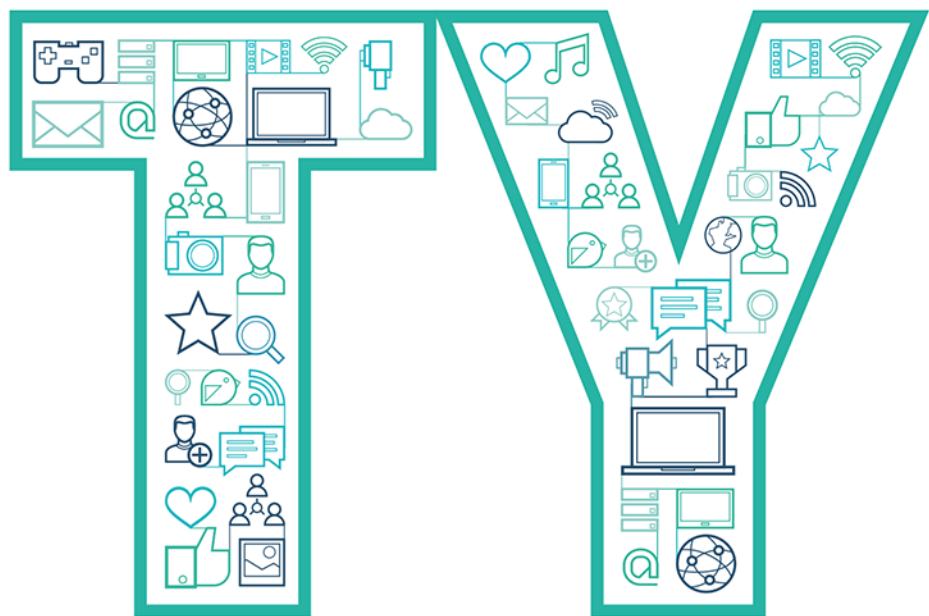


Marcin ŻUKOWSKI



W SOCIAL MEDIACH

Podręcznik BUDOWANIA MARKI OSOBISTEJ dla każdego

Wydanie III poszerzone

onepress

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk
Projekt okładki: Maciej Grzegorek

Fotografia na okładce została wykorzystana za zgodą Shutterstock.

Helion S.A.
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel. 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <https://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!
Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
<https://onepress.pl/user/opinie/tywso3>
Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-289-0492-7

Copyright © Helion S.A. 2024

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Przedmowa	7
Rozdział 1. Dlaczego?	11
Dla kogo w ogóle jest ta książka?	11
Co to jest marka osobista?	
Na czym polega jej budowanie, czyli personal branding?	18
Dlaczego akurat dziś?	22
Kim jesteś? Odnajdź siebie i podążaj swoją ścieżką	25
Co mają do tego te media społecznościowe?	31
Najważniejszy trik dla Ciebie	33
Rozdział 2. Jak?	37
Jak stworzyć markę osobistą?	37
Jak budować markę osobistą?	46
Jak utrzymać markę i odpowiednio ją wykorzystać?	54
Mówiąc krótko — jak znaleźć lepszą pracę/jak zarabiać więcej dzięki marce osobistej i mediom społecznościowym?	62
Rozdział 3. Co?	67
Cel działania — jak go określić?	67
Co powinienem mówić ludziom, by chcieli mnie słuchać?	68
A jeśli jestem pracodawcą, to czy temat też mnie interesuje?	71
Jak tworzyć dobre CV i list motywacyjny?	
Czy to w ogóle ma dziś sens?	73
Monitoring, czyli skąd wiesz, co o Tobie mówią?	81
Fundament jest najważniejszy.	
Strona WWW, blog, fanpage — co wybrać?	88
Własna strona WWW — jak ją stworzyć?	94

Blog — po co mi on?	104
A może vlog, czyli więcej wideo?	114
Albo podcast?	116
Przegląd mediów społecznościowych, którymi warto się zainteresować	122
Pozostałe (nie mniej ważne) narzędzia, które pomogą w tworzeniu marki osobistej	212
Miara sukcesu, czyli na co zwrócić uwagę, oceniając swoje postępy?	223
Rozdział 4. To co się stało, że się...	227
Brak regularności	227
Brak konsekwencji	228
Brak formuły	228
Brak przekonania i motywacji	228
Zastużony opozycjonista i... chu*	229
Walczysz, walczysz, ale nie zapominasz o wakacjach	230
A jeśli jedno mówisz, a drugie robisz?	231
I wtedy wchodzę ja... ..	232
Cały na białą się nie da	232
Wpadki poważne i mniej	233
A na koniec pan z imieniem i nazwiskiem	234
Rozdział 5. Jeszcze raz, powtórz, czyli zakończenie	237
Podziękowania	240

Rozdział 1.

