

۹ قدم اساسی و مهم برای ساخت برند شخصی



نویسنده: مهران منصوری فر

پرسنال برندینگ یا برندسازی شخصی یک استراتژی بزرگ و بسیار کاربردی در دنیای اقتصاد امروز به حساب می‌رود. اما چطور باید یک پرسنال برندینگ خوب داشته باشیم؟ در این مقاله سعی شده تا بعضی از راهکارهای مهم و کاربردی در این مسئله را برای شما بازگو کنیم.

در دنیای کسب‌وکار امروز تفاوتی ندارد هدف نهایی‌تان چه چیزی است. چه به دنبال کار می‌گردید، چه کسب‌وکار خود را تبلیغ می‌کنید و چه از تخصص خود برای کسب درآمد استفاده می‌کنید، باید تحت عنوان یک برند فعالیت داشته باشید. برندسازی شخصی یا پرسنال برندینگ یکی از کاربردی‌ترین استراتژی‌های بازاریابی است که از قضا در زمینه بازاریابی آنلاین کاربرد به مراتب بیشتری دارد. در واقع این برند شخصی است که به شما کمک می‌کند تا راه صعود به موفقیت را سریع‌تر طی کنید؛ اما چیزی که در اینجا قابل توجه است این است که برای ساختن یک برند شخصی به چیزی فراتر از محبوبیت نیاز دارید. درحقیقت برند شما چیزی است که از طریق آن مشتریان شما را می‌شناسند و به نوعی در بین سایر کسب‌وکارهای مشابه شما را متمایز می‌دانند. می‌توان گفت که شما به دنبال هر نتیجه‌ای از کسب‌وکار خود باشید، با ساخت یک برند شخصی به سادگی می‌توانید به آن دست یابید. اگر شما بتوانید برند شخصی خود را به مشتریان بشناسانید و به زبان عامیانه آن را بر سر زبان‌ها بی‌اندازید، می‌شود گفت که تقریباً اصلی‌ترین بخش از مسیر موفقیت را طی کرده‌اید.

در این مقاله از وبسایت مدیروب ما ۹ راهکار اساسی یا بهتر است بگوئیم ۹ فوت‌وفن کلیدی برای ساخت یک برند شخصی را به شما به صورت بسیار

مؤثر ارائه داده‌ایم. شما با مطالعه دقیق این راهکارها دید خیلی بهتری از مسئله برندینگ و به ویژه پرسنال برندینگ به دست خواهید آورد.

