

بناء العلامة الشخصية



Personal Branding



رحلة البرنامج

- مقدمة عن العلامة (الشخصية – التجارية)
- استراتيجية DABMED
- اكتشاف (الذات – المهارات – ماذا تعرف – الشغف)
- التحليل (المهارات – المعارف – القدرات)
- البناء (شخصية – هوية – مهنة)
- التسويق (كيف تظهر امام العالم – الميزانية)
- التقييم (مؤشرات التحقق)
- التطوير (وسائل جديدة – لقاءات – عروض)

أين أنت؟



MBTI test



تعرف على هويتك

أنت بحاجة إلى امتلاك علامة تجارية شخصية قوية. ولكي تضع نفسك موضعاً قوياً من شأنه تحسين نوعية الأعمال التي تقوم بها، عليك أن تكون قادراً على إثبات القيمة المضافة التي يمكنك تقديمها دون أحدٍ سواك - ينبغي أن تنطوي العلامة التجارية الشخصية على أفضل المهارات والشغف والمساهمات والإنجازات والمؤهلات الأكاديمية الخاصة بك التي قد تكون محطّ احترام وتقدير المدراء والزملاء والعملاء.



هل أنت مميز؟!!



- هل أنت فريد من نوعك؟
- لك رسالة؟
- عندك مصداقية؟
- محافظ على استمرارك في نفس الطريق بجودة؟
- كم من الوقت تقضيه في التطوير؟
- إذا كنت في منافسة ستكون الأول؟

العلامة التجارية



BRANDING

is the way that your customer perceives you



العلامة التجارية

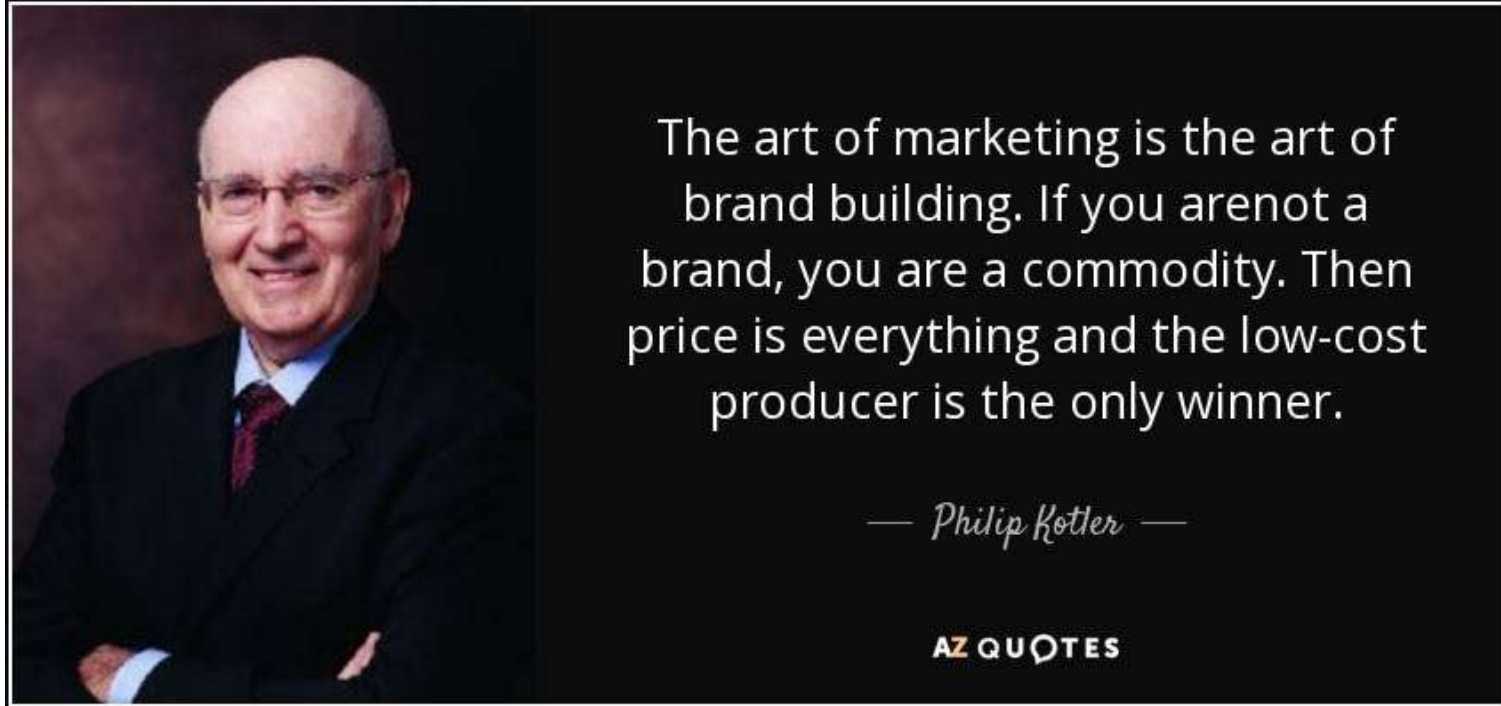
- المجموعات الاجتماعية: المستهلكون يريدون أن يكونوا ضمن مجموعة مميزة وخاصة
- الشجاعة: مؤسسو العلامات الأسطورية يتميزون دوما بالجرأة والعزيمة
- المرح: العلامات الأسطورية تباع نمط حياة (Lifestyle)
- الاحتياجات البشرية الأساسية: استمع لجمهورك واصنع منهم مناصرين لعلامتك الأسطورية
- الرحابة: العلامات الأسطورية شاملة
- الحرية: العلامات الأسطورية تشجع على الحرية الشخصية وتستمد قوتها من منافسيها

[Cult Branding Workbook](#)

