

SERGIUSZ TRZECIAK

COACHING MARKI OSOBISTEJ

czyli

KARIERA LIDERA



Bestseller

wydawnictwa GWP

W swojej książce **dr Sergiusz Trzeciak** ukazuje karierę i rozwój zawodowy nie tylko jako pracę, ale również jako pasję. Pisze o tym, jak budować wymarzoną karierę i jak się dzięki niej rozwijać, aby stworzyć silną markę osobistą. Autor pełni rolę doradcy i coacha, który pomoże Ci opracować własną strategię budowania marki osobistej. Pisze również o tym, że dzięki pasji, nastawieniu na rozwój i konsekwentnej realizacji celów każdy z nas może stać się liderem.

Książka jest skierowana do tych, którzy chcą być liderami biznesu, nauki, NGO, administracji i polityki.

**COACHING
MARKI
OSOBISTEJ**

SERGIUSZ TRZECIAK

**COACHING
MARKI
OSOBISTEJ**
czyli
KARIERA LIDERA

Warszawa 2020

Copyright © by Sergiusz Trzeciak 2015.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Książka ani żadna jej część nie może być przedrukowywana ani w żaden sposób reprodukowana lub odczytywana w środkach masowego przekazu bez pisemnej zgody autora.

Wydanie pierwsze 2015 rok

Redakcja: Agnieszka Łysik, Patrycja Pacyniak
Korekta: zespół
Skład: Mirosław Tojza
Projekt okładki i stron tytułowych rozdziałów:
Tomasz Sobiak / sobiak.pl

ISBN 978-83-7489-609-2

Druk i oprawa:
ELPIL
ul. Artyleryjska 11
08-110 Siedlce

Trzeciak Consulting
ul. Nowy Świat 61/1
00-042 Warszawa
www.trzeciakconsulting.com

*Wszystkim tym, którzy dzięki pracy nad marką osobistą
wyrastają na liderów, których tak bardzo potrzebujemy.*

Spis treści

Wprowadzenie	9
Jak praktycznie korzystać z tej książki?	16
Podziękowania	19
Rozdział 1	
Zapach, czyli czym pachnie Twoja marka osobista ..	21
1.1. Czym jest marka osobista?	24
1.2. Do czego i komu jest potrzebna marka osobista?	29
1.3. Marka osobista a wizerunek osobisty	30
1.4. Trzy kroki do zbudowania marki osobistej	32
1.5. Piętnaście zasad budowania marki osobistej	34
1.6. Samopoznanie	60
Rozdział 2	
Wzrok, czyli zobacz swoją drogę (wizję, misję i cele)	77
2.1. Wizja, misja, wartości	80
2.2. Cele	90
Rozdział 3	
Dotyk, czyli dotknij swoich odbiorców	107
3.1. Odbiorcy	110
3.2. Komunikacja bezpośrednia	123
3.3. Zasady skutecznego budowania relacji	134
3.4. Zasady networkingu	137

Rozdział 4**Słuch, czyli najpierw usłysz innych, by oni usłyszeli**

Twój przekaz	147
4.1. Sztuka słuchania	149
4.2. Przekaz	151

Rozdział 5**Smak, czyli gotuj się na karierę**

5.1. Zarządzanie sobą	184
5.2. Zarządzanie pieniędzmi	190
5.3. Zarządzanie kontaktami	195
5.4. Wystąpienia publiczne	197
5.5. Media	224
5.6. Internet	237

Rozdział 6

Umysł lidera, czyli tajemnica szóstego zmysłu

6.1. Czym się różni umysł lidera od umysłu niewolnika?	247
6.2. Czego nie dała mi szkoła?	249
6.3. Czego nie dał mi uniwersytet?	251
6.4. Mój osobisty uniwersytet	255
6.5. Własna strategia i plan budowania marki osobistej ..	263

Załącznik

Użyteczne strony internetowe

Bibliografia

Wprowadzenie

Lekarz medycyny Raymond A. Moody w książce *Życie po życiu* opisuje przypadki ponad stu osób, które doświadczyły śmierci klinicznej, a następnie opowiedziały mu swoją historię¹. Niektóre widziały tunel ze światłem, inne miały wrażenie opuszczania swojego ciała bądź unoszenia się nad nim, jeszcze innym całe życie stało przed oczami. Osoby te, znalazłszy się w obliczu śmierci, przypomniały sobie wyjątkowe dla siebie chwile lub obserwowały je z boku, a następnie „wróciły” do swoich ciał. To doświadczenie zmieniało ich życie. Pamiętam, że gdy byłem dzieckiem, moja mama czytała tę książkę i opowiadała, co czują ludzie, przeżywając śmierć kliniczną. Pobudziło to moją wyobraźnię do tego stopnia, że wyobrażałem sobie, jak wychodzę ze swojego ciała i obserwuję siebie z boku. Jako dziecko lubiłem bawić się swoją wyobraźnią.

