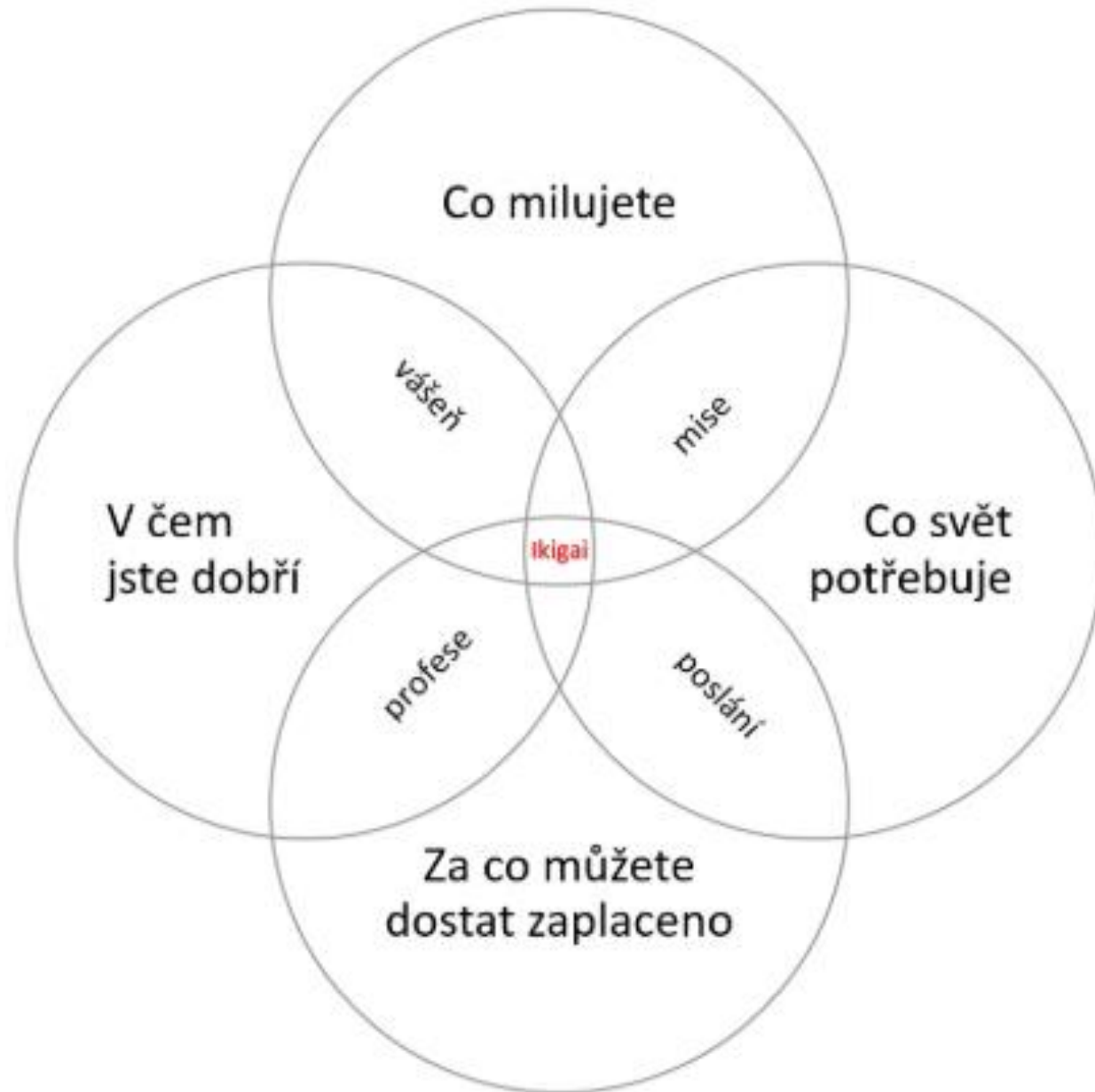
What results or benefits do you get or do you want from your Personal Brand?

How are you perceived? How do you want to be perceived?

What do they say about you? What do you want them to say about you?