العلامات التجارية، قيم أكيدة

	1 Rank 2016: 1 2015: 1 → BV 2016: \$145,918m +14% BV 2015: \$128,303m Brand Rating: AAA		6 Rank 2016: 6 2015: 5 ↓ BV 2016: \$63,116m +5% BV 2015: \$59,843m Brand Rating: AAA-
	2 Rank 2016: 2 2015: 3 ↑ BV 2016: \$94,184m +23% BV 2015: \$76,683m Brand Rating: AAA+		7 Rank 2016: 7 2015: 6 ↓ BV 2016: \$59,904m +2% BV 2015: \$58,820m Brand Rating: AA+
	3 Rank 2016: 3 2015: 2 ↓ BV 2016: \$83,185m +2% BV 2015: \$81,716m Brand Rating: AAA		8 Rank 2016: 8 2015: 7 ↓ BV 2016: \$ 53,657m -5% BV 2015: \$56,705m Brand Rating: AA
	4 Rank 2016: 4 2015: 8 ↑ BV 2016: \$69,642m +24% BV 2015: \$56,124m Brand Rating: AA+		9 Rank 2016: 9 2015: 11 ↑ BV 2016: \$49,810m +4% BV 2015: \$47,916m Brand Rating: AAA-
	5 Rank 2016: 5 2015: 4 ↓ BV 2016: \$67,258m +0% BV 2015: \$67,060m Brand Rating: AAA		10 Rank 2016: 10 2015: 15 ↑ BV 2016: \$44,170m +26% BV 2015: \$34,925m Brand Rating: AAA-

ما هو الاختلاف بين..؟



العلامة والسلعة



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

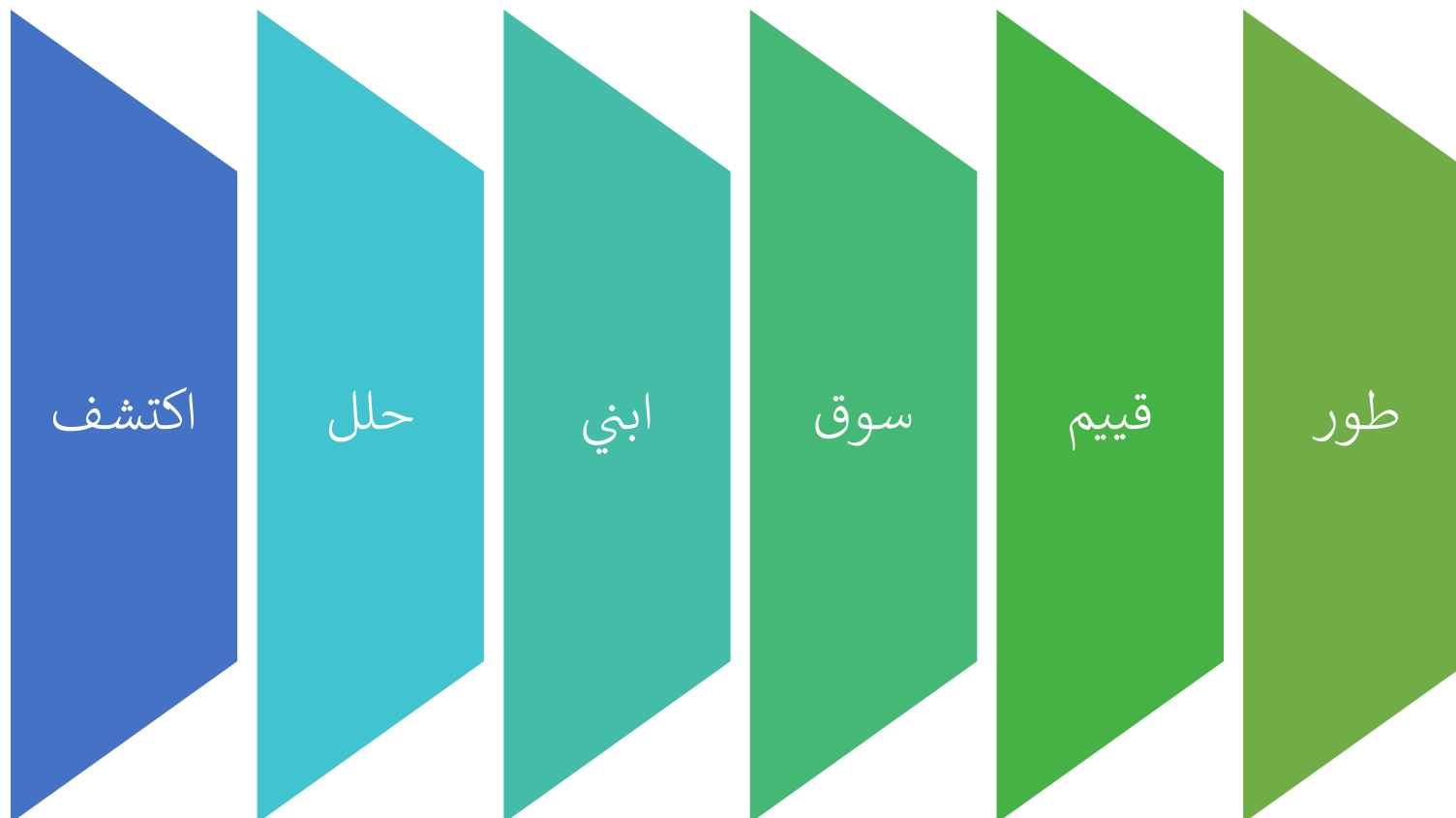
العلامة الشخصية



استراتيجية DAMBED



DABMED





المحاضرة الثانية

اكتشاف الذات

1. ما هو المشروع الأكثر نجاحا الذي عملت فيه ؟ متى ؟ ولماذا تراه ناجحاً؟!
2. ما هو أهم دور تلعبه في فريق العمل ؟ ومتى آخر مرة قمت به ؟ ولماذا؟
3. عندما تواجه عقبة مدمرة، ما هي المهارة الأهم للتغلب عليها؟
4. ما هي نقاط قوتك التي يراها الآخرون بك؟