Dlaczego?

Dla kogo w ogóle jest ta książka?

Jeśli myślisz, że w dobie rozwoju nowych technologii i mediów sztuka czytania zanika, to... się mylisz. W końcu masz w ręku tę książkę, jesteś na jej początkowych stronach i możesz pójść dalej.

Najlepiej jest napisać książkę dla każdego. Może ją wtedy przeczytać Twoja mama, Twój tata, siostra, Ty, babcia albo kolega. Jednak może się też okazać, że nikt jej nie przeczyta. Chyba że będzie to bestseller, najlepiej kryminał albo erotyk, ewentualnie połączenie tych dwóch gatunków. Sprzedaje się to znakomicie, sam też lubię takie rzeczy czytać, ale ta książka nie jest ani kryminałem, ani erotykiem. Nie jest też dla każdego.

Ta książka jest dla Ciebie.

Jak mówił Steve Jobs (dobrze powołać się na niego w książce, bo robi to wielu znanych i poczytnych), „podróż jest nagrodą”. Dziś więc oferuję Ci podróż, podczas której spróbujemy odkryć to, co ukryte. Być może odnajdziemy to, co ważne. Trochę się pośmiejemy, może ktoś zapłacze. Czy podróż zakończy się dotarciem do celu? Nie odpowiem Ci na to pytanie. Spróbuję Ci pomóc, ale nie dam Ci GPS-u. Spróbuję Cię naprowadzić, abys dotarł do miejsca, w którym będziesz czuł się lepiej sam ze sobą. Będziesz lepiej pracował. Więcej zarabiał. Prowadził lepsze życie rodzinne, towarzyskie i zawodowe.

Jeśli chcesz iść do przodu, to zapraszam.

Ile masz lat?

Mniej niż 40 — przejdź do następnej strony.

Więcej niż 40 — zostań tu.

Czy jeśli mam więcej niż 40 lat, to ta książka jest dla mnie?

Jasne, że jest. Po pierwsze, będzie Ci łatwiej rozmawiać z dziećmi czy wnukami, bo będziesz je w stanie lepiej zrozumieć. Po drugie, będzie Ci łatwiej złapać równowagę, której zapewne Ci brak. Z jednej strony, całe życie harowałeś, a dziś budzisz się rano i chce Ci się rzygać na myśl o pracy. Z drugiej strony, całe życie mówiłeś, jak ważna jest rodzina, a przez tę harówkę zaniedbałeś ją zupełnie. Gdy zaczniesz myśleć o sobie jako o marce osobistej, będzie Ci łatwiej o tę równowagę pomiędzy pracą a domem. Po trzecie wreszcie — i najważniejsze — nigdy nie jest za późno na zmiany. Możesz zacząć dziś budować siebie na nowo; wystarczy, że zaczniesz. Bo swoją markę osobistą już masz, nawet jeśli nie jesteś tego świadomy — możesz więc zacząć nią kierować albo płynąć z prądem, nawet wtedy, gdy masz wysokie ciśnienie, za duży cholesterol czy cokolwiek innego. Nic nie stracisz, a możesz dużo zyskać.

Masz mniej niż 40 lat?