CATEGORIES:

1. Visibility, awareness, recognition & memorability
2. Leadership, respect, image, reputation
3. Differentiation, perceived quality, relevance
4. Premium price, market share
5. Loyalty, retention, advocacy



3. Kde a jak komunikovat svou osobní značku



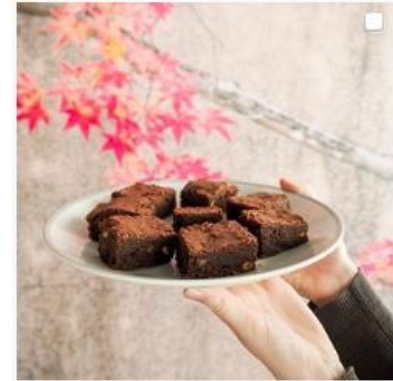


Analogové taktiky	Digitální taktiky
Vytváření konexí	Podcast
Články v tištěných médiích	Videa
Newslettery	Webové stránky
Obchodní dopisy	Blogy
Brožury	Sociální média
PR	E-newslettery
Ocenění	E-mail
Rozvoj obchodních dovedností	Webová databáze





- ✓ Inspirujte
- ✓ Vyprávějte svůj příběh
- ✓ Bavte
- ✓ Ukazujte krásné fotky
- ✓ Poodhalujte zákulisí
- ✓ Dělejte radost
- ✓ Motivujte
- ✓ **Dejte lidem důvod, proč vás sledovat!**



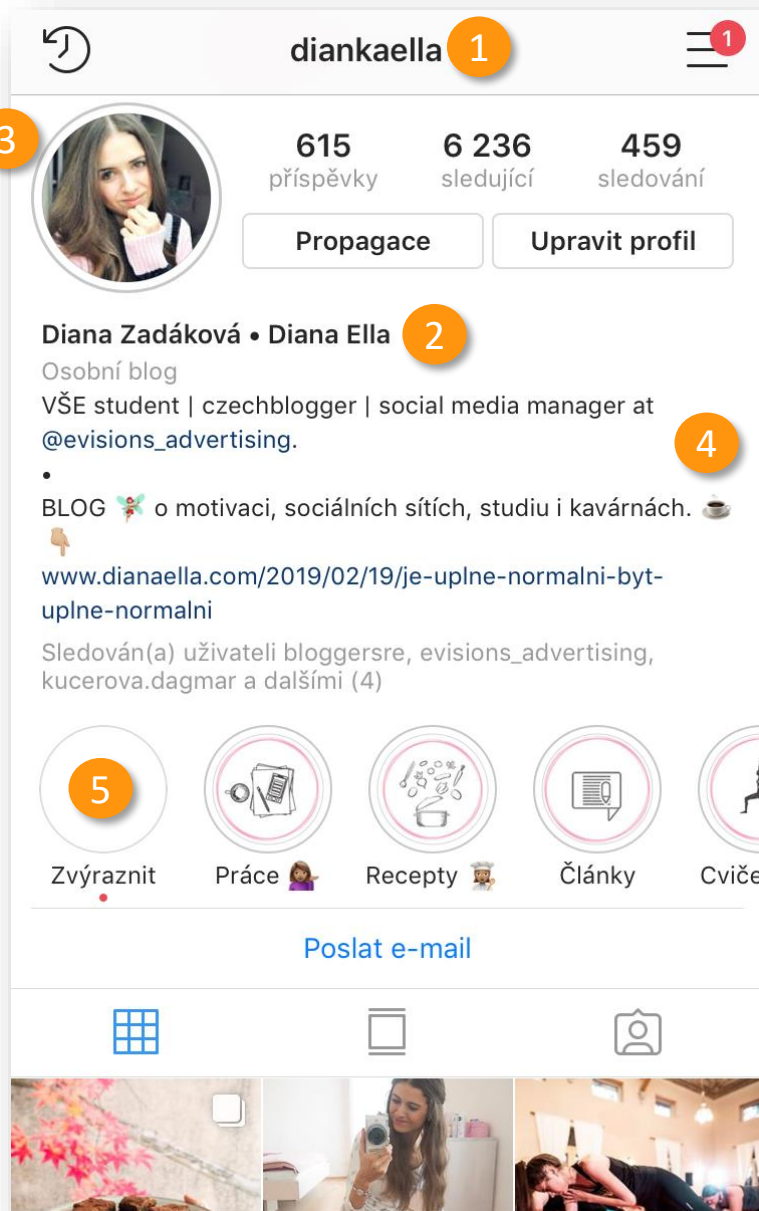


#3 Profilová fotka

dává vašemu profilu tvář – propisuje se ke každému příspěvku.