اكتشف أعمق

1. ما هي نقاط القوة والمهارات التي ظهرت مرارا وتكرارا؟
2. ما هي المهارات التي أستمتع باستخدامها، بغض النظر عن المهمة؟
3. ما هي المهارات التي أتقنها ولكن يفضل ألا تستخدم كل يوم؟
4. أي نقاط القوة والمهارات ستكون مفيدة للغاية وأنا أبدأ البحث عن عمل أو مشروع؟
5. ما هي المهارات التي لا أمتلكها؟ ما المهارات التي أحب بناءها ولم تتح لي الفرصة؟

نقاط قوتك

اكتب أهم خمس نقاط قوة في الفراغ التالي

Committed
Creative
Passionate
Trusting
Wise
Compassionate

على سبيل المثال، يمكنك استخدام الكلمات مثل "مبدع"، "بناء علاقات" أو "متحدث".
*يمكنك البدء في التحقق من تصور الآخرين لك ؟ هام جدا

مقياس التحقق

هل سيتفوقون الآخريين مع تقييمك؟ لديك خيارات لاستكمال هذا الجزء . القيام بواحد أو أكثر لتحديث نقاط القوة .

الخيار الأول

استخدم استطلاع التأثير الشخصي- للحصول على معلومات من الناس من جميع مناحي حياتك الذين يعرفونك جيدا . وتشمل الأصدقاء، والأسرة، وزملاء الدراسة، المعلمين، والمرشدين، وأصحاب العمل، وقادة المجتمع، وغيرهم ممن تعرف . اطلب منهم إكمال المسح وإعادته إليك في غضون مدة محددة . الناس أكثر عرضة لإكمالها بصراحة

الخيار الثاني

اكمل هذه العبارة وانشرها على الفيسبوك .
ما هو برأيك أعظم نقاط القوة لدي ؟
رتب نقاط قوتي من وجهة نظرك ؟

أي الخيارات تعتقد أن قد تعطيك أكثر الإجابات صادقة لمساعدتك ؟ أكمل ملفك الشخصي .

3 Cs—clarify, communicate, capitalize

الوضوح

- تعرف على نقاط قوتك من وجهة نظرك ومنظور الآخرين
- استكمل نقاط القوة الخمسة

التواصل

- شارك نقاط القوة الخاصة بك بشكل فعال بالتعامل الشخصي، على الورق، وعلى شبكة الإنترنت
- ضع قوتك في الملعب ، السيرة الذاتية، الحيوية، وصفحات الإنترنت

رأس مالك

- البحث عن الفرص التي تظهر نقاط قوتك
- اختر فرص القيادة والتطوع التي تستفيد من نقاط قوتك وتبني بها رؤيتك

<https://www.youtube.com/watch?v=O6U9OGpvV78>

نقاط الضعف

كل شخص لديه نقاط ضعف، حتى سوبرمان.

نقاط الضعف قد تكون مجرد الأشياء التي لا تهتمك، أو المناطق لم تركز عليها

لديك الكثير من الوقت في اليوم!!!



أنت تفتخر بأنك مرن، لكنها قد تفسر أنك غير حاسم

نقاط الضعف يمكن أن تتراوح بين نقاط حميدة إلى نقاط سامة لأحلامك. ويمكن أن تكون علامة على:

1. عدم الاهتمام: انها ليست مجرد شيء

2. نقص التعليم أو التدريب: أنت قررت التخطي

3. نقص القدرات: يتطلب العمل للغوريلا 800 رطل، وأنت إنسان

4. القوة المفرطة: إفراط في استعمال نقاط القوة تحولها إلى نقاط ضعف

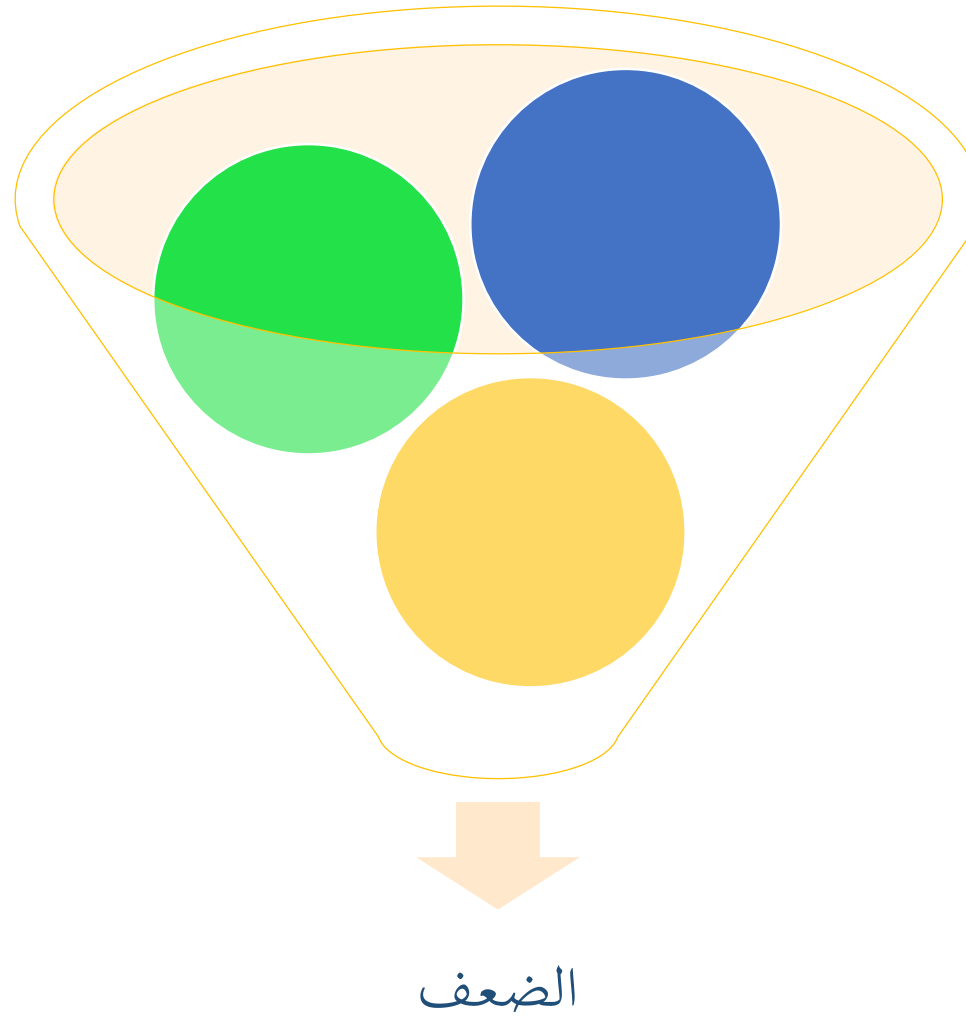
بهذه الطريقة يمكنك أن تقول "نعم" لتلك الأشياء التي توظف أعظم نقاط قوتك، و"لا" للأنشطة التي لن تخدم
غرض أعمق.