Paradoks polega na tym, że refleksja o śmierci zmusza nas do refleksji nad życiem. Kilka razy otarłem się o śmierć lub ciężkie kalectwo. Ostatni raz zdarzyło się to kilka lat temu, gdy w ostatniej sekundzie uciekłem przed kół rozpędzonego autobusu. W takich sytuacjach człowiek się zastanawia, „co by po mnie pozostało”, „co powiedzieliby na moim pogrzebie”, „co by napisano na moim nagrobku”. Czy naprawdę musimy otrzeć się o śmierć, aby spojrzeć na siebie z boku, z pewnym dystansem? Może warto zrobić bilans nie na łożu śmierci, ale właśnie tu i teraz?

¹ Zob. R. A. Moody, *Życie po życiu*, przeł. I. Doleżał-Nowicka, Warszawa: Świat Książki 2008.

Pomyśl przez moment, jak byś się czuł, gdybyś mógł wyjść ze swojego ciała. Jakie chwile z życia wyświetliłyby Ci się w tym ułamku sekundy? Jaki obraz przed sobą widzisz? Kim jesteś? Czy widzisz siebie tak, jak widzą Ciebie inni? Jaki obraz siebie rysujesz w swojej głowie?

Dlaczego napisałem tę książkę? Kilkanaście lat temu udzieliłem jednej z gazet wywiadu na temat mojego pobytu na stypendium w Oksfordzie. Jego tytuł brzmiał: *Nie biorę udziału w wyścigu szczurów*. I tak jest w rzeczywistości – nie brałem w tym udziału, nie biorę i nie zamierzam brać. Moja pierwsza praca polegała jednak na zarządzaniu jednym z najważniejszych polskich *think tanków* – Instytutem Sobieskiego. Choć w oczach wielu osób zajmowałem ważne stanowisko, nigdy nie przyszedłem na gotowe i nie zawdzięczałem posady żadnemu tajemniczemu układowi. Pierwszą pracę stworzyłem sobie sam – Instytut zbudowałem wspólnie z zespołem młodych i bardzo zdolnych osób. Rozpoczęliśmy od wirtualnej platformy ekspertów, którą wcześniej stworzyli fundatorzy, później przyszedł czas na otwarcie biura i zbudowanie zespołu organizacyjnego, pozyskanie nowych ekspertów i funduszy oraz realizację coraz to większych projektów, co z kolei dało Instytutowi dobre podstawy organizacyjne i merytoryczne. Robiłem to z pasją i determinacją nie dla wyścigu, ale dla zabawy. Po niespełna dwóch latach uznałem, że chcę iść dalej i robić coś innego. Czuję, że moja misja się zakończyła i nadeszła pora, by zamknąć pewien etap i zająć się innym wyzwaniem. Odszedłem po to, aby realizować projekt nowej fundacji, która bardziej odpowiadała moim zainteresowaniom. Trafiłem do organizacji, w której miałem wszystko podane przez hojnego fundatora na tacy: biuro, narzędzia, kontakty, dobrze opłacany zespół i atrakcyjne wynagrodzenie. Jednak w porównaniu z poprzednią pracą brakowało mi możliwości pełnego rozwinięcia skrzydeł. Te dwa różne doświadczenia zawodowe uważam za bardzo cenne, gdyż wiele mnie nauczyły.

Dzisiaj wiem, że praca powinna być jednocześnie pasją, zabawą i nauką, a jej wykonywanie ma być przyjemne. Bliskie są mi powiedzenia „Rób to, co kochasz, a pieniądze przyjdą same” i „Nie pracuj dla pieniędzy”.

Prowadzenie zajęć ze studentami, pisanie książek, prowadzenie szkoleń (zwłaszcza tych w różnych krajach i kulturach), jak również doradztwo i coaching są czymś, co przynosi mi satysfakcję, i nie traktuję tego jak zła konieczności, ale jak coś, dzięki czemu mogę się uczyć i rozwijać. Nauka i ciągły rozwój stanowią sens mojego życia.

