The background is a textured, light brown paper. Overlaid on this are two black silhouettes of men in suits. The man on the left is in the foreground, and the man on the right is slightly behind him. Both are wearing suits with white collars and ties.

Stef Verbeeck
Kirsten Ujvari

Career[®] Branding

(M/V)

Werken als merken

UITGEVERIJ VAN HALEWYCK

INLEIDING	6
Deel 1 – Rekruteren vandaag	10
1.1 Hoe <i>Generation Y</i> de jobmarkt veranderde	13
1.2 <i>Human talent</i> wordt marketingkanaal	16
1.3 De <i>expectancy management</i> -paradox	19
1.4 Uw persoonlijk merk, in lijn met het zakelijk merk en de bedrijfscultuur	29
Deel 2 – Uw persoonlijk merk als carrièreretool	32
2.1 De profilering van uw persoonlijk merk	34
2.2 Maak uw huiswerk	44
2.3 Het cv heruitgevonden	50
2.4 Het menselijk potentieel van uw netwerk benutten	71
Deel 3 – Het carrièreregesprek	76
3.1 De impact van non-verbale communicatie	78
3.2 De kracht van uw outfit	107
3.3. Het sturen van uw gemoedstoestand	119
3.4. De impact van wat u zegt	129
BIBLIOGRAFIE	149
OVER DE AUTEURS	151
DANKWOORD	152

INLEIDING

Als imagoconsulenten zijn we elke dag in de weer met het ontwikkelen en geven van trainingstrajecten rond imago en reputatie voor onze klanten. Dat doen we vanuit de rotsvaste overtuiging dat *personal branding* een onmisbaar aspect is van moderne bedrijfsvoering en zowel voor werkgevers als werknemers een cruciaal element op de weg naar succes is.

Jammer genoeg constateren we dat *personal branding* in veel bedrijven nog steeds stiefmoederlijk behandeld wordt. Het wordt beschouwd als iets waar alleen commerciële profielen en politici zich mee moeten bezighouden. Dat de term oer-Amerikaans in de oren klinkt, zal vast ook niet bijdragen aan de perceptie bij de doorsnee-Vlaming of -Nederlander.

Personal branding, het mag dan een term zijn die ons onmiddellijk in de marketingwereld lijkt onder te dompelen, de mechanismen erachter stammen doorgaans uit de psychologie en antropologie en vormen de dagelijkse realiteit voor elke professional. Allemaal maken we een eerste indruk, proberen we ons als individu te handhaven in een razendsnel evoluerende wereld en willen we vooruitkomen in het leven. U krijgt daarbij de keuze: het spel meespelen en u verdiepen in manieren om uw eigen talenten en passies visibel te maken, of u hardnekkig vastklampen aan de idee dat mensen u maar moeten nemen zoals u bent.

Even voor alle duidelijkheid: uiteraard moeten de mensen met wie u in contact komt u nemen zoals u bent. Dat is namelijk exact waar *personal branding* over gaat: uzelf op een positieve, authentieke en consequente manier zichtbaar maken voor uw omgeving. En het is net dat zichtbaar maken waar voor velen het schoentje wringt. De ene zal zich van nature trachten te verstoppen omdat hij zich onzeker voelt, de andere vindt dat hij gefaald heeft als niet iedereen hem heeft gezien.

Zij die zich als grijze muizen onzichtbaar willen maken uit angst iets verkeerd te zeggen of te doen, missen kansen in hun carrière. Zij die op extraverte wijze zichtbaar zijn, worden al snel door hun omgeving als arrogant bestempeld en vallen mogelijk vroeg of laat door de mand. Dikwijls laten we ons daarbij leiden – zelfs misleiden – door regeltjes en verwachtingspatronen. Omgekeerd kan ook: dat we ze compleet negeren. Er bestaat een continu spanningsveld tussen wat onze omgeving van ons verwacht en wie we in essentie zijn.

Mensen die zich het best in dat spanningsveld bewegen, worden succesvol, worden als charismatisch bestempeld, promoveren sneller en krijgen zonder moeite hun droomjob te pakken. We kiezen immers voor mensen die we vertrouwen en met wie we een 'klik' hebben. En als u er goed over nadenkt, zijn dat telkens mensen die zichzelf in al hun authenticiteit ontwikkeld hebben en zich als dusdanig zichtbaar maken voor hun omgeving. Wie zijn doelen niet bereikt, is doorgaans iemand die zich niet zichtbaar durft te maken, zich profileert als iemand die hij niet is of zich onvoldoende bewust is van zijn persoonlijke meerwaarde. Het remt hem elke dag opnieuw in het behalen van zijn professionele doelen.

Het goede nieuws is dat u alles zelf in handen hebt. Net daarom schreven we dit boek, omdat we ervan overtuigd zijn dat iedereen in staat is het maximale uit zijn persoonlijk merk te halen en dat visibel kan maken voor zijn of haar omgeving. Daardoor worden uw kansen om uw persoonlijke en carrière-doelstellingen te behalen aanzienlijk verhoogd. Dit boek onthult onze visie op de hedendaagse HR en hoe u er als professional op actieve wijze op kan inspelen. Onze stellingen zijn getoetst aan de realiteit die wij elke dag opnieuw ervaren bij onze klanten en aan de hand van talloze gesprekken met opiniemakers uit de hr-sector.