#5 Instagram Highlights

– řekněte lidem, co je ve vašem životě důležité a jaký obsah od vás mohou očekávat.



#1 Instagram @username

(uživatelské jméno) je jako vaše doména – myslete na dobrou vyhledatelnost vašeho profilu.

#2 Vaše jméno (Instagram name)

jako nadpis nejvyšší úrovně (H1) – pokryjte klíčová slova.

#4 Biografie je vaší vizitkou.

Pouze z vašeho profilu se mohou lidé prokliknout na váš web, začít vás sledovat, případně vás kontaktovat.



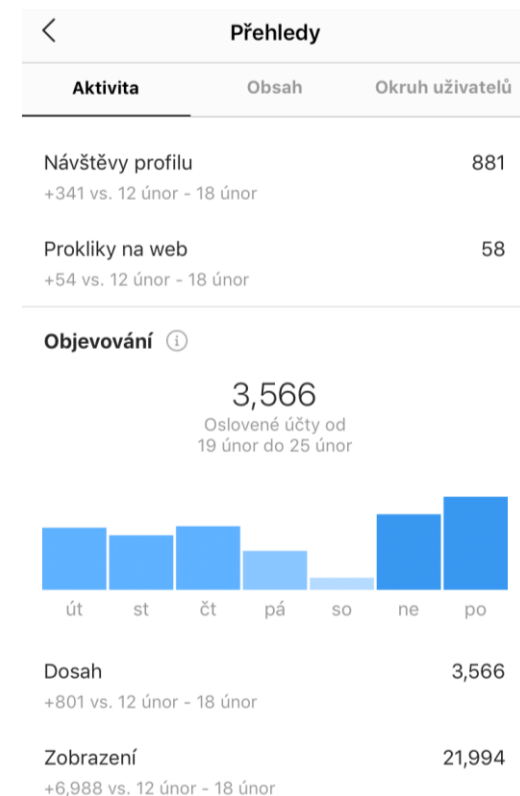
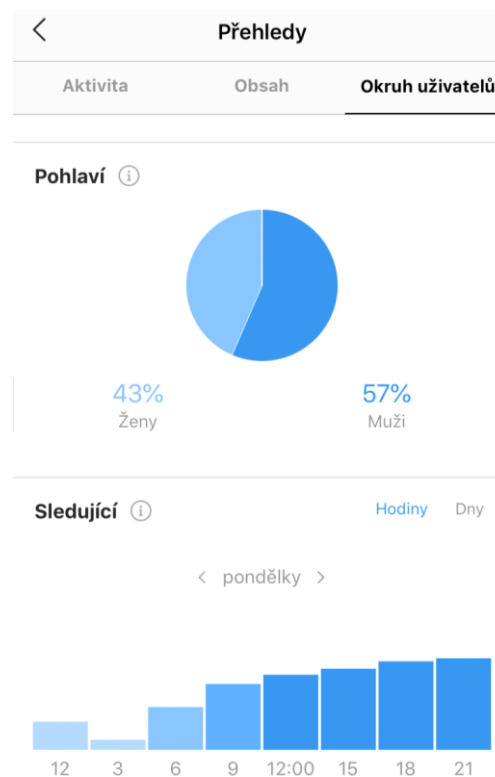
1. Bez dobrého obsahu to nepůjde

- ✓ Obsah (fotka) vždy na **první místě**
- ✓ Myslete „globálně“ - follow získáte, pokud **zaujmete feedem**
- ✓ Buďte **rozpoznatelní** - ideální je využívat stejný preset či filtr na všech fotkách
- ✓ Sdílejte **pravidelně**, ale není třeba to přehánět - raději méně často a kvalitně
- ✓ Sdílejte **konzistentně** - neměli byste příliš odbíhat od tématu, vaši followeři od vás očekávají určitý typ obsahu



