

Spis treści

Rozdział 1. Wstęp	11
Rozdział 2. Wprowadzenie do personal branding	17
Rozdział 3. Maryca obrazu siebie	23
Rozdział 4. Cele personal branding	31
Jakie obszary życiowej aktywności wspiera dobrze skonstruowana marka osobista	33
Rozdział 5. Personal brand w badaniach naukowych	39
Rozdział 6. Różnice w obrazach marki osobistej	49
Personal brand a przyszłość	52
Rozdział 7. Kluczowe czynniki efektywności w mediach społecznościowych	57
Facebook	59
YouTube	60
Twitter	61
Instagram	62
LinkedIn	62
Rozdział 8. Matryca personal brandu	67
Prezentacja personal brandu	71
Matryca personal brandu	72
Konsekwencje braku właściwego personal brandu	76

Rozdział 9. Najistotniejsze konteksty wykorzystania personal brandu	79
Kontekst sytuacyjny	81
Kształtowanie marki osobistej w aspekcie danej grupy docelowej	82
Rozdział 10. Kolektywne kształtowanie archetypów	87
Pozytywne i negatywne cechy dwunastu podstawowych archetypów osobowości	90
Konsekwencje dobrania danego archetypu do personal brandu	91
Rozdział 11. Tworzenie autobiografii personal brandu	93
Przeszłość stworzona przez innych	95
Odkrywanie siebie — pisanie autobiografii	96
Rozdział 12. Funkcjonowanie związków krótkoterminowych	99
Wysyłanie sygnałów innym	101
Podnoszenie atrakcyjności partnera	104
Prawidłowa interpretacja odpowiedzi partnera	105
Rozdział 13. Tworzenie marki osobistej w relacjach długoterminowych	107
Marka osobista potencjalnego kandydata na stałego partnera	109
Eksponowanie wartości związanych z personal brandem	110
Identyfikacja potrzeb w aspekcie relacji długoterminowych	111
Rozdział 14. Profilowanie grupy docelowej w kontekście marki osobistej	117
Powstawanie nieprawdziwych opinii	120
Budowanie zdania opartego na faktach i na podstawie doświadczeń	120
Profilowanie innych zaczynając od sprofilowania siebie	122

Rozdział 15. Korzystanie z metafor przy użyciu matrycy storytellingowej	127
Opowiadanie historii a marka osobista	129
Tworzenie siebie i realizacja potrzeb	130
Komunikowanie właściwych historii a nowe możliwości dla Ciebie i innych	131
Matryca storytellingowa	131
Rozdział 16. Personal brand a rozmowa kwalifikacyjna	135
Ty jako pracownik	137
Przedstawianie doświadczenia zawodowego	138
Zalety i wady	139
Operacjonalizacja oczekiwań pracodawcy	140
Rozdział 17. Marka osobista w relacjach międzyludzkich	143
Nawiązywanie kontaktów	145
Uniwersalne „potwierdzenie”	146
Na to zwracaj uwagę, nawiązując znajomość	147
Cechy osób sympatycznych	147
Twój archetyp w relacjach towarzyskich	148
Rozdział 18. Marka osobista a relacje hierarchiczne	151
Relacje pionowe i poziome	153
Potrzeby uczestników drabiny hierarchii	154
Styl komunikacji w relacjach pionowych	155
Wspieranie określonego stanowiska w archetypach	155
Rozdział 19. Branding w miejscu pracy	157
Komunikacja z szefem	159
Marka osobista kompetentnego i lubianego pracownika	160
Personal brand ucznia	161

Rozdział 20. Kształtowanie marki osobistej dziecka	165
Kształtowanie opinii dziecka na jego własny temat	167
Samorealizacja dziecka	168
Aktualizacja marki własnej dziecka	168
Schemat komunikat – realizacja	170
Etapy rozwoju dziecka	171
Rozdział 21. Kształtowanie polskiego brandu	173
Polska w oczach innych nacji	175
Nowoczesny Polak za granicą	178
Przeramowanie schematów dotyczących Polaków i polskości	178
Pamiętaj! Jestem z Polski... ..	179
Rozdział 22. Matryca wiarygodności	181
Budowanie wiarygodności	183
Rola liczb	185
Rozdział 23. Stosowanie konceptów marki osobistej w sytuacjach życiowych	189
Umawianie się na randkę	191
Rozmowa kwalifikacyjna	193
Sprzedawanie swoich usług	194
Rozdział 24. Strategie kształtowania marki osobistej w social mediach	197
Cele marki osobistej	199
Właściwe medium do komunikowania swojej marki osobistej	199
Częstotliwość umieszczania komunikatów w social mediach	201
Długość publikowanych treści	203
Co publikować w kanale YouTube	203

Rozdział 25. Zasady copywritingu	205
Tworzenie perswazyjnego tytułu	208
Rola tezy w artykule	209
Co powinno znaleźć się w body każdego tekstu	210
CTA w tekście	211
Rozdział 26. Podsumowanie	215
Cztery kroki prowadzące do stworzenia personal brandu	217
Tworzenie marki osobistej — case study.	
Profil Psychologia na wesoło	220
Rozdział 27. Czas na Ciebie	227
Krok 1. Określ swoje cele	229
Krok 2. Sprofiluj grupę docelową	230
Krok 3. Wypełnij matrycę treścią	231