# W jaki sposób budować markę osobistą CEO? 4 niezawodne sposoby

**W 2023 roku jeszcze większe znacznie będzie odgrywał personal branding, czyli budowanie marki osobistej. Jak osoba zarządzająca firmą powinna budować markę osobistą? Dlaczego tak istotne jest, by CEO posiadał odpowiedni wizerunek na zewnątrz i wewnątrz firmy? Ważne jest zdefiniowanie grupy odbiorców, a kolejnym krokiem jest dobranie odpowiednich narzędzi. Sprawdź, jak budować markę osobistą.**

Każda firma funkcjonująca na rynku powinna posiadać swoją markę, która ją definiuje. Ale czy brand może istnieć bez „twarzy”? Marka osobista poszczególnych osób działających w firmie odgrywa kluczowe znaczenie. Wpływa także na postrzeganie całego przedsiębiorstwa. Dlaczego? Warto zwrócić uwagę na takie osobistości jak Elon Musk czy Steves Jobs. Te postacie stworzyły trwałą markę swoich firm, a także marki własne. Jak CEO powinien pracować nad personel brandingiem? Oto kilka sposobów.

## Weź pod uwagę swoich odbiorców

Przed rozpoczęciem procesu budowania marki osobistej należy odpowiedzieć sobie na pytanie, kto należy do grona moich odbiorców. Dyrektorzy firm czy CEO muszą odpowiednio zdefiniować grupy docelowe i generować takie komunikaty, które do nich trafiają.

 - Zdefiniowanie grupy odbiorców nie należy do prostych zadań. CEO powinien mówić przede wszystkim do klientów, a także potencjalnych odbiorców. W związku z tym sposób komunikacji powinien być prosty i zrozumiały. Istotną grupą są także kontrahenci i inwestorzy, którzy pomagają budować biznes i zwiększać jego rentowność. – wylicza Sebastian Kopiej, Prezes Zarządu agencji PR Commplace. – Istnieje kilka metod dotarcia do tych grup docelowych. To przede wszystkim udział w wydarzeniach branżowych, które są doskonałą okazją do networkingu. Ostatnią grupą są pracownicy firmy. Zatem przekazy CEO powinny być klarowne i bardzo ostrożne. – dodaje.

Kopiej zauważa, że liderzy firm są obserwowani także przez swoją konkurencję. W związku z tym istotne jest przekazywanie bardzo wyważonych komunikatów.

## Bądź aktywnym komentatorem tego, co ważne

Budowanie marki osobistej odbywa się za pomocą wielu narzędzi. Połączenie kilku działań i realizowanie ich jednocześnie sprawia, że CEO zyskuje silną pozycję na rynku. Istotne jest by wypowiadać się w mediach opiniotwórczych, branżowych i biznesowych.

 - Media relations ma za zadanie informowanie opinii publicznej o tym, co robi dana marka. Jeśli mówimy o personal brandingu CEO, zadanie media relations jest nieco inne. CEO powinien przede wszystkim być komentatorem rynku i ekspertem w swojej dziedzinie. Istotne jest udzielanie wywiadów o branży, informowanie o jej bolączkach i mówienie o tym, czego potrzebują przedsiębiorcy. Zadaniem CEO jest także bycie wizjonerem rynku – przewidywanie tego, co może się wydarzyć w branży i rozmawianie na ten temat z mediami – dodaje Prezes Zarządu Commplace.

Budowanie marki osobistej za pomocą media relations to jedno z podstawowych działań, jakie powinny podjąć osoby zarządzające firmami.

## Budowanie wizerunku w social mediach

Media społecznościowe odgrywają istotną rolę w budowaniu marki osobistej. Czy CEO powinien być obecny na Instagramie, a może na Facebook’u? Może, ale to nie jest główna metoda budowania marki osobistej. Na rynkach zagranicznych króluje Twitter – tam zarówno politycy, jak i CEO dużych firm wyrażają opinie i dzielą się swoimi poglądami. W Polsce znacznie popularniejszy jest profil LinkedIn – koniecznie zadbaj o to, byś był tam widoczny.

## Bądź ambasadorem działań CSR i ESG

Coraz większą popularnością cieszą się działania CSR i ESG. Firmy, które są społecznie odpowiedzialne, zyskują grono odbiorców i stałych klientów. Jak budować swoją własną markę i połączyć ją z działaniami na rzecz CSR? Możesz brać udział w kongresach branżowych i zachęcać inne firmy do wspierania obszarów ESG. Warto także być obecnym podczas wszelkich wydarzeń CSR, w które angażuje się twoja firma.

Personal branding odgrywa ogromną rolę w biznesie. Rozwijając markę, nie zapomnij o budowaniu swojej pozycji i wizerunku na rynku.