# Buduj pozycję w biznesie. Sprawdź, od czego zacząć!

**Prowadzenie biznesu wymaga podejmowania szeregu działań, które pomogą wypromować i przedstawić światu produkty oraz usługi, jakie sprzedajemy bądź oferujemy. Mając na uwadze wymagania współczesnych konsumentów, konieczne jest podejmowanie takich działań, które zrobią to naprawdę skutecznie. Istotne jest także kreowanie marki własnej. Prezesi zarządów czy menadżerowie powinni budować swoją pozycję ekspertów w biznesie. W jaki sposób to osiągnąć? Sprawdź, od czego zacząć.**

Na wizerunek firmy składa się wiele elementów. To m.in. jakość oferowanych usług i produktów, poziom obsługi klientów, a także to, jak buduje opinię o sobie na zewnątrz. Prezesi zarządów, właściciele firm i menadżerowie powinni z kolei zadbać o budowanie swojej eksperckości. Podpowiadamy, jak robić to skutecznie.

## Wejdź w świat online

Budowanie obecności online to proces tworzenia i zarządzania widocznością lub reputacją w Internecie, zarówno w przypadku osób, jak i firm. Jest to kluczowy element strategii marketingowych i komunikacyjnych, który pomaga osiągnąć wiele celów, w tym zwiększenie świadomości marki, nawiązanie relacji z klientami, budowanie zaufania, promowanie produktów lub usług oraz osiąganie sukcesów w biznesie. Jakie narzędzia wykorzystać do budowania obecności online? O tym Sebastian Kopiej – Prezes Zarządu agencji PR Commplace.

 - *Jednym z kluczowych elementów budowania wizerunku w biznesie jest posiadanie social mediów. Aktywność na platformach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter czy YouTube, jest niezwykle ważna. Pozwala ona na bezpośrednią interakcję z klientami, publikowanie angażujących treści, budowanie społeczności oraz promocję produktów i usług* – wyjaśnia Kopiej. – *Kolejnym elementem jest posiadanie własnej strony internetowej. Ta powinna być atrakcyjna wizualnie, łatwa w nawigacji i zawierać istotne informacje o osobie, firmie, produktach lub usługach.* – wylicza.

Jak jeszcze budować eksperckość w Internecie? Warto tworzyć wpisy na blogu związane z tematami branżowymi lub zainteresowaniami odbiorców. Blogowanie pozwala na dzielenie się wiedzą, budowanie autorytetu w danej dziedzinie i poprawę widoczności w wynikach wyszukiwania.

## Wypowiadaj się w mediach

Pomimo wzrostu popularności social mediów, tradycyjne kanały takie, jak radio, telewizja, gazeta czy portale internetowe, nadal są na topie. Dlatego warto podejmować aktywność w obszarze media relations. Prezes firmy jest jednym z głównych strategów i decydentów. Wypowiadając się publicznie, może skutecznie komunikować cele, wartości i strategię firmy. To pozwala na spójne przekazywanie informacji i wskazywanie kierunku, w którym firma zmierza.

 - *Zarówno prezesi, jak i menadżerowie mogą wykorzystywać media do nawiązywania relacji z klientami, partnerami biznesowymi i innymi interesariuszami firmy. Należy pamiętać, że inwestorzy monitorują działalność firmy, a słowa prezesa mogą wpływać na ich decyzje inwestycyjne. Dlatego też komunikacja w mediach powinna być dobrze przemyślana* – uważa prezes agencji PR Commplace.

W jakich mediach warto się wypowiadać? Na pewno w tych, które czytają nasi klienci i kontrahenci. Mogą to być zarówno tytuły branżowe, biznesowe czy ogólnoinformacyjne.

## Bierz udział w ważnych wydarzeniach

Budowanie pozycji biznesowej polega nie tylko na prowadzeniu social mediów i pojawianiu się w wybranych tytułach prasowych. Kluczowy jest networking. Prezes zarządu czy menadżerowie powinni brać udział w ważnych wydarzeniach biznesowych i branżowych. Konferencje, kongresy, mniejsze eventy – na polskim rynku organizowanych jest wiele paneli eksperckich, w których warto uczestniczyć. W ten sposób nie tylko zbudujemy swoją pozycję biznesową, ale także pokażemy naszą eksperckość.

Budowanie pozycji w biznesie wymaga ciągłego zaangażowania i dbałości o spójność działań. To proces, który może przynieść wiele korzyści zarówno dla lidera, jak i dla firmy, w tym zwiększenie zaufania klientów, partnerów biznesowych i inwestorów, co ma wpływ na sukces i długoterminowy rozwój przedsiębiorstwa.