

## Twój najcenniejszy kapitał

Wbrew pozorom nie chodzi o to, czym się w życiu zajmujesz i jaki tytuł widnieje na Twojej wizytówce. To może się zmieniać. Rzecz w tym, jak się komunikujesz i jakie pozostawiasz po sobie ostatnie wrażenie. Ostatnie, bo pierwsze wrażenie ludzie nauczyli się już skutecznie weryfikować.

Dażysz po trupach do celu? A może kroczysz przez życie we własnym tempie i okazujesz ludziom należną uwagę? Jakie wartości głosisz, a jakimi kierujesz się naprawdę? Jaki jest Twój wizerunek w oczach innych — jesteś postrzegany jako człowiek rzetelny i spójny czy jako wątpliwa, wystylizowana kopia Twojego idola? Budzisz zaufanie czy wywołujesz niepokój? Czego jesteś obietnicą?? Wreszcie: ilu jest w Twoim życiu ludzi gotowych wystawić Ci pozytywne rekomendacje? Możliwe, że Twoja samoocena jako „jaguara” biznesu rozmija się z krążącą o Tobie opinią „wybrakowanego trabanta”.

## Innymi słowy: czy wiesz, jaką jesteś marką?

Nie oburzaj się. Reputację każdy ma. Jakaś. I to „jakaś” czyni różnicę. Każdy z nas jest marką. Niestety tylko nieliczni świadomie nią zarządzają. To ludzie sukcesu, znani ze swoich pasji, dokonań, przyzwoitości i komunikacji opartej na szacunku. Każdego z nich kojarzymy z określonymi wartościami. Każdy z nich jest wiarygodnym autorytetem i realizuje własny pomysł na siebie. Każdy świeci wyjątkowym światłem wartościowego wnętrza, bez konieczności kreowania się na kogoś, kim nie jest.

Wiesz już, o co chodzi? Zatem do pracy, choć to wyzwanie wyłącznie dla ambitnych! Wykorzystaj najlepszą wiedzę na temat strategicznego zarządzania firmą, marketingiem i ludźmi do świadomego realizowania własnej strategii życia i sukcesu. Zarządzaj swoją reputacją i swoją marką równie skutecznie jak Richard Branson i Martyna Wojciechowska.

---

*Kiedy na początku mojej drogi zawodowej powiedziałam sama o sobie: „Jestem marką” – spotkało się to raczej z brakiem zrozumienia, z komentarzami, że „marką” może być produkt, a nie człowiek. To było 20 lat temu. Dziś chyba wszyscy rozumieją, że każdy z nas JEST marką i że trzeba o nią dbać. Od lat, konsekwentnie, każdego dnia pracuję na własną markę poprzez... bycie sobą i oddawanie się pracy, która szczęśliwie okazała się być moją wielką pasją. Autorkę tej książki znam od samego początku mojej drogi zawodowej – była moją pierwszą w życiu szefową i kto wie, gdzie bym teraz była, gdyby nie Joanna, Jej mądre rady i to, że jako pierwsza we mnie uwierzyła, zainwestowała swój czas i energię. „Jesteś marką” to książka o tym, jak mądrze się rozwijać, jak dobrze zarządzać sobą na różnych płaszczyznach życia, nie tylko zawodowego, żeby osiągnąć sukces. Ale nie taki materialny, tylko prawdziwy, kompleksowy. Taki, który daje prawdziwe spełnienie. Polecam.*

**Martyna Wojciechowska**, podróżniczka, redaktor naczelna „National Geographic Polska”

*Drogi Korpo-człowieku – bez względu na to na jakim szczeblu kariery się znajdujesz. Start-upie. Studencie pozbawiony być może nadziei na wspaniałą karierę. Polityku lub Działaczu. Artysto. Pisarzu i Dziennikarzu. I Ty Zwykły Przechodniu, który przypadkiem sięgnąłeś po tę książkę. Wiedz, że jesteś marką. Chcesz czy nie chcesz – jesteś marką. I Twoja przyszłość zależy od*

*tego, czy zdasz sobie z tego sprawę i czy nauczysz się swoją marką zarządzać. Takie czasy. W internetowej wiosce jaką staje się świat społecznościowych portali, komunikatorów i serwerowych chmur, całe Twoje życie, wszystko co mówisz, robisz – lub czego nie robisz – tworzy Twoją markę. Bo nawet gdy Cię tam nie ma, to widać, że Cię nie ma. A na dodatek nikt Ci wtedy nie zaufa. Więc nigdy nie dość wiedzy i uwagi w tej sprawie. Bo Sieć to nie konfesjonał – nie wybacza i nie wymazuje niczego. Książka, którą trzymasz w ręku najpierw pogodnie uzmysłowi Ci tę bolesną prawdę, a potem jak spolegliwy coach poprowadzi prostą drogą do Twojej własnej, godnej Ciebie marki. Ta profesjonalna a jednocześnie ciepło i jasno napisana książka przekona Cię także do optymistycznej wizji przyszłego świata – o co dzisiaj coraz trudniej. Przekonasz się więc, do wizji świata dobrej marki i ekonomii dzielenia się, w którym egoizm, szalbierstwo, arogancja i agresja przestaną się opłacać – a dobra marka i wynikające z niej zaufanie staną się najbardziej poszukiwanym dobrem. Z całą pewnością jest tak, że im więcej ludzi przeczyta tę mądrą książkę, tym bardziej prawdopodobną ta piękna wizja stawać się będzie.*

