ÉN 2.0

DAN SCHAWBEL

ÉN 2.0

ÉPÍTSD ONLINE A SZEMÉLYES MÁRKÁD!

hvg könyvek

A fordítás alapja:
Dan Schawbel: Me 2.0: 4 Steps to Building Your Future (Revised and Updated Edition). Published by arrangement with Kaplan Publishing, a division of Kaplan, Inc, New York, 2010

Copyright © Dan Schawbel, 2010

Fordította © Nagy Marcell, 2012

Szakmai lektor: Nagy Krisztina

Borítóterv: Tabák Miklós

HVG Könyvek
Kiadóvezető: Budaházy Árpád
Felelős szerkesztő: Török Hilda
Kiadói szerkesztő: Szűcs Adrienn

ISBN 978-963-304-087-4

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképészeti úton vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2012
Felelős kiadó: Szauer Péter

www.hvgkonyvek.hu

Nyomdai előkészítés: Kedves László

Nyomás: Reálszisztéma Dabasi Nyomda Zrt.
Felelős vezető: Vágó Magdolna

Nagyapámnak, Max Meenesnek

Ő volt a szív és a lélek, mindaz, ami személyes márkámat élettel töltötte meg. Jó és rossz időkben egyaránt mellettem állt, és segített, hogy önmagamat megvalósítva elérhessem álmaimat. Nem volt hét, hogy ne beszéltünk volna telefonon. Osztozott a reményeimben, hogy egyszer ugyanúgy segíteni tudok majd az embereknek, ahogyan ő is. Jelenléte az egész családot összetartotta, emlékét soha nem feledem, és örökre emlékezni fogok szerető támogatására.

Tartalom

Előszó 9
Bevezető 11

Első rész A személyesmárka-építés térhódítása

1. Magunk is márkák vagyunk 17
2. Az Y-generáció előretörése 45
3. Karrierünk rajtunk múlik 52
4. A személyesmárka-építés modellje 65

Második rész Karrierünk építése négy lépésben

5. Első lépés: fedezzük fel személyes márkánkat! 121
6. Második lépés: építsük fel személyes márkánkat! 163

7. Harmadik lépés: kommunikáljuk személyes márkánkat! 202
8. Negyedik lépés: tartsuk fenn személyes márkánkat! 220

Harmadik rész Vegyük kezünkbe sorsunk irányítását!

9. Hasznos tanácsok álláskeresőknek 239
10. Ötletek vállalkozóknak 252
11. A kemény munka meghozza gyümölcsét 267

Fogalomtár 284
Köszönetnyilvánítás 292
A szerzőről 294
Felhasznált irodalom 296
Név- és tárgymutató 302

Előszó

Amikor 2007-ben elhatároztam, hogy megírom ezt a könyvet, kevesen hitték, hogy a *személyesmárka-építés* (personal branding) működő karrierstratégia, és a közösségi média is gyermekcipőben járt még. Három évvel később, 2010-ben már nagyítóval kellett keresnünk azokat, akik nem regisztráltak valamelyik közösségi hálón, és a Google több mint egymillió angol nyelvű találatot dobott ki a personal branding kifejezésre. Napjainkban mindenki ott van a Facebookon: egykori osztálytársaink, munkatársaink, a színházban mellettünk ülő nézők. A személyesmárka-építés több mint divathullám – olyan tényezővé vált, amelynek hatása alól senki sem vonhatja ki magát, akármilyen pozícióban is dolgozik. A brit Fast Future Research intézet kutatásai szerint a *személyesmárka-tanácsadás* a következő három évtized egyik legdinamikusabban fejlődő szakterületeinek egyike lesz (Talwar – Hancock 2010).

Könyvem első kiadásának megírására az ösztönzött, hogy paradigmaváltást figyeltem meg a munkaerő-toborzás rendszerében: míg korábban nekünk kellett állásokra jelentkeznünk, újabban a munkáltatók keresnek meg bennünket. Láttam,

hogy a végzős egyetemistáknak ez különösen sok nehézséget jelent, ezért könyvemmel elsősorban nekik szerettem volna segíteni. A 2009-es első megjelenést követően azonban meglepve tapasztaltam, hogy kötetemet az idősebb generáció is szívesen forgatta, sőt sokszor ők adták tovább gyermekeiknek. Népszerűségét valószínűleg az okozta, hogy olyan jelenségekkel foglalkozott, amelyek a munkáltatóknak és a munkavállalóknak, valamint a tanácsadóknak egyaránt hasznos ötletekkel és tanácsokkal szolgált.

Az elmúlt időben azonban számos emailt, tweetet, Facebook-üzenetet és személyes visszajelzést kaptam olvasóimtól, amelyekben arra buzdítottak, hogy egy bővített kiadásban összegezzem a legújabb tapasztalatokat és kutatási eredményeket, és mutassak be minél több esettanulmányt. A Twitter és más közösségi hálók a könyv első megjelenése idején jószerével ismeretlenek voltak, mára azonban a közösségi média legfontosabb színtereivé váltak, ezért magam is úgy gondoltam, hogy ebben a második kiadásban alkalmazásukat bővebben ismertetem. Sőt egy teljesen új fejezetben lépésről lépésre bemutatom, hogyan érdemes a közösségi hálókat (a LinkedInt, a Twittert és a Facebookot) álláskeresés során használnunk, és hogyan segíthetnek a korszerű technológiák, a mobiltelefontól kezdve a GPS-en át személyes márkánk felépítésében.