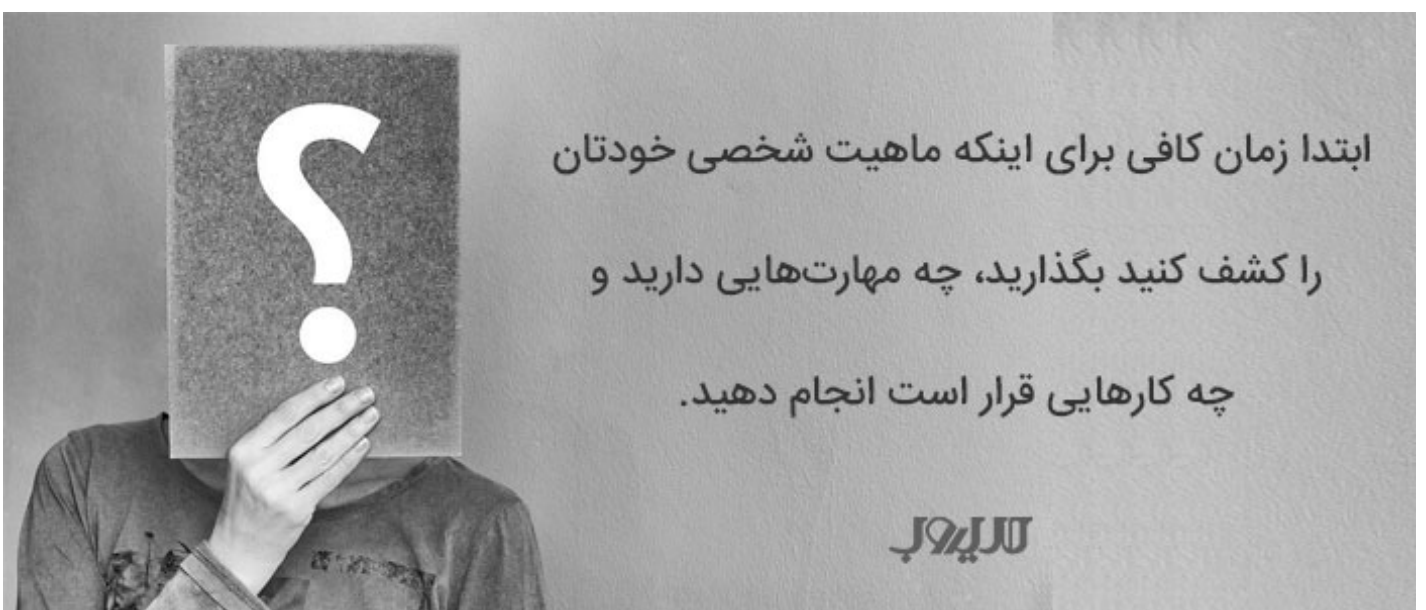


۱. خودتان را درک کنید

قدم اول در بحث ساخت و توسعه یک برند شخصی، شناخت خودتان است. به دلیل اینکه تمامی اشخاص این تصور را دارند که خودشان را به خوبی می‌شناسند این مرحله را بسیار پیش‌پا افتاده و ساده می‌پندارند؛ اما سؤال اصلی اینجاست که آیا شما واقعاً خودتان را به خوبی می‌شناسید؟ تاکنون بارها در کتاب‌های مختلف گفته شده است که بشر پیچیده‌ترین مخلوقی است که بر روی کره‌ی زمین زندگی می‌کند. ما انسان‌ها همواره خودمان را با بقیه مقایسه می‌کنیم و همیشه به این نکته فکر می‌کنیم که آیا ما از دیگران برتر هستیم و آیا دیگران نکات برتری نسبت به ما دارند؟ اگرچه

ممکن است این مسئله شما را در یک رقابت سخت با دیگران از جمله با کسانی که در حیطه شما فعالیت می‌کنند بی‌اندازد اما این مسئله تأثیر چندانی بر روی پیشرفت برند شما ندارد. چیزی که مهم است این است که دقیقاً بدانید چه چیزی شما را از سایرین متمایز می‌نماید.

درواقع شما باید نقاط ضعف و قوت خود را به خوبی بشناسید و به خوبی بدانید که شما که هستید، چه مهارت‌هایی دارید و چه کارهایی قرار است انجام دهید. این قدم بسیار درونگرایانه است، پس بهتر است بنشینید و فکر کنید که چه چیزی شما را تبدیل به خودتان و چیزی که واقعاً هستید می‌کند. در این مورد پیشنهاد می‌کنیم قبل از اینکه حتی شروع به ساخت و پیاده‌سازی ایده‌های خود کنید، ابتدا زمان کافی برای اینکه ماهیت شخصی خودتان را کشف کنید بگذارید. اگر دیرتر اما با اطلاعات بیشتر فعالیت خود را شروع کنید خیلی بهتر است تا اینکه بدون اطلاع و شناخت کافی از نیازها و اهدافتان کار خود را استارت بزنید.