W tej książce pokazuję karierę nie tylko jako pracę, ale również jako pasję. Piszę o tym, jak budować wymarzoną karierę i jak się dzięki niej rozwijać, aby stworzyć silną markę osobistą. Chciałbym być Twoim doradcą i coachem, który poprzez dostarczoną wiedzę i praktyczne ćwiczenia pomoże Ci opracować własną strategię budowania marki osobistej. Dlatego chociaż nie jest to książka o coachingu w ścisłym tego słowa znaczeniu, tytuł do niego nawiązuje, gdyż chciałbym, abyś potraktował ją jak Twojego osobistego coacha marki osobistej.

Ta książka jest również o tym, że dzięki pasji, nastawieniu na rozwój i konsekwentnej realizacji celów można stać się liderem. Niezależnie od tego, czy jesteś typem klasycznego twardego przywódcy, czy też reprezentujesz przywództwo miękkie, a nawet jeśli jesteś nieśmiałym introwertykiem, możesz stać się liderem. Introwertycy potrafią świetnie słuchać i podtrzymywać relacje, co jest ważną umiejętnością lidera. Urodzeni przywódcy to mit, do tej postawy trzeba bowiem dojrzeć. Każdy więc, jeśli tylko tego chce, może stać się liderem, może też znaleźć dla siebie wymarzoną karierę i zawód, który będzie wykonywał z pasją, a zarobione pieniądze nie będą celem samym w sobie, ale pożądanym efektem ubocznym.

Nie jest to łatwa droga, gdyż nie mówię o tym, w jaki sposób możesz manipulować innymi, tworząc sztuczny wizerunek

osoby, którą w rzeczywistości nie jesteś. Nie pokażę Ci jako produktu, który należy ładnie opakować, a następnie jak najlepiej sprzedać. Ta książka to zachęta do wspinania się po stopniach wiedzy i umiejętności, do odkrywania i definiowania własnych wartości i celów, nadawania sensu własnym działaniom, a wreszcie do znajdowania równowagi i szczęścia. Prawdziwa marka osobista nie jest tylko kwestią udawanej powierzchowności. Jej istotą jest wzrost, który najpierw będzie widoczny dla Ciebie, a dopiero później dla innych. Dlatego pamiętaj, że praca nad marką osobistą zaczyna się wewnątrz Ciebie, aby Twoja bogata osobowość mogła promieniować na zewnątrz i wpływać na pozytywne postrzeganie Ciebie przez innych. Pozytywna ocena otoczenia nie jest celem samym w sobie (ludzie, którzy kierują się tą regułą, często pozostają wewnątrznie rozdarci, cały czas grając, udając i prowadząc podwójne życie pełne hipokryzji), a jedynie pożądanym rezultatem rozwoju osobistego.

Każdy z nas potrzebuje motywacji i doping, ale także refleksji i postawienia właściwych pytań dotyczących własnych celów, rozwoju, sensu życia i wykonywanej pracy. Może Ci w tym pomóc doświadczony specjalista i oczywiście jest to idealne rozwiązanie, ale jeśli nie masz takich możliwości lub potrzebujesz dodatkowego wsparcia, to ta książka może być Twoim „osobistym coachem”. Oczywiście nie zastąpi go w pełni, ale jeśli będziesz ją aktywnie czytał, wykonasz proponowane ćwiczenia, uzupełnisz wiedzę, sięgając po podane lektury nadobowiązkowe, i napiszesz strategię marki osobistej, to szansa na jej efektywne wykorzystanie znacząco wzrośnie. Ćwiczenia możesz wykonywać bezpośrednio w książce lub, jeśli wolisz, w formie elektronicznej. Odpowiednie pliki znajdziesz na mojej stronie internetowej. Ćwiczenia z każdego rozdziału są prezentowane w osobnych dokumentach – właściwe linki oraz kody QR zostały zamieszczone na końcu rozdziałów. Pamiętaj, że wiedza niewykorzystywana jest bezużyteczna, stwórz więc, opierając się na mojej książce, strategię własnej marki osobistej.