Door dit boek te lezen geeft u zichzelf de kans om het carrière-spel efficiënter en strategischer te spelen zonder uw persoonlijkheid te verloochenen. We focussen bewust op uw *career brand* of carrièremerk als onderdeel van uw *personal brand*. Of u nu promotie wilt maken, op zoek bent naar een nieuwe uitdaging of u beter wilt voelen in uw huidige job en het team waarbinnen u werkt, dan is dit boek het boek voor u.

We tonen op een praktische manier met verhalen, cases en concrete punten hoe u uw carrièremerk kunt ontwikkelen en opbouwen. In het eerste deel vertellen we u wat de spelregels zijn en welke mechanismen erachter werken. U ontdekt niet alleen hoe de huidige carrièremarkt werkt en hoe rekruteerders en managers talent aanwerven, maar ook welke elementen daarbij een specifieke rol spelen.

In het tweede deel zet u de eerste stappen tot het ontwikkelen van uw carrièremerk. U ontdekt de bouwstenen en maakt uw huiswerk. Het is belangrijk dat u er vandaag al mee start en niet wacht tot u ooit uw job dreigt te verliezen of uw promotie misloopt.

In het laatste en derde deel vertalen we uw carrièremerk in zichtbare elementen zoals non-verbale communicatie en uw persoonlijke uitstraling. We tonen u eveneens hoe uw gemoedstoestand en het bewustzijn ervan u kunnen helpen een stap vooruit te zetten in uw loopbaan. Ten slotte belichten we uw verbale communicatie en de interpersoonlijke vaardigheden die van pas zullen komen tijdens gesprekken die een impact hebben op het verloop van uw carrière.

Wij helpen u graag op weg om de succesvolle carrière uit te bouwen waarvoor u zelf kiest. U zorgt ervoor dat u op die manier gekozen wordt. Want mensen kiezen voor mensen, en of ze voor u kiezen hebt u voor een groot deel zelf in de hand.

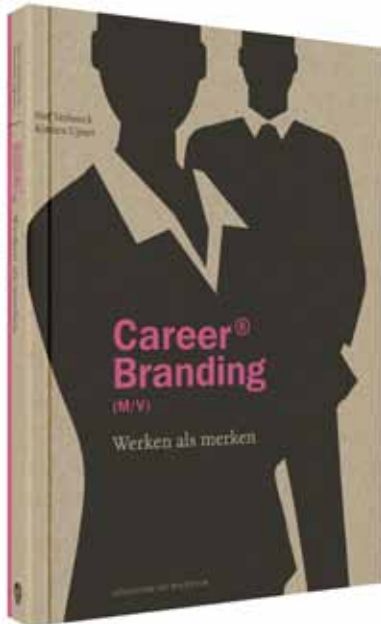
Stef Verbeeck & Kirsten Ujvari

‘Een to the point, eenvoudige leidraad om uw eigen carrière en persoonlijkheid onder de loep te nemen om die felbegeerde optimale match te hebben tussen wie u echt bent en de job die u uitoefent. In ontwikkeling gaat het erom, om wat al in een persoon zit naar buiten te brengen. Dit boek geeft enkele eenvoudige tips die u kunt gebruiken om zichtbaar te maken wie u echt bent.’

— Claudia Baes
Human Resources, Atlas Copco

‘*Career Branding* is de ideale handleiding voor elke (toekomstige) werknemer die op een authentieke manier zijn *personal brand* wil ontwikkelen en zijn carrière wil uitbouwen in de hedendaagse arbeidsmarkt. De auteurs zijn erin geslaagd om met eigen ervaring en persoonlijkheid een hedendaags antwoord te bieden op de vraag: Hoe kan ik mijn *personal brand* doen werken?’

— Isabelle Degryse
HR Manager BeLux Cisco Systems



Career Branding®

Werken als merken,
*hoe u uw carrière in een stroomversnelling brengt door het
uitbouwen van een persoonlijk merk.*

Imagoconsulenten Stef Verbeeck en Kirsten Ujvari bieden een antwoord op deze en andere vragen die u zich wellicht stelt als u op zoek gaat naar promotie of een nieuwe baan. Ze onthullen hoe rekruteerders bij grote bedrijven werken, geven praktische tips over hoe u uw sterktes het best in de verf zet en tonen hoe u aan de hand van beproefde personal branding-technieken uw passies en talenten zichtbaar maakt voor uw professionele omgeving.

Uitgeverij Van Halewyck, september 2013

Verkoopprijs: €19,50



Personal Branding®

Mensen als merken,
*hoe u voor uzelf een solide personal brand
uitbouwt aan de hand van de O4-methode.*

In Personal Branding, mensen als merken, leggen imagoconsulenten Stef Verbeeck en Kirsten Ujvari haarfijn uit hoe mensen sterke merken worden. Aan de hand van concrete tips en beproefde methodes ontdekt u welke aspecten een impact hebben op uw imago. Door aan de slag te gaan met de in dit boek beschreven O4-methode bouwt u zelf actief en bewust aan de manier waarop anderen u ervaren en maakt u uw doelstellingen sneller en efficiënter waar.

Uitgeverij Van Halewyck, september 2013

Verkoopprijs: €24,95

Shop online en ontvang deze boeken snel bij u thuis :

www.verbeeck-ujvari.be

VERBEECK + UJVARI