۲. تحقیق کنید و گروه‌های هدف خود را تعریف کنید

هنگامی که شما مهارت‌های خود را به خوبی شناسایی کردید قدم بعدی شما تحقیق در مورد زمینه‌هایی است که شما در آن‌ها پتانسیل رشد و شکوفایی دارید. این زمینه‌ها می‌توانند بسته به موقعیت جغرافیایی یا یک صنعت به خصوص متفاوت باشند. به طور ساده‌تر می‌توان گفت که زمینه‌هایی که شما در آن‌ها موفق‌تر هستید و می‌توانید کسب‌وکار خود را در آن‌ها بهبود ببخشید را پیدا کنید و به بیان کلی‌تر جایی قرار بگیرید که دیگران برای توانایی‌های شما ارزش قائل شوند. در هر صنعتی بخش‌های مختلف وجود دارد اما نکته‌ای که هست پیدا کردن قسمتی است که به شما موقعیت رشد و شکوفایی را بدهد؛ بنابراین یک لیست از تمامی این موقعیت‌ها برای خود تهیه نمایید. این لیست می‌تواند با استفاده از جستجو و تحقیق درباره‌ی احتياجات هر صنعت و نقشی که شما در جهت برطرف کردن آن نیاز عمل خواهید کرد ساخته شود.

به‌عنوان مثال اگر مهارت شما در نوشتن مقالات و ویراستاری آن‌ها است پس این موضوعات محدوده وسیع‌تری از موقعیت‌ها را برای شما فراهم خواهند آورد و یا اگر شما در زمینه‌های کامپیوتری بیشتر تجربه دارید به طور قطع در این زمینه پتانسیل بیشتری برای شما به منظور تبدیل شدن به یک برند وجود دارد چرا که زمینه‌های کاری مباحث مربوط به کامپیوتر و آی‌تی خیلی گسترده است. وقتی که شما باید یک صنعت را انتخاب کنید، درواقع شما در حال انتخاب موضوع یا موضوعاتی هستید که از انجام دادن آن لذت

بیشتر و همچنین سود قابل توجه‌تری می‌برید را شناسایی می‌کنید که این محدوده‌ها می‌توانند در مورد سلامتی، تکنولوژی، کامپیوتر، مواد غذایی و هر حوزه‌ی دیگری باشد. پس بهتر است به خاطر بسپارید که ساخت یک برند شخصی قبل از هرچیز نیاز به پیدا کردن علاقه و استعداد شما به یک زمینه خاص دارد.



۳. اجتماعی شوید

حال که در مرحله‌ی قبلی هدف خود را مشخص کردید، وقت آن است که از شبکه‌های اجتماعی برای متمایز کردن خود و همچنین جهت اعتبار بخشیدن به کار خود استفاده نمایید. اخیراً شبکه‌های اجتماعی از ابزاری برای سرگرمی و اشتراک لحظات و روزمرگی‌های زندگی شخصی، تبدیل به ابزاری برای ارتقاء بخشیدن به کسب‌وکارها به خصوص تجارت‌های اینترنتی شده‌اند. در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، یوتیوب، فیس‌بوک، لینکدین، توییتر و ... پیشرفت‌های قابل توجهی داشته‌اند به طوری که امروزه مردم بیش‌ازپیش به این رسانه‌ها روی آورده‌اند و کمتر کسی را می‌توانید پیدا کنید که در این شبکه‌ها عضویت نداشته باشد. تمامی کسب‌وکارها به‌گونه‌ای به

این شبکه‌های اجتماعی متصل هستند و هرروزه بخش بزرگ‌تری از کاربران از این طریق برای کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ به مشتری تبدیل می‌شوند. از این رو کارآفرینان نوپا تمامی استراتژی‌های خود را برای بهره‌گرفتن از این شبکه‌ها به کار می‌گیرند.

بنابراین قبل از هر چیزی برنامه خود را بچینید تا از طریق این رسانه‌ها بیشتر دیده شوید؛ اما یادتان باشد که چیزی که در این شبکه‌ها به اشتراک می‌گذارید نشانه برند و به نوعی اعتبار شماست و شما را از دیگران متمایز می‌نماید. پس در انتخاب محتواهایی که به اشتراک می‌گذارید نهایت وسواس را به خرج دهید. همچنین ظاهر پست‌های شما باید بسیار حرفه‌ای‌تر از رقیبانتان باشد چرا که ارتباط بصری با مخاطب تأثیر غیرقابل توصیفی دارد. اگر خودتان مهارتی در زمینه طراحی ندارید بهتر است که یک کارشناس را برای تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی خود استخدام کنید. علاوه بر این به خاطر داشته باشید که پست‌هایی که می‌گذارید شما را باید مستقیماً به هدفتان برساند.