**Wojciech Eichelberger**, Dyrektor Instytutu Psychoimmunologii – IPSI,  
[www.ipsi.pl](http://www.ipsi.pl)

*Ta książka to prezent. Dla każdego. Spraw go innym – lub sobie. Osiągniesz wszystko – jeśli tylko chcesz. Zarządzaj swoim życiem. Jak? Buduj zaufanie, reputację, markę osobistą. To najcenniejszy kapitał ludzi sukcesu. Odważ się być tym kim chcesz. Konkretnie, przyjazne, rady i doświadczenia mądrej profesjonalistki. Mógłbym się podpisać pod każdym zdaniem!*

**Tadeusz Żórawski**, CEO/Prezes Zarządu UM /Universal McCann

Wstęp (9)

Podziękowania (19)

Martyna Wojciechowska. Ambasadorka książki (21)

### **Rozdział 1. Brylant Marki(c). Bądź najlepszą wersją siebie (25)**

Masz wybór, a nawet wiele wyborów (27)

Marka premium (29)

### **Rozdział 2. Reputacja 2.0. W poszukiwaniu wartościowego człowieka (35)**

Zaufanie 2.0 (38)

Powrót do równości, braterstwa i współplemieńców (44)

Czym jest kapitał reputacji? (50)

Twoja reputacja w świecie ludzi i technologii (54)

Na zakończenie drugiego rozdziału (62)

### **Rozdział 3. Marka osobista. Efekt uważnego życia (65)**

Marka - drogowskaz, bractwo czy religia? (67)

Czym NIE jest marka (71)

Czym jest marka osobista (77)  
Mieć markę czy być marką? (79)  
Marka to obietnica (84)  
Tożsamość marki (90)  
Korzyści zawodowe z silnej marki (97)  
Korzyści z silnej marki osobistej w życiu prywatnym (106)  
Podsumowanie (109)

#### **Rozdział 4. Lekcja siebie. Plankton czy Ten, który rządzi światem (113)**

Bilans otwarcia na dalsze życie (116)  
Twój stosunek do siebie (122)  
A zatem jaka jest Twoja historia? (125)  
Twoja wizja, czyli o co Ci chodzi w życiu (134)  
Twoja życiowa misja (135)  
Przełomowe momenty (136)  
Twoje talenty (138)  
Twoje nieodnawialne "zasoby" (140)  
Wnętrze, opakowanie czy opakowane atrakcyjne wnętrze? (153)  
Twoja wewnętrzna wolność (155)  
A teraz opowiedz mi swoją historię (156)  
Podsumowanie (158)

#### **Rozdział 5. Kim jesteś - kopia czy oryginałem? (161)**

Pozycjonowanie marki - kto i co ma o Tobie myśleć? (166)  
Między "sceną życia" a "charakteryzatornią" (169)  
Jak o Tobie myślą? (174)  
Segmentacja - czyja opinia Cię interesuje (176)  
Kto i co ma o Tobie mówić? (183)  
Twój benchmark w świecie marek (186)  
Podsumowanie (189)

#### **Rozdział 6. Odważ się być tym, kim chcesz (191)**

Co to znaczy zarządzać sobą lub marką osobistą? (193)  
Konkurenci? Ale o kogo chodzi? (200)  
Wyrazisty bohater w anonimowym tłumie (202)  
Twoja unikalność (205)  
Zmapowane wrażenia (208)  
Mantra życia, czyli Twoja droga do mistrzostwa (210)  
Mantra marki (216)  
Wartościowy czy ważny? (218)  
Pozycjonowanie przez wartości (219)  
Wartościowy czy lubiany? (223)  
Podsumowanie (225)

#### **Rozdział 7. Komunikuj się, zbuduj wpływ i zaznacz swoją obecność (231)**

Komunikacja marki - efekt, a nie intencja (233)  
Mów ze świadomością celu (233)  
Komunikacja marketingowa w pigułce (236)  
Zintegrowana komunikacja marki osobistej (240)  
Hałas wokół człowieka - czy to kryterium sukcesu? (245)  
Grzmiś, mówisz czy szepczesz? (247)

Sześć grzechów głównych związanych z zabieraniem głosu (251)  
Co mówi Twój wizerunek, czyli właściwe symbole, "opakowanie" i "rekwizyty" (253)  
Bynajmniej. Co ma Polak na języku (255)  
Jaką wartość ma Twój głos w kontaktach zawodowych (260)  
Jak brzmi Twój cyfrowy głos? (263)  
O jedno zdjęcie za dużo (266)  
Zauważ mnie! Rzecz o selfie (270)  
Jak liczba lajków i hejtów wpływa na Twoje życie (273)  
Co Ci ukradł internet? (276)  
Content marketing w budowaniu marki osobistej (279)  
E-pajęczyna - tkasz czy jesteś uwikłany? (285)  
O jeden klik za daleko, czyli Twoje dotychczasowe kryzysy komunikacji marki (290)  
Podsumowanie (294)

## **Rozdział 8. Twoja marka premium. Zmierz swoją skuteczność i świętuj sukces (297)**

Marki osobiste. Galeria premium (300)  
Personal Brand Manager(c) - profil rekrutacyjny (305)  
Wskaźniki do pomiaru sukcesu (307)  
O czym powinieneś pamiętać, budując markę osobistą? (312)  
Kwintesencja Ciebie (314)  
Koniec na dobry początek... (316)

## **Dodatek. Narzędzia marketingowe użyteczne w komunikacji marki osobistej (317)** **Bibliografia (325)**