Słucham ludzi z mojego pokolenia (jestem z rocznika 1988), słucham młodszych (z lat 90.) czy trochę starszych (końcówka lat 70. i początek lat 80.). Rozmawiam z ich rodzicami (urodzonymi w latach 50. i 60.). To, czego słucham, jest zatrważające. W kraju, który mógł być dowodem na prawdziwość hasła reklamowego pewnej marki — „niemożliwe nie istnieje” — rzeczywistość jawi się jako góra lodowa, z którą zderzenia nie da się uniknąć. Pokoleniu rodziców się udało (mniej, bardziej, ale zamożność społeczeństwa w ciągu dorosłego życia naszych rodziców wzrosła niesamowicie). Dziś jednak czasy są inne, a globalna rzeczywistość społeczno-ekonomiczna

każe nam iść w zupełnie innym kierunku, niż chcieliby nasi rodzice. Aczkolwiek warto dodać, że polska gospodarka ma się praktycznie najlepiej w Europie. Nie oznacza to, że jest idealna i nie wymaga zmian, ale mówienie, iż zbliżamy się z prędkością Titanica do góry lodowej, jest absolutnie nie na miejscu. Warto też myśleć globalnie i nie mierzyć całego kraju i społeczeństwa swoją miarą — jeśli nam wyszło, to znaczy, że jest super, jeśli nam nie wyszło, to jest beznadziejnie. Świat jest trochę bardziej zróżnicowany. Wiem to, bo stuknęło mi 30 lat, co nie?

Fantastyczne historie leżą na ulicy. Ba, są obok nas i w nas, bo takie tematy jak w tabeli 1.1 są obecne przy każdym polskim stole, na każdym rodzinnym spotkaniu — tam, gdzie rodzice, dziadkowie, dzieci i wnuki rozmawiają o życiu. Nikt jednak nie ma mądrej recepty, jak tym życiem dziś kierować. Trudno o taką receptę, jeśli żyje się wczorajszym dniem, a nie patrzy na jutro.

Nie słuchaj recept i porad od dziadka.

Nie bierz do siebie tego, co radzi Ci ojciec albo matka.

Nie słuchaj coachów, terapeutów i księży.

Posłuchaj siebie. To niezły początek.

TABELA 1.1. *Zestawienia wyobrażeń dzieci i ich rodziców na temat życia i pracy*

Mam 22 lata, nie mam perspektyw.	Mój syn ma 27 lat. W jego wieku byłem już żonaty, miałem mieszkanie, samochód i stałą pracę, on pracuje na śmieciówce i mieszka z nami.
Mam 28 lat, nie mam pracy.	Moja córka kończy prawo, teraz pójdzie na aplikację, ale po co jej to? I tak nie znajdzie po tym pracy w zawodzie.

TABELA 1.1. Zestawienia wyobrażeń dzieci i ich rodziców na temat życia i pracy – ciąg dalszy

Mam 30 lat, nie wiem, co chcę robić w życiu.	Mój syn kończy logistykę na politechnice, składa CV do wielu miejsc, a w ogóle na to nie reaguje. Ma przecież fach w ręku. Co się dzieje?
Mam 32 lata, w tym wieku moja mama była już dwukrotnie matką i miała stałą pracę.	Moja córka skończyła studia za granicą, świetnie zna języki, jest obrotowa i mądra. Musiała wyjechać do pracy w małej miejscowości, a powinna już być gdzieś indziej.

Wydź od prostego założenia — masz ograniczony czas i to jest jedna rzecz, z którą ciężko będzie Ci wygrać. Jest spora szansa, że w wieku 27 lat nie będziesz miał pewnej pracy, żony, dwójki dzieci, mieszkania, samochodu czy jakiegokolwiek desygnatu sukcesu, stabilizacji, udanego życia, szczęścia, o którym wspominali Ci rodzice. Jednak nie ma to specjalnego znaczenia. Pamiętaj, że nasi rodzice też byli kiedyś hipisami, punkami, opozycjonistami, karierowiczami, korposzczurami, japiszonami czy kujonami i mówili, że wszyscy po trzydziestce nie mają racji. Dziś Ty weź z nich przykład.

Jutro to dziś, tyle że jutro

Przez lata wpadaliśmy w pułapkę — niby odrzuciliśmy stwierdzenie „byt kształtuje świadomość”, ale zastąpiliśmy je popadnięciem w życie definiowane nie przez nas samych, a jedynie przez pewne zamienniki, trofea, które miały nam to życie zapełnić.