اغلب اشخاص و یا کارفرمایان هنگامی که در حال ساخت حساب کاربری شبکه‌های اجتماعی هستند نهایت تمرکز خود را به خرج نمی‌دهند و خود را سرگرم کارهای دیگر که در بسیاری مواقع نامربوط هستند می‌کنند و در نهایت از هدفی که در ابتدا داشتند فرسنگ‌ها دور می‌شوند. به یاد داشته باشید که ساختن برند در شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسیار قابل‌توجهی بر روی درک

افراد از کسب‌وکار شما دارد. تأثیری که حتی تصور آن را هم نمی‌توانید بکنید! از این رو هرگز این موضوع را بی‌ارزش در نظر نگیرید و به آن بهایی دوچندان دهید.



به یاد داشته باشید که ساختن برند در شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسیار قابل‌توجهی بر روی درک افراد از کسب‌وکار شما دارد.

تاریخچه

۴. در ذهن مشتریان درگیری ایجاد نمایید

به لطف تغییرات زیادی که امروزه در شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای ارتباطی آنلاین ایجاد شده است، شما می‌توانید بسیار فراتر از انتظار با مشتریان خود ارتباط برقرار نمایید و از این طریق به آن‌ها اجازه می‌دهید که بفهمند که شما دقیقاً چه کاری انجام می‌دهید. مشتریان شما در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند برای شما نظر ارسال کنند و یا حتی به صورت شخصی به شما پیام دهند. این موضوع سبب می‌شود که شما بیش‌ازپیش با مشتریان خود ارتباط نزدیک داشته باشید؛ اما این بدان معنی نیست که خودتان را در میان پلتفرم‌های شبکه اجتماعی گم کنید و ندانید که دقیقاً چه کاری انجام می‌دهید. بگذارید که حرکاتتان در این رسانه‌ها بازتاب‌دهنده‌ی

مهارت‌های شما باشد. دوستان، دنبال کننده‌ها و حتی بازدیدکنندگان معمولی صفحات خود را با حقایق جالب درباره خودتان و برندتان و این‌که چگونه می‌توانید برای آن‌ها سودآور باشید درگیر کنید.

از اینکه غیرمرسوم باشید و کارهای جدید انجام دهید نترسید و ریسک‌پذیر باشید. برای اینکه به چنین چیزی برسید می‌توانید کارهای زیر را انجام دهید:

- داستان خودتان و برندتان را به اشتراک بگذارید.
 - بیوگرافی خودتان را در اختیار مخاطبین قرار دهید.
 - نکات جالب، آموزنده و یا هشداردهنده را به دنبال‌کنندگان گوشزد کنید.
 - به دیگران با حالتی که منجر به ایجاد یک گفتگو شود پاسخ دهید.
- در مورد چیزهایی که خارج برندتان است ولی شما از آن دانش کافی دارید سخن‌وری کنید.
- به بیان دیگر، با این روش‌ها و دیگر راهکارها برای این مورد، با ایجاد درگیری (در مورد شما و برندتان) در ذهن افراد و دنبال کننده‌هایتان حضورتان را در بین مردم حفظ می‌کنید و این دقیقاً نکته‌ای کلیدی است که به ساخت برند شخصی شما کمک بزرگی خواهد نمود.



دوستان، دنبال کننده‌ها و حتی بازدیدکنندگان معمولی صفحات خود را با حقایق جالب درباره خودتان و برندتان و این‌که چگونه می‌توانید برای آن‌ها سودآور باشید درگیر کنید.