هيا بنا نبدأ!

ربما كنت قد سمعت التعبير، "الحفاظ على أصدقائك بالقرب، إبقاء أعدائك أقرب".

نقاط ضعفك

1. ما هي نقاط الضعف التي أعرفها عن نفسي؟
2. عند العمل مع فريق، ما الدور الذي أتجنبه؟
3. عندما تواجه عقبة، ما هو الأكثر احتمالا أن يجعلني أستسلم؟
4. ما هو المشروع الأقل نجاحا في حياتي من قبل؟ وما الذي عثرتني؟



تحديد ثلاث نقاط ضعف التي تعوقك عن تحقيق أهدافك.

هل عرف أحد نقاط ضعف لم تكن على دراية بها؟

هل اكتشفت أن الآخرين رأوا نقاط القوة التي كنت تعتقد أنها كانت نقاط ضعف؟

انظر إلى نقاط الضعف التي حددتها أنت وآخرون. ما هي نقاط الضعف غير المهمة لأهدافك المهنية؟

لا تضيع وقتك

ما هي نقاط الضعف التي قد تعوقك من الوصول إلى هدفك؟

هنا ركز طاقتك.

ماذا يرى الآخرون نقاط ضعفكم؟ استخدم النتائج من استطلاع التأثير الشخصي الذي أكملته سابقا.

3 Ms—mitigate, manage, master

تخفيف

- تقليل تأثير نقاط الضعف، اختيار المشاريع التي لا تتطلب مهاراتك الضعيفة.
- أو العثور على وسيلة للاستعانة بمصادر خارجية لزميل.

إدارة

- ركز فقط على نقاط ضعفك التي تمنع من تحقيق أهدافك.
- تحديد نقاط الضعف التي تحتاج إلى معالجة

رئيسي

- اغتنام الفرص لبناء المهارات.
- الاستفادة من تحويل ضعفك إلى قوة (أو على الأقل تطويره لن يعوقك).

خطة لعب جيدة لإضعاف نقاط الضعف الخاصة بك.

تحديد فرص بناء المهارات وخلق خطة عمل في الجدول أدناه

المهارة	المستوى الحالي	المتابعة	المصادر / الفرص

ما هي المهارات التي أرغب في بنائها ولكن لم تتح لي فرصة؟
ما هي نقاط الضعف التي أريد أن تتحول إلى نقاط القوة؟



المحاضرة الثالثة

القيم

- البوصلة الشخصية: إنها تعطي الاتجاه إلى الخيارات التي تقوم بها والطريقة التي تتصرف بها.
- إذا كنت قادرا على متابعة الأنشطة والاهتمامات التي تتماشى مع القيم الخاصة بك، وما هو مهم بالنسبة لك على المستوى الأساسي. عليك أيضا توفير الطاقة وخفض الصراع داخليا ومع الآخرين.
- في هذه المرحلة، سوف تتخذ قرارات مهمة حول مستقبلك: تحديد اختيار الدورات التي تؤدي إلى المسار الوظيفي، معرفة أي تدريب ترغب به، أو تحديد مكان أو عمل تركز وقتك وجهدك به..
- الصراعات التي في حياتك، هل فحصها من كذب يؤدي إلى القيمة التي انتهكت؟ إذا كنت تذكر الصراع لأنه تطرق إلى واحدة من القيم الرئيسية الخاصة بك.



تم تعيينك للعمل على مشروع، كنت تعمل دائما للتخرج مع مرتبة الشرف، واحد من زملائك في الفريق لا يقوم بأي جهد، حتى في أجزاء المشروع الذي يكون مسؤولا عنها، تشعر أن دمك يغلي بسبب قيمك الخاصة بالعدل والمساواة.