Mój dziadek opowiadał o przedwojennych rzemieślnikach, których ceniono i szanowano. Zarabiali często więcej niż nauczyciele, którzy przecież stanowili o rozwoju społeczeństwa. Rzemieślnicy zaś mieli swoje marki, najczęściej zakłady firmowali własnymi nazwiskami i utożsamiano ich z jakością ich pracy. Kiedy jednak taki rzemieślnik

tracił np. rękę w wyniku wypadku, jego życie właściwie mogło się skończyć. Nie mógł być już dalej rzemieślnikiem.

Po wojnie babcia skończyła farmację, poszła do pierwszej pracy, jej znajomi również. Ludzie kończyli studia i dostawali jednakowe pensje. Równość funkcjonowała w sposób wręcz niesamowity — niezależnie od tego, jak dobry (czy słaby) byłeś, dostawałeś tyle samo. Trudno było się wybić i stworzyć swoją markę, bo jednostka nie miała takiego znaczenia jak cały lud pracujący. Świat pracy i życia społecznego czy rodzinnego był definiowany właśnie przez pracę — pracę trybików w maszynie. A gdy pojawiały się problemy z jakimiś trybikami, to można je było zastąpić innymi.

Pod koniec Polski Ludowej ojciec skończył studia, poszedł do pracy w banku, co z jednej strony nie było ideałem dla socjalistycznego systemu, ale z drugiej strony PRL lat 80. od socjalizmu trzymał się już dość daleko. Tworzono zatem nową definicję człowieka pracy — mógł to już być przedsiębiorca (najlepiej z firmy polonijnej) czy chociażby dealer z banku, zawód totalnie kapitalistyczny. W nowy system wchodziliśmy więc ze społeczeństwem, które chciało pracować w nowej rzeczywistości i znów niekoniecznie chciało tworzyć marki osobiste. Bardziej liczyła się bowiem praca dla marki niż praca nad swoją marką.

Z czym dziś się obudzili babcia, dziadek, ojciec czy ich rówieśnicy? Z życiem często udanym, zawodowo czy rodzinnie, ale nie takim, jakie chcieli stworzyć. Znajomy dostał zawału, bo stracił pracę. Inny zaczął pić, bo poszedł na emeryturę i nie wie, co robić. Jeszcze jeden wpadł w depresję, bo musiał zmienić zawód w wieku 50 lat. Okazało się, że niby wszyscy mają sukcesy zawodowe, że niby pracują od lat i zyskują doświadczenie, ale nie stworzyli niczego dla siebie. Często nawet budują sobie pomniki — zarabiają dobrze, kupują rozmaite rzeczy, ale to nie oznacza, że te pomniki są dla nich. Hołdują pewnemu stylowi życia. Co najgorsze, pewna grupa naszych ojców

i dziadków (babć i mam również!) wpędza nasze pokolenie w pułapkę znacznie gorszą.

Mając 20 czy 30 lat, nie da się bowiem żyć w dzisiejszej rzeczywistości tak, jak nasi rodzice żyli ileś lat temu. Nie da się słuchać ich rad i wcielać ich w życie. Dziś pójście na „dobre” studia nie zapewni Ci pracy. Nie zapewni też jej najlepsze technikum zawodowe. Nie da Ci jej nawet doktorat. Nie znajdziesz spokojnej posadki na uczelni. Nie będziesz miał pewnej posady w państwowej firmie. Nie przepracujesz w jednym miejscu do emerytury. Nie dorobisz się małego samochodu, za pięć lat większego, a po dziesięciu latach nie zmienisz mieszkania na większe. Nie ma powrotu do starych czasów i starych recept. A wielu, niestety, takie stare recepty próbuje nam dziś oferować.

A konkrety?

Najczęściej nikt ich dla Ciebie nie ma. Mówią: „Trzeba było iść na inne studia”. Mówią: „Zobacz na Kasię, ona ma robotę”. Mówią: „Po co ci te studia, jak mogłeś mieć fach w ręku?”. Mówią: „Gdybyś ty miał takie życie jak ja! Ja już od małego musiałem myśleć o zarabianiu”. I tak dalej, i tak dalej. Mowa-trawa, która jedynie zapędza nas do narożnika. Myśli kłębią się w głowie, kompleksy się tworzą, a mury rosną. Po jakimś czasie może i nasze życie się ułoży, ale stosunki z najbliższymi będą znacznie chłodniejsze, a my popadniemy w piekło codzienności, w którym rutyna praca – dom – robota, a także poczucie bezsilności, braku wpływu i obojętność dadzą nam się we znaki. Przeżyjemy to życie, może nawet czasem dość udanie, ale z poczuciem niedosytu, bo znów staniemy się niewolnikami schematu i to nie my sami będziemy decydować o własnym losie. To firma, praca, szef, rodzic, znajomy, ktokolwiek będzie nas prowadził. Będziemy prowadzeni, a nie będziemy prowadzić.