تاریخچه

۵. همه کارها را به تنهایی انجام ندهید

به تالارهای گفتمان، سمینارها و کنفرانس‌ها و همچنین کارگاه‌های آموزشی که مربوط به حوزه‌ی فعالیت شماست بروید و در آنجا جامعه‌ی کسب‌وکار خود را ملاقات کنید. در این فرآیند ممکن است که با فرصت‌های طلایی دیگری نیز روبه‌رو شوید که حتی ممکن نبود آن‌ها را شناسایی کنید. این گروه‌ها نیاز به حضور فیزیکی شما دارند و بهره‌ای که از آن‌ها می‌برید معمولاً جز هنگامی که به صورت حضوری در آن محل باشید به دست نخواهد آمد.

همچنین علاوه بر این محل‌های حضوری، هزاران گروه‌های مجازی وجود دارد که در آن‌ها به صورت آنلاین درباره‌ی سودها و بهره‌ها، احتیاجات و جدیدترین به‌روزرسانی‌ها بحث می‌شود. پس سعی نمایید که این گروه‌ها و مخصوصاً آن‌هایی که بیشتر با کسب‌وکار شما در ارتباط است را پیدا کنید و از طریق پیوستن به این گروه‌ها دانش خود و همچنین ارتباطات خود با

دیگر افرادی که در حوزه شما کار می‌کنند را افزایش دهید. مطمئن باشید افراد زیادی هستند که دقیقاً در جایگاه شما بوده و مثل شما به دنبال تبادل اطلاعات مفید هستند. شاید خیلی از این افراد اطلاعات، راهکارها و اخبار دست‌اولی داشته باشند که شما هیچ چیزی از آنها نمی‌دانید.

با اندکی جستجو در گوگل و یا اینستاگرام می‌توانید لینک این گروه‌ها را پیدا کنید و به آنها بپیوندید. هنگامی که شما در این گروه‌ها عضو می‌شوید علاوه بر اینکه ممکن است کانالی جدید برای دریافت مشتری پیدا کنید، نکته دیگری وجود دارد که بسیار ارزشمندتر است. اعضای این گروه‌ها معمولاً از اشتباهات خود سخن می‌گویند و شما می‌توانید از این اشتباهات درس بگیرید تا شما نیز آنها را تجربه نکنید و بدون اینکه موضوعی را تجربه کنید یا خطر ریسک آن را بپذیرید، از دانش کافی درباره‌ی انجام آن بهره‌مند خواهید شد. همچنین در این گروه‌ها می‌توانید یاد بگیرید که اشخاص چگونه در کسب‌وکاری که مشابه شما است رشد کرده‌اند و علاوه بر این می‌توانید استعداد خود را به اشتراک بگذارید و اعتبار خود را در بین همکاران افزایش دهید.



۶. از اجتماعات برای برندسازی استفاده نمایید

همان طور که در بخش پنجم نیز ذکر شد، شما می‌توانید از گروه‌ها، سمینارها یا کنفرانس‌ها برای نمایش دادن استعدادتان به دیگران استفاده کنید. چیزی که همیشه مورد ستایش قرار می‌گیرد خلاقیت است پس سعی کنید تا می‌توانید خلاقیت به خرج دهید. فراموش نکنید که مخاطبین یک برند شخصی هم مردم عادی و افراد مستعد تبدیل شدن به مشتری هستند، هم همکاران و هم‌صنف‌های شما که می‌توانید از تبادل اطلاعات با آنها چیزهای مفیدی یاد بگیرید. اما اگر بتوانید به درستی از روابط اجتماعی برای ترغیب این دو گروه استفاده کنید در وهله اول مشتری‌های زیادی به دست می‌آورید و در مرحله بعدی هم خلاقیت‌های شما الگوی همکاران شما می‌شود و به دنبال آن، این افراد برای شما ارزش قائل خواهند شد.