قلت شيئا خاصا لصديقك الصادق، إلا أنك تجد صديقك قد شارك ذلك مع شخص آخر السر الخاص بك. تشعر بخيانة تماما ولم تعد تثق به، قيمكم من الثقة والولاء انتهكت، ستكون حريصاً من الآن.. هذا النشاط من ثلاثة أجزاء، وأنت تسير لتحديد أعلى قيمك،

قيمي

القيم وتعريفها	درجة الممارسة
-1	
-2	
-3	
-4	
-5	

- اختر القيم الأهم لك، ثم قيم مدى الممارسة اليومية
- من: 5 متمسك بها دائما
 - إلى: 1 في أوقات قليلة

خطة القيم

القيمة	خطة عمل وجدول زمني	شريك	منجز (لا) / (نعم)

33% يلتزمون بالخطة عند كتابتها
الشريك يساعد ويعزز الالتزام
يستغرق تغيير السلوك 21 يوم

الشغف



عواطفك: الوقود عند دمج المشاعر الخاصة بك في ما تفعله،
يمكن أن تخلق قوة من الحماس والإلهام لمن حولك.

الشغف يصنع الحياة



- إعادة تنشيط، للبدء في مهمة أو تجربة جديدة
- السماح للوعي الخاص بك للعمل على مشكلة في حين كنت مشتت الفكر
- إنشاء اتصال وصدقة مع الآخرين
- توفير منفذ إنتاجي للطاقة الزائدة أو الإجهاد
- تحسين الذاكرة الخاصة بك: العقلية، العاطفية، الصحية والجسدية، أهداف المهنة

<https://www.youtube.com/watch?v=9pMW0lb42Fc>

سيكون لديك فرصة في التفكير في مشاعرك، ودمجها في ما تفعله

ابحث عن الشغف



1. ماذا تفعل في الصيف إذا كان معك مال؟

2. ما هي الأنشطة المفضلة لديك؟

3. ما هو نوع الناس في محيطك؟

4. أي نوع من القصص في الأخبار تهتم بها دائما؟

أين شغفك؟



1. كيف يمكنك مواصلة استكشاف العاطفة عن طريق العمل التطوعي؟
2. كيف لشغفك تشكيل أساس أهداف حياتك المهنية؟ ما هي أنواع المسارات الوظيفية التي تستفيد من المشاعر الكامنة التي كشفتها؟

المحاضرة الرابعة

البناء



1. الأفكار
2. الهدف
3. الخطة
4. الخطة التنفيذية
5. المتابعة والتحكم

الأفكار

- يمكنك كتابة النقاط الرئيسية

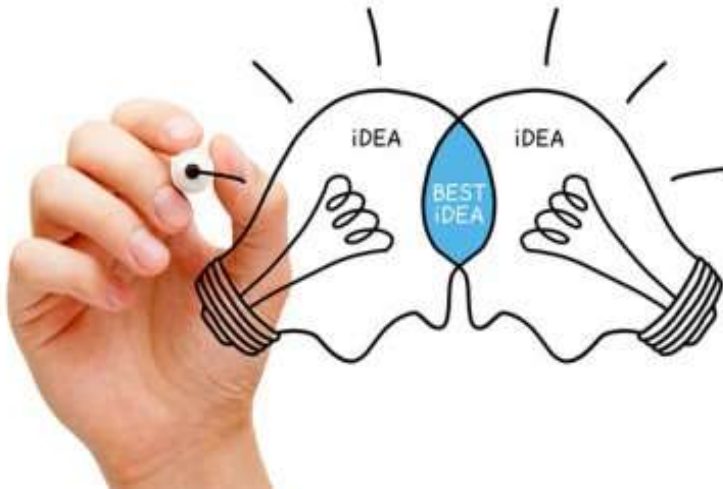
أنا...

تعريف:

لقد امتلكت:

استمتع بي:

سوف أعمل:



مستقبلك



• انظروا معي إلى مستقبلكم:

1. ما هي الأشياء المهمة لك؟
2. من معك في الرحلة؟
3. كيف تغذي العاطفة؟
4. ما هي الإنجازات؟
5. أين أنت؟ إلى أين أنت ذاهب؟

الهدف

استرخي وابدأ من جديد

- رحلة داخلية في الذات.
- علل أهدافك للتأكد من صحتها!
- بعد كل التحاليل.. هل هذا يحقق هدفك؟

https://www.youtube.com/watch?v=GI_2TOKbRZU

SMART



1. هدف محدد واضح

2. يمكن قياسه

3. يمكن تحقيقه

4. الهدف مهم لك

5. ضمن إطار زمني

من أنت؟ (الهوية)

ما الذي يجعلك شخصاً مميزاً؟

- الخصائص الفيزيائية والمظهر العام
- الشخصية
- التاريخ الشخصي والمهني، والتراث
- الثقافة، والتعليم، والمصالح والشغف
- القيم، والغرض، والرؤية



ماذا تفعل؟ (العرض)

ما هي الميزات أو القدرات التي تعطي قيمة لجمهورك؟

ما أهمية الخدمات أو المنتجات التي تقدمها؟



• الخدمات والمنتجات

• المهارات الشخصية

• نمط العلاقات

ما الفائدة؟ (الفوائد الرئيسية)

ما هي الفوائد التي يستمتع بها عملائك عند التعامل معك؟

- عملي (المشكلة يمكن حلها / أو تقوم بإرضائهم)

- عاطفي (كيف يشعرون)

- تعبير ذاتي (يعتقدون أنهم ممكن أن يكونوا مثلك)

- الاجتماعية (نوع الناس الذين يمكن أن تتواصل معهم)



لماذا أنت؟ (وضعك)

ما هو العنصر المميز الذي يجعلك مختلفاً عن منافسيك وجذاباً للجمهور؟



- خاصية وميزة؟
- هل هو مناسب لحاجة العملاء؟
- هل تملك مجموعة من الفوائد؟
- ما حجم السوق المتعلقة بك؟
- القيمة السعرية؟
- هل يمكن أن يقلدك منافسوك؟
- عندك (البصيرة)؟

ما الذي يحتاج إلى معرفته؟ (الجمهور)