2. Nepodceňujte „přehledy“

- ✓ Sledujte, jaké sdílené příspěvky měly **největší reach / imprese** (zasáhly nejvíce lidi), případně **nejvíce interakcí** - co mají společného?
- ✓ **Poznejte vaše followers** (demografické přehledy) a servírujte jim obsah v čase, kdy jsou nejvíce online





3. Ve dvou se to lépe táhne

- ✓ Spojte se s těmi, kteří se zaměřují na stejný/podobný niche





4. Neseď panenko v koutě, tam nenajdou tě

- ✓ Vždy **reagujte** na komentáře i přímé zprávy (na ty neobtěžující nebo nespamující)
- ✓ Lajkujte a komentujte cizí příspěvky, nešetřete komplimenty
- ✓ Nebojte se dát někomu **follow**





5. Sharing is caring

- ✓ Nebojte se někomu polechtat ego
- ✓ Odkazujete na cizí účty v Instastories, v příspěvcích na sociálních sítích nebo na webu
- ✓ Nezapomeňte danou osobu/profil označit







- ✓ Největší celosvětová profesní sociální síť
- ✓ Ukazujte odbornost
- ✓ Sdílejte pouze pravdivé informace
- ✓ Poodhalujte zákulisí
- ✓ Buďte důvěryhodní
- ✓ Buďte aktivní
- ✓ Budujte síť kontaktů
- ✓ **Až 94 % headhunterů si prověřuje profily kandidátů na LinkedInu!**



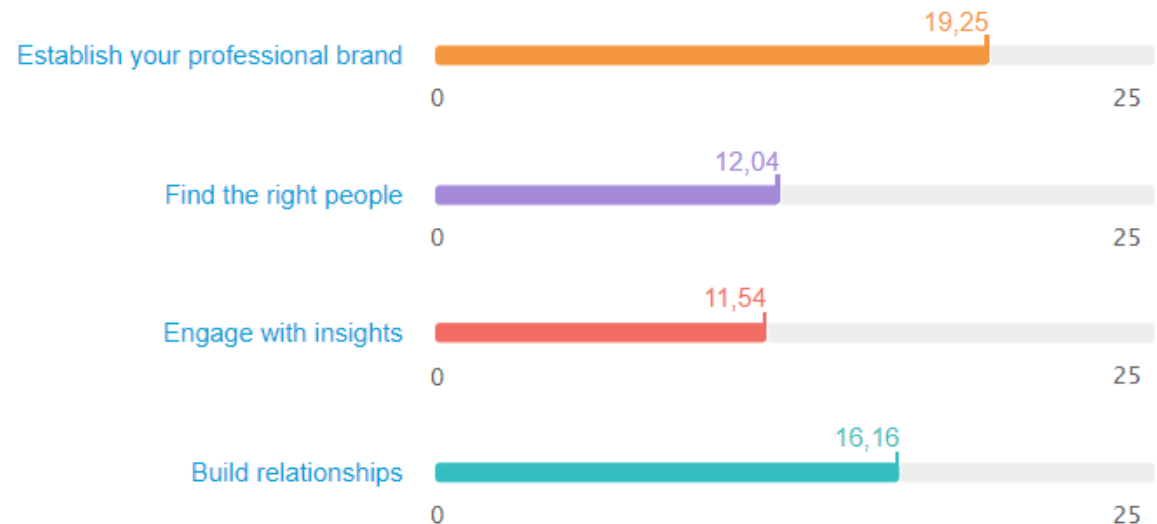
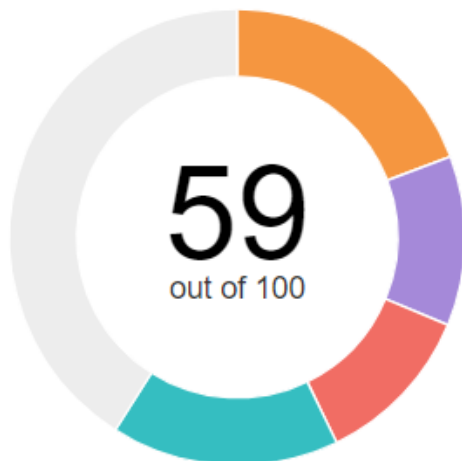


Social Selling Index (SSI) >> www.linkedin.com/sales/ssi

- měří naše chování
- číselná reprezentace aktivit, korelace s prodejním úspěchem