درواقع هدف از این صحبت‌ها، به‌کارگیری ذهنتان و ایده‌های درخشان‌تان

بود. استفاده از هر چیز ممکن و فکر کردن در خارج از محدودیت‌ها همیشه می‌تواند رمز و رازها را حل کند و شما را به چیزی که دیگران نتوانسته‌اند به آن برسند برساند. از اینکه چه چیزی در حال رخ دادن است همیشه باخبر باشید و همیشه به آن‌ها از یک دیدگاه دیگر نگاه کنید تا بتوانید از آن‌ها نهایت استفاده را ببرید.

توجه کنید که هنگامی که ایده‌هایتان را گفتید عده‌ای ممکن است آن را قبول کنند و عده‌ی زیاد دیگری آن را قبول نکنند. یادتان باشد که یک ایده، می‌تواند دیدگاه شما را نسبت به یک موضوع نشان دهد و شما باید همیشه منتظر انتقاد و یا حتی منتظر نكوهش از طرف دیگران باشید. افراد بسیاری وجود دارند که ممکن است ایده‌ی شما را قبول نداشته باشند و یا حتی در مواردی آن را به تمسخر بگیرند، ولی شما نباید دلسرد شوید و چیزی که به آن اطمینان دارید را انجام دهید. جالب است بدانید که خیلی از کسب‌وکارهای موفق فعلی از جمله بزرگترین کمپانی‌های معروف دنیا از ایده‌هایی آغاز شدند که از نظر خیلی‌ها احمقانه به نظر می‌رسیدند. معمولاً یکی از بهترین روش‌ها برای پرورش ایده‌های خام، رفت‌وآمدهای اجتماعی است. به همین خاطر است که شما باید سعی کنید از نظرات مثبت و منفی دیگران برای شکل دادن به برند شخصی‌تان استفاده کنید.



یکی از بهترین روش‌ها برای پرورش ایده‌های خام، رفت‌وآمدهای اجتماعی است. به همین خاطر است که شما باید سعی کنید از نظرات مثبت و منفی دیگران برای شکل دادن به برند شخصی‌تان استفاده کنید.

مدرسه

۷. یک کانال ثابت برای برندتان ایجاد کنید

یکی از جدیدترین راه‌ها برای نمایش رزومه کاری، ساخت یک وبسایت و یا یک صفحه در یک سایت از پیش ساخته شده است. وبسایتان را به جای رزومه برای دیگران ارسال نمایید. در این صورت علاوه بر اینکه رزومه خود را به صورت سازمان‌یافته‌تر برای دیگران ارسال کرده‌اید، به آن‌ها کلاس کاری خود را هم نشان داده‌اید. حتی اگر این موارد را هم در نظر نگیریم، داشتن یک وبسایت برای یک برند شخصی تقریباً اجتناب‌ناپذیر است.

به منظور تأثیرگذاری بیشتر، باید موارد زیر را در وبسایتان ذکر کرده باشید :

- مهارت‌هایتان
- نمونه کار
- کارهایی که می‌توانید در حال حاضر انجام دهید
- اطلاعات تماس
- لینک‌های صفحات شما در شبکه‌های اجتماعی

یادتان باشد که نه درباره‌ی خودتان مبالغه کنید و نه خودتان را دست کم بگیرید، سعی کنید که حقیقت را بیان کنید، چیزی که همیشه طرفدار بیشتری پیدا می‌کند شخصیت واقعی خودتان است نه چیزی که سعی به تظاهر کردن آن می‌کنید. پس باید یک سایت راه‌اندازی کنید و برای شروع این موارد را در آن درج کنید. ساده‌ترین راه برای ساخت وبسایت استفاده از سیستم‌های مدیریت محتوایی همچون وردپرس است که ساخت یک سایت یا بلاگ ساده در آن‌ها تقریباً هیچ هزینه‌ای جز فضای میزبانی وب (هاست) و آدرس سایت یا دامنه (دامین) ندارد. حتی اگر خودتان مهارت ساخت وبسایت را ندارید می‌توانید کار خود را به شرکت‌ها و یا طراحان وبسایت بسپارید. البته راه دومی هم وجود دارد و آن هم یاد گرفتن این مهارت است که البته زمان بسیار بیشتری برای آن نیاز است.