لمن صُنعت القيم؟

من هم العملاء الأكثر أهمية لديك؟

ماذا يؤثر في عملائك؟

من الذي يساعدك في تطوير العلامة التجارية الخاصة بك؟

• شرائح العملاء

• المؤثرون

• المجتمعات والقبائل (الإنترنت – الواقع)

• الرأي العام



هل لديك مصداقية؟ (أسباب للاعتقاد)

ما الذي يجعلك ذا مصداقية للجمهور؟

- سيرة ذاتية، مناصب، وسجل حافل
- الشهادات والتدريب والتعلم
- الأدوار في الجمعيات العامة والأنشطة
- المصادقة من أصحاب المصلحة ذوي الصلة
- الأدوار الأكاديمية والمنشورات
- الملكية الفكرية
- الأهداف وممتلكاتك، والموارد، إلخ



كيف يتعرفون بك؟ (الاتصالات)



- كيف يمكنك أن تصبح معروفاً من الجمهور؟
- ما هي القنوات التي تتواصل بها مع جمهورك؟
- كيف صنعت العلاقات مع جمهورك؟
- الهوية البصرية واللفظية (شعار الرسالة التسويقية)
- القصة
- الدعاية والعلاقات العامة، والشبكات
- الرعاية والإعلان
- الفعاليات والمناسبات
- التسويق الرقمي

ماذا تحتاج؟ (مفتاح للاستثمار)

الشركاء الرئيسيون، الأنشطة الرئيسية أو الموارد الرئيسية.. هل قمت بالاستثمار أو يجب أن تستثمر لبناء الماركة التجارية الخاصة بك بنجاح؟



- الاتصالات التسويقية
- الأصول والموارد المادية
- الموردون والاستشاريون والشراكات
- زمن
- التدريب
- الملكية الفكرية

على ماذا حصلت ؟ (النتائج)

ما هي النتائج أو الفوائد التي تحصل عليها أو تريدها من الماركة الشخصية؟

كيف تتصور علامتك؟ كيف تريد أن يُنظر إليها؟

ماذا يقولون عنك؟ ماذا تريد أن يقال عنك؟



1. الرؤية والوعي والبقاء في الأذهان

2. القيادة والاحترام والصورة والسمعة

3. التميز، الجودة المدركة

4. قيمة مناسبة ممتاز، حصة من السوق

5. الولاء والاحتفاظ بها

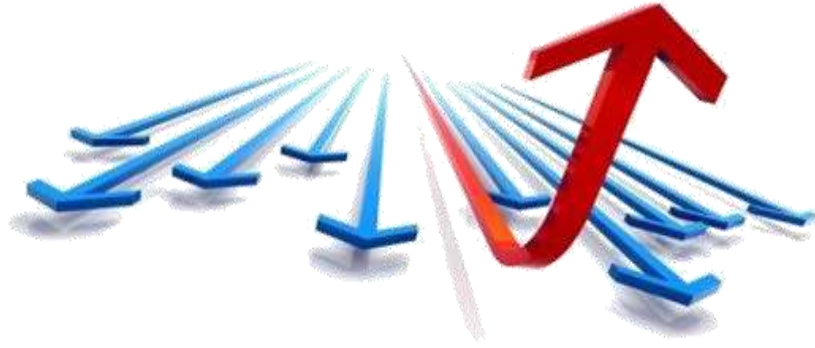
المحاضرة الخامسة

التسويق



1. تحليل
2. هدف
3. الاستراتيجية
4. المزيج التسويقي
5. وسائل التسويق
6. المتابعة والتحكم

التحليل



1. المنافسين

2. وسائلهم التسويقية

3. احتياجات السوق

الأهداف

Goal & Objective Setting



1. أهداف قريبة

2. أهداف متوسطة

3. أهداف بعيدة

الاستراتيجية

هي الخطة التي يتم تصميمها وتفصل بالتحديد طريقة الدخول إلى السوق الجديد وطريقة جذب عملاء جدد وتسمح لك أن تشغل مصادرك المحدودة في فرص مناسبة وللوصول إلى ميزات تنافسية



- التعرف على الآثار المستقبلية لقراراتك الحالية.
- تحديد وتحليل مواطن القوة والضعف بك بالمقارنة بمنافسيك.
- مساعدتك على قياس وتحليل وتقييم الفرص التسويقية وتحديد أهداف أكثر واقعية.
- تحقيق التكامل والترابط بين أنشطة وعمليات التسويق من جهة، وبينها وبين أنشطة وعمليات التطوير الخاصة بك.