Social Selling Index – Today

Your Social Selling Index (SSI) measures how effective you are at establishing your professional brand, finding the right people, engaging with insights, and building relationships. It is updated daily. [Learn more](#)





Základní údaje, které by měly být aktuální, pravdivé a na LinkedInu kvalitně představené:

- ✓ Vaše jméno
- ✓ Aktuální, kvalitní a profesionální fotografie
- ✓ Souhrn o vaší osobě
- ✓ Pracovní zkušenosti - kompletní popis vaší práce (i předchozích pozic)
- ✓ Vzdělání
- ✓ Dovednosti a jejich potvrzení vašimi kolegy / kamarády
- ✓ Video, fotky, články, prezentace spojené s vašimi úspěchy
- ✓ Doporučení



✓ URL vašeho profilu

✓ Citát místo pracovní pozice

Vit Hofman • 2.
Kdybychom dělali jen to, co umíme, tak bychom nedělali nikdy nic.
1 hod • Upraveno

Lucie Zaki • 2.
#B2B #marketingové strategie #eventy /// open to new opportunities
16 hod

Filip Zima • 1.
Data Consultant at Ataccama
3 hod • Upraveno

✓ Nastavení soukromí

Upravit veřejný profil

Nastavte, jak se váš profil bude zobrazovat nepřihlášeným členům ve vyhledávacích a v oprávněných službách

Volby pro prohlížení profilu

Vyberte, zda prohlížíte veřejně či v soukromém módu



- ✓ Propojen' vašeho jm'ena s **odborn'ým** t'ematem
- ✓ Aktualizace **statusu** (fotky, myšlenky...)
- ✓ **Sdílení** článků, videí a jiných aktualit
- ✓ **Sledování** zajímavých lidí, komentování
- ✓ Účast v odborných skupinách
- ✓ **Blogování** (v rámci LinkedInu)

 **Diana Zadaková**
Social Media Manager ve společnosti eVisions Advertising s.r.o.
1 měsíc

Tomu říkám parádní reakce. Dobrá práce týmu, který spravuje social Billy. 🙌



185
10 ks = 18,50 Kč

188 líbí se · 18 komentářů

👍 🗨️ ➦

📈 25 820 zobrazení vašich příspěvků v informačním kanálu



 **Jan Hummel** • 2.
Founder, CEO Fruitísimo
2 d • Upraveno

#Fruitísimo at the Univeristy of Economics. I had a wonderful time with students from the Univeristy of Economics during the Shopping Center Management course. I wish this education had existed when I was at the University, it would have helped me a lot before starting my own business! As education of the youth is the future of all of us, I admire the CPI team (**Petr Brabec**, **Gabriela Skodackova**, **Ondřej Křivanec**, **Ondřej Šohaj**, **Ales Navratil**) for their passion in what they do and for sharing their knowledge with young people. Thank you very much for inviting me.

Live what you love!

#fruitísimo #expansion #realestate #education

 Zobrazit překlad



65 líbí se - 5 komentářů

 **Katka Pavličková** • 2.
Specialistka na Instagram
1 měsíc

"Mám nabubřelé ego a jsem příliš sebevědomá"! Taky ve vás fotka vyvolává stejný pocit? Nebo mi ještě chybí Macbook, honosná večerní róba a gepard na vodítku?



Zobrazit více



9 líbí se - 1 komentář





- Trendy na sociálních sítích v roce 2019 >> bit.ly/SM-2019-infografika
- Jak funguje Instagram algoritmus >> bit.ly/IG-algoritmus
- Tipy na aplikace pro Instagram >> bit.ly/IG-aplikace
- Tipy na aplikace pro Instagram Stories >> bit.ly/IG-stories-aplikace
- 14 tipů pro úspěšný Instagram >> bit.ly/IG-tipy
- 22 blogů o sociálních sítích, které stojí za to číst >> bit.ly/Social-blogy

Let's connect via our social media channels



[@diankaella](https://www.instagram.com/diankaella)



[@diana-zadakova](https://www.linkedin.com/company/diana-zadakova)



[@dianaellablog](https://www.facebook.com/dianaellablog)



[@DianaZadakova](https://twitter.com/DianaZadakova)