نکته کلیدی این است که به وبسایتتان به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین ابزارهای اقتصادی نگاه کنید. هر چیزی که در اینترنت انجام می‌دهید باید به وبسایتتان لینک داده شود و این وبسایت همیشه باید به‌روز باشد. از طریق این روش وقتی مردم شما را در اینترنت جستجو می‌کنند به آدرس وبسایتتان برمی‌خورند و از طریق وبسایت راه‌های ارتباطی با شما را پیدا می‌کنند. مدیروب در یک مقاله مجزا به صورت کامل به این مبحث بسیار مهم پرداخته و صفر تا صد ساخت یک سایت را توضیح داده است که به شدت توصیه می‌کنیم اگر هنوز وبسایت خود را راه‌اندازی نکرده‌اید، این مقاله را مطالعه کنید.



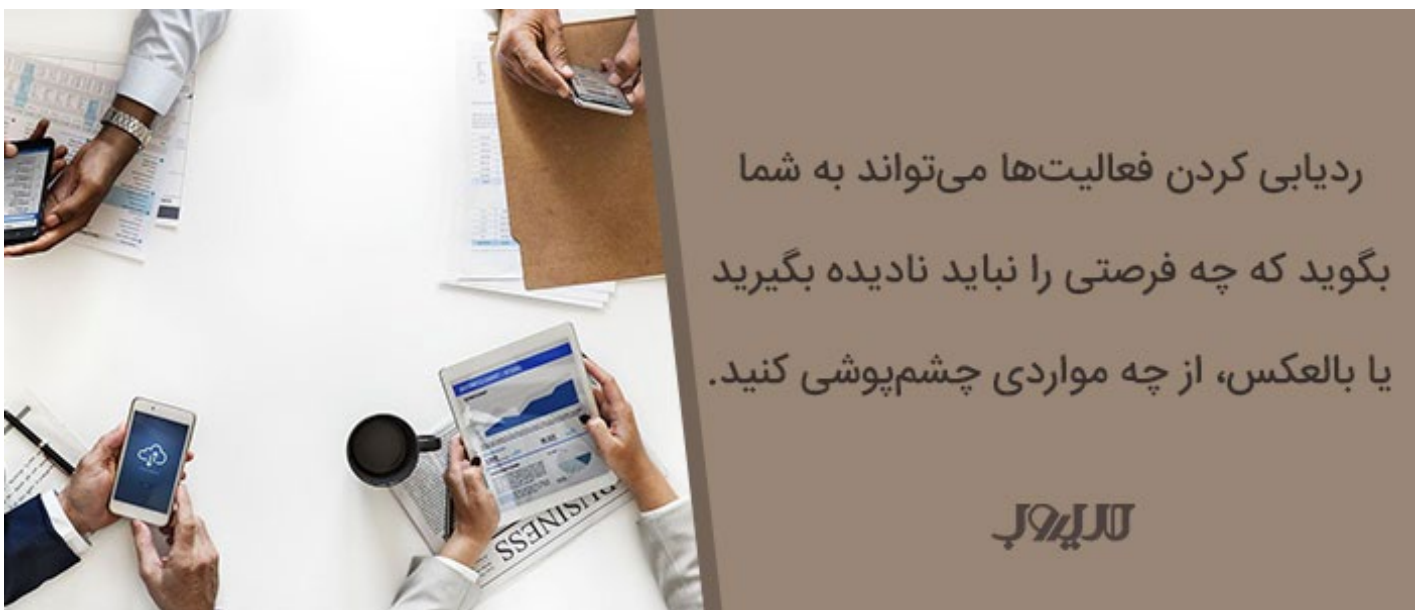
۸. فعالیت‌های خود را تحت نظر داشته باشید

وقتی که در حال رشد و توسعه فعالیت‌های اقتصادی برای برندتان هستید، مطمئن شوید که دقیقاً می‌دانید در حال انجام چه کاری بوده و به دنبال محقق‌سازی چه هدف یا اهدافی هستید. از داده‌های به دست آمده از این کار بعدها می‌توانید در جهت بهبود وضعیت کسب و کارتان استفاده نمایید و علاوه بر این از طریق این داده‌ها می‌توانید پیش‌بینی کنید که چه چیزی برای شما مناسب‌تر است.