W tej książce pomagam Ci zbudować strategię Twojej autentycznej marki osobistej, pozostającej w zgodzie z wyznawanymi przez Ciebie wartościami. Jeśli zatem zadajesz sobie pytanie, po co ją czytać, od razu odpowiem: nie po to, aby nauczyć się kilku narzędzi czy trików, żeby zrobić dobre wrażenie, ale po to, aby stworzyć całościową strategię budowania swojej marki osobistej i nadawania sensu własnemu życiu. Ta książka dostarcza mapy drogowej podpowiadającej, jak tego dokonać, ale nie oferuje drogi na skróty w stylu „zrób błyskawiczną karierę” czy „zbuduj nową markę osobistą w tydzień”. Nie obiecuję również, że dzięki nowej karierze i mocnej marce osobistej będziesz zarabiał milion dolarów rocznie. Daję Tobie mapę, ale w podróż musisz wyruszyć samodzielnie.

Jak powstawała ta książka? Od wielu lat interesuję się tematyką przywództwa, rozwoju osobistego, psychologii społecznej, zarządzania i marketingu. Dotychczas napisałem siedem książek, ale były one związane z zagadnieniami analizy polityki i marketingu politycznego. *Coaching marki osobistej* to pierwsza moja publikacja, która wykracza poza ten obszar. W ciągu ostatnich lat przeczytałem i przesłuchałem w formie audiobooków kilkaset książek. Inspirując się niektórymi z nich, stworzyłem autorski model budowania marki osobistej. Został on następnie wielokrotnie zweryfikowany na konkretnych osobach. Pomogli mi w tym studenci studiów Executive MBA i Executive DBA, menedżerowie z Uniwersytetu Farmaceutycznego PWC oraz moi klienci. Szkolenia i prezentacje z zakresu marki osobistej prowadziłem dla różnych grup: studentów, przedsiębiorców, innowatorów społecznych i biznesowych, polskich i zagranicznych parlamentarzystów oraz wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Osoby te reprezentowały wiele środowisk i kultur z kilkunastu krajów świata. Miałem okazję obserwować ich reakcje, jak również otrzymałem od nich wiele informacji zwrotnych. Były to zarówno uwagi krytyczne, które przyjąłem z pokorą, jak i świadectwa, że otrzymana wiedza, umiejętności

i inspiracja pomogły im w karierze, zwiększyły ich skuteczność, a nawet pozwoliły zweryfikować dotychczasowe zawodowe wybory. Napisałem zatem tę książkę w nadziei, że również Tobie pomogę zrealizować Twoje cele zgodnie z moim mottem „Twoje cele. Moja pasja”.

Dla kogo jest ta książka? Dla tych, którzy reprezentują pewien stan umysłu. Dla ludzi, którzy życie traktują jako szansę na ciągły rozwój, samodoskonalenie i nieustanne uczenie się. Marka osobista nie jest więc dla nich celem samym w sobie, ale rezultatem rozwoju i zdobywania umiejętności liderekich. Książka ta może być przydatna dla szerokiego kręgu odbiorców, zarówno dla tych, którzy stoją u progu kariery zawodowej (młodzi absolwenci), jak i dla doświadczonych profesjonalistów oraz menedżerów. W szczególności polecam ją doradcom, trenerom, coachom, ekspertom, naukowcom, nauczycielom, prawnikom, lekarzom, PR-owcom, dziennikarzom oraz freelancerom. Zachęcam do lektury wszystkich, którzy chcą być liderami biznesu, nauki, NGO, administracji i polityki. To książka dla każdego, kto chce rozwijać w sobie umysł lidera.

Jak czytać tę książkę? Proponuję, byś – jeśli możesz – przeczytał ją przynajmniej trzy razy. Pierwszy raz pod kątem zdobywania wiedzy, drugi raz z nastawieniem na wykorzystanie tej wiedzy w praktyce i trzeci raz, aby podzielić się z innymi zawartymi w książce pomysłami. Pomyśl, może chciałbyś również podarować ją komuś bliskiemu, swoim podwładnym albo szefowi, jeśli oczywiście dobrze mu zyczysz.

Tę książkę możesz czytać na trzech poziomach, które porównam do pływania. Pierwszy poziom to basen, w którym znajdziesz sporą dawkę wiedzy i praktycznych wskazówek. Drugi poziom to jezioro, w którym możesz nurkować tak, aby znaleźć prawdziwą motywację do działania. Trzeci poziom to ocean, w którym znajdziesz głęboką inspirację i refleksję nad wartościami, odkryjesz samego siebie, a być może dokonasz zmiany swoich dotychczasowych życiowych wyborów.