المزيج التسويقي



- المنتج أو الخدمة
- السعر
- أماكن تواجدها
- أساليب التسويق
- الجمهور المستهدف

وسائل التسويق



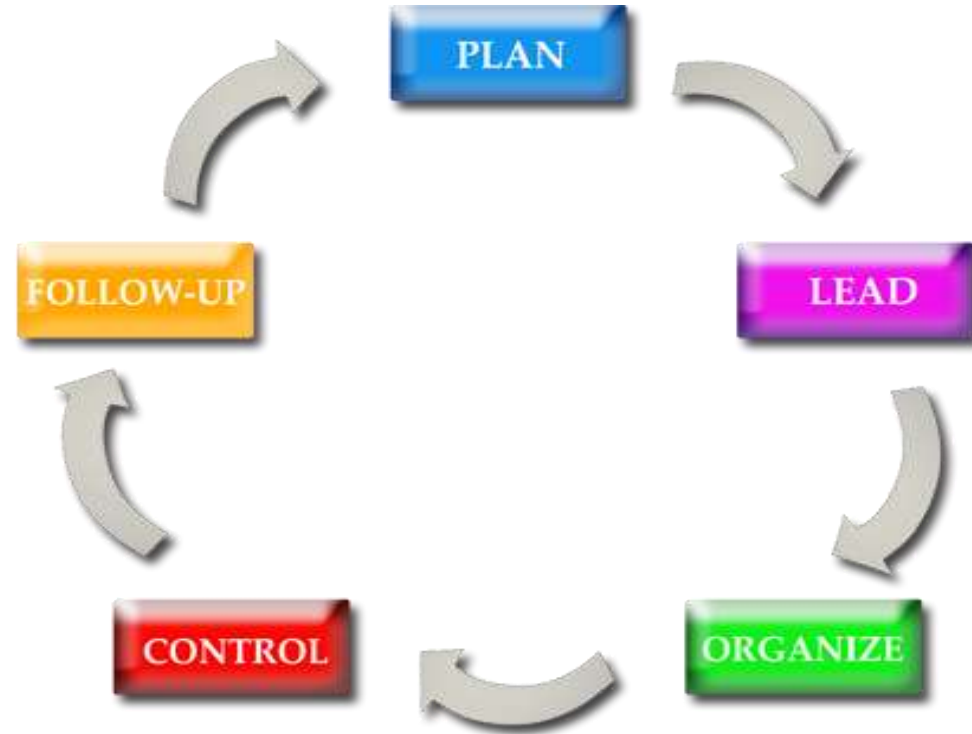
• العلاقات العامة

• الدعاية والإعلان

• التسويق عبر الشبكات الاجتماعية

• التسويق التقليدي

المتابعة والتحكم



المحاضرة السادسة

مؤشرات التحقق

- مؤشرات كمية Quantitative indicators: كالإحصاءات والبيانات الرقمية المختلفة
- مؤشرات تطبيقية Practical indicators: تتعامل مع العمليات الموجودة.
- مؤشرات توجيهية Directional Indicators: توضح إن كانت تتحسن وتتقدم أم العكس.
- مؤشرات عملية Actionable indicators: توضح مدى رضاك عن أسلوب رقابة التغيير الفعال.



التعريف

- يعتبر مؤشر قياس الأداء Key Performance Indicators عاملاً مساعداً في مقدار التقدم المتحقق نحو تحقيق الأهداف.
- وهي مقاييس مالية وغير مالية تستخدم للمساعدة في التأكد من أنك نجحت في تحقيق أهدافك وعملت التقدم اللازم، مؤشرات الأداء مؤشرات للنجاح في تحقيق الأهداف.

مؤشرات كمية

- ما هي النتيجة المرجوة؟
- لماذا هذه النتيجة مهمة؟
- كيف ستقيس التقدم؟
- كيف يمكنك التأثير على النتيجة؟
- من هو المسؤول عن نتائج الأعمال؟
- كيف ستعرف أنك قد حققت نتائجك؟
- كم مرة ستراجع التقدم المحرز نحو تحقيق النتائج؟

مؤشرات كمية

على سبيل المثال، لنفترض أن هدفك هو زيادة أرباحك هذا العام.

- لزيادة الإيرادات بنسبة 20٪ هذا العام
- وسيتم تحقيق هذا الهدف لي أن أطور نفسي
- وسيتم قياس التقدم المحرز على أنه زيادة في الإيرادات المقاسة بالجنيه
- من خلال توظيف الوقت في عمل إضافي، من خلال تسويق خدمتي بشكل أكبر
- وسيتم مراجعة مؤشرات الأداء الرئيسية على أساس شهري

مؤشرات تطبيقية

التقييم	ممتاز	جيد جدا	جيد جدا	جيد	مرضي	غير مرضي	العنصر
	6	5	4	3	2	1	
							المهارة في التخطيط
							اتخاذ القرار
							الإشراف الفني
							مستوى الأداء في التخصص
							المتابعة للمستجدات
							إمكانية تحمل مسؤولية
							المحافظة على الأوقات
							الدقة في الأداء

مؤشرات تطبيقية

التقييم	ممتاز	جيد جداً	جيد جداً	جيد	مرضي	غير مرضي	الصفات الشخصية
	6	5	4	3	2	1	
							الاعتماد على النفس
							الاهتمام بالمظهر
							تقبل الأفكار الجديدة في التعليم أو العمل

دع شخصاً ممن حولك يساعدك في الاختبار وتحدي المستوى

مؤشرات تطبيقية

التقييم	ممتاز	جيد جدا	جيد جدا	جيد	مرضي	غير مرضي	العلاقات العامة
	6	5	4	3	2	1	
							الأهل
							الأصدقاء
							مديرك أو أساتذتك

دع شخصاً ممن حولك يساعدك في الاختبار وتحدي المستوى

التطوير



- تطوير مهارات
- تطوير المعرفة
- تطوير الأساليب التسويقية
- تطوير الدافع والشغف



LinkedIn Profile





- أهمية وجود حساب لك على موقع LinkedIn

لأن تقريباً فوق ال 90% من الشركات على مستوى العالم تبحث عن الموظفين من خلال هذا الموقع،

وأن ظهورك بشكل احترافي عليه يزيد من فرص وصولك لوظيفة حوالي خمسة أضعاف!

ما هو موقع لينكد إن؟

هو عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، ولكن لينكد إن أكثر احترافية ومختلف في النقط القادمة:

- لينكد إن بيئة رائعة تستطيع من خلالها زيادة شبكة العلاقات (Professional Network) الخاصة بك، والتعرف على أشخاص في مجالك من كل دول العالم.
- تستطيع من خلاله أن تحصل على تاريخ أي شخص، تخرج من أي كلية، أين يعمل، مدى خبرته في مجاله، وأيضا تعرف رأي الناس فيه من خلال التوصيات Recommendations الموجودة في حسابه. يمكنك أيضا أن تستغل تلك النقطة عندما يكون لديك مقابلة شخصية مع شخص ما لأنك حينئذ يمكنك معرفة معلومات عن الأشخاص الذي من المحتمل أن يجروا معك المقابلة.
- تستطيع من خلاله أن تصل لوظيفة في شركة أحلامك، حيث أن 50% من الشركات في العالم تعلن عن وظائفها بشكل حصري على لينكدإن، بالإضافة إلى أن المسؤولين عن التوظيف HR / Recruiters ودورهم البحث عن موظفين للشركات، وبالتأكيد لن يجدوا بيئة أفضل من لينكدإن يبحثوا من خلالها.
- تستطيع من خلاله أن تقرأ مقالات قوية ومفيدة جدًا في تخصصك، وأن تتابع كل ما هو جديد بالنسبة لمجال عملك.