از جمله مهم‌ترین مواردی که باید آن‌ها را به طور مستمر بررسی و آنالیز کنید عبارت‌اند از:

- منابع ترافیک وب که در واقع منابعی برای دریافت بازدید از سوی آن‌ها هستید

- میزان درگیری ذهن کاربران بر روی شبکه‌های اجتماعی شما
 - نرخ تبدیل کاربر به مشتری و نرخ پرش (خروج) کاربران
- علاوه بر موارد گفته‌شده، ردیابی کردن فعالیت‌ها می‌تواند به شما بگوید که چه فرصتی را نباید نادیده بگیرید یا بالعکس، از چه مواردی چشم‌پوشی کنید. با شروع این کار شاید احساس کنید که با جمع‌آوری داده‌ها هیچ‌چیزی نصیبتان نشده است اما واقعیت این است که افراد بسیار زیادی برای همکاری به شما پیشنهاد خواهند داد و داشتن اطلاعات کافی در مورد کسب‌وکار خودتان، مسیر این همکاری‌های پرسود را برای شما هموار خواهد کرد.



۹. دست از یادگیری چیزهای جدید برندارید

یک اصطلاح رایج وجود دارد که می‌گوید یادگیری یک فرآیند بی‌پایان است به طوری که اصلاً مهم نیست که چند سال سابقه کار دارید یا چندین کتاب خوانده باشید، همیشه چیزهای جدیدی وجود دارد که باید یاد بگیرید. برای

یادگیری از هر منبعی از جمله وبلاگ‌ها، کتاب‌ها، ویدیوها، مصاحبه‌ها، پادکست‌ها، دوره‌های آموزشی، کنفرانس‌ها، راهنمایی دیگران و ... استفاده کنید.

یادگیری چیزی است که باعث می‌شود همیشه رشد کنید. رهبران بزرگ و متخصصان اقتصادی به این خاطر در تجارت خود موفق شده‌اند که همواره مطالب جدید یاد گرفته‌اند. معمولاً مردم برای یادگیری یک مبحث جدید تنبلی می‌کنند. اما اگر هدفی مهم و پشتکار مناسب برای رسیدن به آن هدف سرلوحه کار قرار بگیرد، یادگیری نه تنها خسته‌کننده نخواهد بود، بلکه بسیار لذت‌بخش و هدفمند نیز خواهد شد.



نتیجه‌گیری

حال که اهمیت برند شخصی و راه و روش ساختن آن را پیدا کردید، به نظر شما برند شخصی تا چه میزان می‌تواند بر روی موفقیت نهایی شما تأثیر بگذارد؟ آیا شبکه‌های اجتماعی روشی تأثیرگذار برای ایجاد تفکر مثبت درباره‌ی شما هستند؟ آیا ساخت یک وبسایت و ارائه اطلاعات خاص در آن

باعث می‌شود تا اعتبار شما به مقدار قابل توجهی بیشتر شود؟ در پاسخ به این پرسش‌ها باید گفت بله! برندسازی شخصی یک استراتژی مخصوص است که برای توسعه بخشیدن و گسترش دادن آن شما حتماً به ابزارهایی خاص نیاز دارید. چیزی که مشخص است این است که برندسازی شخصی امری است که انجام آن دشواری‌های فراوانی دارد و از لحاظ زمانی و مالی هزینه‌های زیادی برای شما خواهد داشت، اما در صورتی که بتوانید تمامی مراحل را به درستی انجام دهید قطعاً در نهایت فردی موفق خواهید شد.