Na każdym poziomie możesz odnieść wiele korzyści z tej lektury. Wybór poziomu – basenu, jeziora lub oceanu – zależy od Ciebie. Napisz do mnie, jeśli uda Ci się zejść na najgłębszy poziom, ale jeśli popływałeś tylko w basenie wiedzy, to też napisz. Chętnie się dowiem, jak Ci się pływało. W końcu, jak twierdził Francis Bacon, wiedza to potęga i tyle mamy władzy, ile mamy wiedzy.

Napisz na sergiusz@trzeciak.pl – czekam na Twoją wiadomość.

Jak praktycznie korzystać z tej książki?

Problemem większości poradników jest to, że zatrzymują się na pierwszym poziomie wiedzy i praktycznych wskazówek. Oznacza to, że książkę dobrze się czyta i w trakcie lektury co chwilę doznajesz olśnienia, ale nie wprowadzasz zdobytej wiedzy w życie. Dlaczego tak się dzieje?

Kluczem jest właśnie pytanie „Dlaczego?”. Zamiast pytać „Co?” i „Jak?”, warto rozpocząć od pytania „Dlaczego?” lub „Po co?”. Jeśli na nie odpowiem, jeśli dotrę do moich wewnętrznych pobudek i uświadomię sobie, dlaczego czegoś chcę, po co podejmuję określone działania, to moja motywacja wzrośnie. Michael V. Pantalon w książce *Błyskawiczne wywieranie wpływu* pisze o metodzie sześciu kroków zyskiwania motywacji².

Proponuję nieco zmodyfikować tę metodę, zadając sobie sześć pytań dotyczących marki osobistej i kariery.

1. Co skłania Cię do zbudowania marki osobistej i rozwoju kariery?

.....
.....
.....

² Zob. M. V. Pantalon, *Błyskawiczne wywieranie wpływu. Jak motywować siebie i innych do natychmiastowego działania*, przeł. A. Błaż, Sopot: GWP 2011.

2. Czy jesteś gotowy na zmiany? Na podanej skali zaznacz poziom gotowości, wskazując od 1 (zupełny brak gotowości) do 10 (całkowita gotowość).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Co sprawiło, że nie wybrałeś większej liczby? Jeśli wskazałeś 1, to co musiałoby się stać, aby 1 zmieniło się w 2?

.....
.....
.....

4. Wyobraź sobie, że udało Ci się zbudować markę osobistą i karierę, o jakiej marzysz. Wymień pozytywne skutki tej zmiany.

.....
.....
.....

5. Po co chcesz zbudować markę osobistą i rozwinąć swoją karierę?

.....
.....
.....

6. Jaki jest następny krok na drodze do zbudowania Twojej marki osobistej (jeśli taki istnieje)?

.....
.....
.....



Pytania w formie elektronicznej są dostępne na mojej stronie internetowej (<http://www.trzeciak.pl/cwiczenia-jak-praktycznie-korzystac-z-tej-ksiazki/>).

Ułatwię Ci odpowiedź na ostatnie pytanie i podpowiem, że następnym krokiem jest uważne przeczytanie tej książki i wracanie do niej.

Liczę na to, że odpowiedzenie na te pytania przed rozpoczęciem lektury da Ci dodatkową motywację, aby wcielić w życie zdobytą wiedzę i umiejętności.

Podziękowania

Pisanie książki to samotne doświadczenie, choć nie byłoby ono możliwe bez udziału osób, które mnie wspierały, służyły mi swoją radą i pomocą.

Po pierwsze, dziękuję tym, którzy przeczytali tę książkę w wersji roboczej i podzielili się swoimi uwagami lub z którymi mogłem skonsultować wybrane jej fragmenty. Podziękowania należą się dr. Jerzemu Kołodziejowi, a także Karolinie Andrzejewskiej, Tomaszowi Chmalowi, Katarzynie Gawrońskiej, Justynie Polucie, Magdalenie Śniegockiej oraz prof. Cezaremu Wójcikowi. Przepraszam, jeśli w tym miejscu kogoś pominąłem.

Dziękuję moim studentom studiów Executive MBA i Executive DBA (polskiej i międzynarodowej grupy) w Polskiej Akademii Nauk, uczestnikom Uniwersytetu Farmaceutycznego PWC, moim klientom oraz wydawcy.

Szczególne słowa podziękowania kieruję do Dominiki Wojeńskiej, która bardzo pomogła mi na etapie zarówno przygotowywania, jak i ostatecznej redakcji książki. Praca z Tobą to prawdziwa przyjemność!