ما هو موقع لينكد إن؟

1- الصورة الشخصية Profile Picture

قم بوضع صورة احترافية لك على لينكدإن توضح وجهك جيدًا وأنت مبتسم وبخلفية مناسبة لأن صورتك هي أول ما يراه الآخرون وتعطي الانطباع الأول عنك، وابتعد عن الصور المعتادة في مواقع التواصل الأخرى. عندما تكون صورتك واضحة وجودتها قوية فهذا يزيد من فرص ظهور حسابك للآخرين على لينكدإن.

ما هو موقع لينكد إن؟

2- العنوان الرئيسي Profile Headline

العنوان الرئيسي هو أول جزء يظهر في ال Profile، وبدلاً من أن تكتب فيه منصبك الحالي فقط، حاول أن تسوق لنفسك بشكل مميز أكثر، وتذكر ما أنت مميز فيه أو ما هي الإضافة التي تضيفها في مجالك. ولا تنسى إضافة المجال أو الصناعة (industry) التي تعمل فيها.

ما هو موقع لينكد إن؟

3- الملخص Summary

- يجب أن تهتم بالملخص لأن من أهم ما يجذب الباحثين عن موظفين، قم بكتابة نبذة مختصرة عنك تحتوي على كلمات مفتاحية Keywords لكي يستطيع الناس الوصول إليك عندما يقومون بالبحث بها.
- يمكنك كتابة الملخص عن طريق الإجابة على تلك الأسئلة (من أنت – ماذا تفعل – ما الذي يميزك في تخصصك – كيف أستطيع أن أستفيد منك وما الذي ستقدمه لي – كيفية التواصل معك).
- يمكنك في هذا الجزء أن ترفع سيرتك الذاتية ويجب أن تكون مسوقاً لنفسك فيها بطريقة صحيحة واحترافية.

ما هو موقع لينكد إن؟

4- خبرات العمل Experiences

لا تكتب الوصف الوظيفي لعملك فقط، ولكن حاول أن تخرج خارج تلك الدائرة وأن تعرض ما حققته في عملك من إنجازات ومهام مهمة، وكيف أضفت قيمة في عملك، أو كيف حللت مشكلة مررت بها في عملك.

ما هو موقع لينكد إن؟

5- المهارات والتزكيات Skills and Endorsements

في هذا الجزء قم بعرض ما تملكه من مهارات، والتي تعرضك كشخص من أفضل الموجودين في مجالك، أما التزكيات فهي تأكيد من أشخاص عملوا معك على تلك المهارات وأنت حقاً تمتلكها.

ما هو موقع لينكد إن؟

6- المشاريع Projects

في هذا الجزء يمكنك كتابة أي مشاريع اشتركت بها أو ورش عمل أو حتى فريق بحث، وهذا يساعدك أن تعرض إنجازاتك في مجالك بشكل أفضل.

ما هو موقع لينكد إن؟

7- الأصدقاء أو العلاقات Connections

حاول أن يكون عندك أكثر من 500 Connection على لينكدإن بنسبة 60% في مجالك، والباقي يكون من باقي المجالات، وأيضًا الموظفين في مجال الموارد البشرية HR في الشركات التي تحلم أن تعمل بها، لأن قوة لينكدإن في شبكة العلاقات Network التي تمتلكها، ومدى تواصلك معهم. تستطيع أيضاً أن تضيف الأشخاص الذين درسوا في نفس كليتك عن طريق اختيار في الموقع اسمه: (Find Alumni زميل الدراسة) والذي يطلعك على كل من درسوا معك.

ما هو موقع لينكد إن؟

8- التوصيات Recommendations

حاول أن يكون لديك أكثر من توصية على أكثر من منصب عندك لكي يصبح لديك مصداقية أكبر تميزك،
ويمكنك الحصول على توصيات عن طريق طلبها من الأشخاص الذين تعاملت معهم مباشرة.

ما هو موقع لينكد إن؟

9- المجموعات Groups

اشترك في ال Groups التي تخص مجالك ويكون لك نشاط عليها، مثل أنك تقوم بكتابة مواضيع مفيدة وتعلق على موضوعات الآخرين حتى يزيد معدل ظهورك وتشعر الناس بوجودك.

ما هو موقع لينكد إن؟

10- الوسائط المتعددة Multimedia

تلك الخاصية توفر لك إرفاق صور أو Presentation أو ملفات لل Profile الخاص بك، فمن الممكن أن ترفق صور لك أثناء عملك في كل منصب أو ملفات معينة متعلقة بمجالك أو نماذج عمل من عملك إذا كنت مصمم مثلاً.

ما هو موقع لينكد إن؟

11- الدورات التدريبية، الشهادات وخبرات التطوع Courses, Certificates and Volunteer experience
ضيف الدورات التدريبية التي حصلت عليها سواء كانت من غير شهادة أو بشهادة، وسواء كانت أونلاين عن طريق الإنترنت أو على أرض الواقع، ولا تنسى الخبرات التطوعية لأن الكثير من الشركات تهتم بالخبرات التطوعية.



شكرا لكم