A könyv legfontosabb üzenete: személyes márkánk a jövőnk záloga. Legyen ez a vezérlő elvünk, és osszuk meg másokkal is! Ne feledjük: a személyesmárka-építés sikerét a technikai fejlődés önmagában nem garantálja – a megoldás kulcsa a mi kezünkben van! Az *Én 2.0* abban segít, hogy lépést tartsunk a világgal.

Bevezető

A munka világa hirtelen megváltozott. Az internet robbanásszerű elterjedésének köszönhetően a kommunikáció és a karrierépítés hagyományos módjai egy csapásra elavultak. Ma már nem elég, ha a megszokott eljárásokra hagyatkozunk: ki kell használnunk az online technológiában rejlő előnyöket.

Az internet azonban maga is változóban van. Szemünk előtt formálódott olyan eszközzé, amely bárkinek lehetővé teszi, hogy néhány kattintással döntsön a jövőjéről. A világháló egyrészt az információ korlátlan forrása, másrészt ezen keresztül vásárolhatunk, emailt küldhetünk a családunknak, barátainknak és a kollégáinknak. Sőt akár az egész világgal kapcsolatot teremthetünk. Korra, fajra, nemre, vallási és társadalmi hovatartozásra való tekintet nélkül bárkivel megismerkedhetünk, vitatkozhatunk elképzeléseinkről és az üzleti lehetőségekről.

A horizonton egy új típusú munkaerő kezd kibontakozni: akire az internet új világa ösztönzően hat, és kész arra, hogy minden előnyét kihasználja; aki bízik önmagában, kellőképpen elhivatott és képes a modern technológia teljes körű alkalma-

zására, és pontosan tudja, hogy céljai eléréséhez definiálnia kell önmagát és fel kell építenie személyes márkáját.

Ez a könyv elsősorban olyan egyetemi hallgatóknak és pályakezdőknek szól, akik álláskeresés során rendszerint bizonytalanok vagy félnek a kudarcoktól. Meggyőződésem, hogy ebből a könyvből olyan tanácsokat és ötleteket kaphatnak, amelyekkel leküzdhetik rossz érzéseiket és elkerülhetik a stresszt.

A könyv olyan stratégiákat és „haditerveket" tartalmaz, amelyekkel bárki megvalósíthatja álmai karrierjét. Olyan eszközöket mutatok be, amelyek céljaink meghatározásában és elérésében segítenek. Rávilágítok, miért olyan fontos a személyesmárka-építés, hogyan befolyásolja az internet forradalmi módon karrierünket, és részletesen kitérek azokra a módszerekre, amelyekkel a közösségi médiát saját előrejutásunk és új kapcsolataink építésére használhatjuk fel. Kifejtek egy bizonyítottan működő eljárást, amellyel négy lépésben *felfedezhetjük, felépíthetjük, kommunikálhatjuk* és *fenntarthatjuk* személyes márkánkat, és biztos karriert futhatunk be. Látni fogjuk, a siker mindenekelőtt rajtunk múlik, minél hamarabb építjük fel személyes márkánkat, annál könnyebben érhetjük el céljainkat. A könyv a következő három fő részből áll:

- A személyesmárka-építés térhódítása
- Karrierünk építése négy lépésben
- Vegyük kezünkbe sorsunk irányítását!

Az egész saját élettörténetemen alapul. Bemutatom, hogyan építettem fel tudatosan személyes márkámat, hogy elérjem céljaimat. Meg vagyok győződve arról, hogy személyes példámból okulva mások is képesek lesznek megtenni a szükséges lépéseket. Mindezek mellett kiváló szakértőkre és kutatási eredményekre is hivatkozni fogok, hogy még jobban megvilágítsam,

hogyan használhatjuk fel a blogokat, a podcastokat és a közösségi médiát, valamint hogyan nyűgözhetjük le és bűvölhetjük el a munkaadókat, hogy valóban elérjük céljainkat. Munkám a digitális kor kézikönyve, amely segít személyes vágyaink és karrierálmaink megvalósításában.

A könyv megírására ösztönző számos ok közül végül szeretném kiemelni, hogy a személyesmárka-építés kérdése hosszú ideje szenvedélyemmé vált. Úgy érzem, felelős vagyok azért, hogy másokkal is megosszam tapasztalataimat, miért és miként építsük fel személyes márkánkat. Biztos vagyok benne, hogy erre a könyvre szükség van: az emberek java része nincs tisztában azzal, hogyan menedzselheti karrierjét a web 2.0 világában, és nem érzi magát felkészültnek arra, hogy a közösségi médiát saját céljai elérése érdekében mozgósítsa. Számos előadást és szemináriumot kellett nagyvállalatoknál és szervezeteknél tartanom ahhoz, hogy erre rádöbbenjek. Könyvemmel szeretnék hozzájárulni ahhoz, hogy egyre többen találják meg önmagukat és helyüket a világban – felépítve személyes márkájukat.