Bardzo dziękuję również mojej rodzinie. Ponieważ moja praca jest jednocześnie moją pasją i ma pewną specyfikę, przepraszam, że czasami brakuje mi wyraźnego podziału między czasem pracy a czasem dla rodziny. Dziękuję za wsparcie, inspirację i motywację mojej żonie Hani, córce Oli oraz moim rodzicom i teściom.

Na koniec dziękuję moim czytelnikom, bo dzięki Wam to, co robię, nabiera sensu.



Rozdział 1

ZAPACH

czyli czym pachnie Twoja marka osobista

Z tego rozdziału dowiesz się:

- czym jest marka osobista;
- dlaczego marka osobista jest Ci potrzebna;
- czym marka osobista różni się od wizerunku osobistego;
- jakich zasad warto przestrzegać, budując swoją markę osobistą;
- dlaczego samopoznanie jest niezbędne do zbudowania marki osobistej;
- jak wykorzystać profesjonalne narzędzia do poznania samego siebie.

Wyobraź sobie, że chcesz znaleźć zapach, który do Ciebie pasuje. Idziesz do perfumerii i sprawdzasz zapachy różnych perfum. Po dziesiątym z kolei sam już nie wiesz, który najbardziej Ci się podoba. Powoli tracisz cierpliwość i sięgasz po perfumy X – może dlatego, że są akurat w zasięgu ręki, może dlatego, że Twój znajomi ich używają. Zaczynasz je stosować, ale sam nie jesteś przekonany, dlaczego kupiłeś właśnie te i czy naprawdę do Ciebie pasują...

Czasami potrzeba kilku wizyt w perfumerii i dokonania wielu zakupów, aby wybrać właściwy zapach. Możesz też dojść do wniosku, że potrzebujesz nie jednych perfum, a kilku. Jednego zapachu będziesz używał w ciągu dnia, drugiego podczas uprawianiu sportu, a trzeciego na wieczór – może dlatego w palecie tej samej marki perfum często znajdziesz nazwy *active*, *sport* czy *night*. Z czasem dojrzewasz i nabierasz doświadczenia, a wtedy nadchodzi czas na kolejną zmianę zapachu. Jeśli nie wierzysz, idź do perfumerii i przekonaj się, że istnieją linie perfum dla nastolatków, dla osób dojrzałych i dla osób starszych. Możesz zmienić tylko ich typ, innym razem linię lub nawet markę, a wszystko po to, by dobrać zapach, który pasuje do Ciebie.

Podobnie jest z karierą. Czasami wybór właściwej kariery lub, jak kto woli, powołania zajmie Ci wiele lat – i nie będą to konieczne lata stracone.

Piszę te słowa jako prawnik, który obronił dwie prace masterskie z międzynarodowego prawa publicznego, który z powodzeniem studiował na kilku prestiżowych uczelniach i robił w życiu naprawdę różne rzeczy po to, aby znaleźć „zapach pasujący do mnie”. Ty również prędzej czy później staniesz przed wyborem zapachu, który pasuje do Ciebie.

Wybór ścieżki zawodowej coraz częściej nie jest jednorazowy, ale stanowi jedynie etap rozwoju, dlatego warto być przygotowanym na zmiany. Czasami karierę trzeba sobie ułożyć tak, by móc podążać dwiema ścieżkami równoległe, na przykład żyjąc z etatu, jednocześnie rozwijając działalność gospodarczą, pracować na uczelni, prowadzić szkolenia czy świadczyć dodatkowe usługi. Niezależnie od tego, co robisz, musisz pamiętać o jednym: pracujesz nad marką, którą jesteś Ty.

Bez względu na to, jaki „zapach” wybierzesz, jego znalezienie wymaga samoświadomości – i o tym traktuje ten rozdział.

1.1. Czym jest marka osobista?

Markę osobistą można definiować na dwóch poziomach. Zazwyczaj pojęcie to bywa zawężane do kwestii wizerunku osobistego i postrzegania danej osoby przez otoczenie. Jest to jednak uproszczenie, a wizerunek osobisty nie jest w rzeczywistości celem budowania marki osobistej, lecz konsekwencją tego procesu.

Pierwszy poziom definicji marki osobistej to właśnie sposób, w jaki jesteś postrzegany przez otoczenie. Nie chodzi więc o to, kim jesteś, ale jak jesteś postrzegany przez innych. Na ten obraz może się składać wiele elementów oddziałujących na zmysły: to, jak wyglądasz, w co się ubierasz (market czy znana marka