Co Ty tu, k*rwa, piszesz?

Mam pewien problem, bo nie chcę popadać w styl coachów, którzy wznoszą się na wyżyny emocjonalne i duchowe, aby przekonać nas, że musimy być ku*wa głodni, że nasze życie zależy tylko od nas albo że nasz poziom bioenergetyczności jest za niski. To są najczęściej mrzonki, choć jeśli komuś to pomaga, to jego sprawa. Nie jestem coachem, nie jestem żadnym natchnionym guru, nie mam ambicji zmiany systemu, lecz jedynie próbuję zrobić coś ze swoim życiem. Mam багаж doświadczeń, znam pewne narzędzia i możliwości, które możesz poznać i Ty. Od Ciebie zależy, co z tym zrobisz.

W tej książce nie ma gotowych trików, które dadzą Ci pracę wartą miliony. Nie ma tu szybkich sposobów na wzbogacenie się czy karierę. Nie znajdziesz tu krótkiego poradnika, co zrobić w social mediach, aby znaleźć pracę marzeń. Nie chodzi bowiem o triki czy grę na kodach. Nie ma żadnych kodów. Jesteś tylko Ty. Możesz to przeczytać i wziąć coś dla siebie. Możesz też nie wziąć nic i postępować po swojemu. Grunt, byś uświadomił sobie to, co najważniejsze.

To, co najważniejsze

Nieważne, ile masz lat. Nieważne, czy masz na utrzymaniu rodzinę. Pracujesz na zmywaku, skończyłeś prawo i sprzedajesz frytki, prowadzisz firmę, jesteś dyrektorem, inżynierem czy nie skończyłeś liceum. Twoja sprawa. Chodzi właśnie o Ciebie. O to, abyś uświadomił sobie swoją sytuację. Żebyś kolejne dni przeżył świadomie, budując swoje życie zawodowe, osobiste, społeczne w taki sposób, aby było to Twoje życie, a nie zbiór elementów, których nie da się skleić w jeden spójny obraz. Ten obraz nazywa się Twoją marką osobistą. Jest unikalny i zależy tylko od Ciebie.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Bądź w SOCIAL MEDIACH dokładnie taką osobą, jaką chcesz

Marka osobista. To niejako alternatywne, może nowocześniejsze, a na pewno marketingowe określenie na coś, co kiedyś nazywaliśmy reputacją. A reputacja to wiadomo – słyszymy czyjeś nazwisko, widzimy czyjąś twarz i wiemy: to taki a taki lub taka a taka, zajmuje się tym i tym, zachowuje się tak i tak, spodziewać się po nim lub po niej można tego a tego. Reputacja, marka osobista to konkret. To zestaw przymiotników, które człowieka definiują. Człowieka, czyli mnie, Ciebie, ją i jego.

Kiedyś taką markę osobistą mieliśmy wśród rodziny i znajomych, tych, których znaliśmy... właśnie – osobiście. Dziś to grono zdecydowanie się poszerzyło. Jesteśmy obecni w social mediach. Publikujemy wpisy na Facebooku, filmy na YouTube, zdjęcia na Instagramie, krótkie formy na X (dawniej Twitterze) i TikToku. Nasze produkcje docierają tam do szerokiego grona ludzi i coś w nich wywołują. Wrażenia. Emocje. Jedno po drugim, działania, jakie podejmujemy w mediach społecznościowych, budują naszą reputację – markę osobistą. Jak zadbać o to, by była ona taka, jakiej sobie życzymy? Właśnie tego dowiesz się z książki Marcina Żukowskiego.

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-289-0492-7



9 788328 904927

Cena: 54,90 zł