

# 5 Steps to Becoming the 'Face' of Your Company

## پنج گام برای اینکه به چهره شرکتان تبدیل شوید<sup>۱</sup>

جیسون دمرس

چهره شرکت بودن نقشی مرعوب کننده است، برای همین بسیاری از مدیران عامل و بنیان گذران شرکت‌ها از اینکه مورد توجه قرار بگیرند معذب می‌شوند. آن‌ها این حرکتشان را به عنوان نشانی از فروتنی تلقی می‌کنند اما در این صورت شرکت مجبور است بدون وجود برندی شخصی در رأس آن به حیات خود ادامه دهد و این عاقلانه نیست. در جهان امروز داشتن برند شخصی قوی برای اداره شرکت بسیار مهم است و بعضی‌ها حتی عقیده دارند داشتن برند شخصی نه تنها مهم بلکه ضروری است. امروزه مشتریان بیش از هر زمان دیگری نسبت به شرکت‌ها و تبلیغات آن‌ها بی‌اعتماد شده‌اند و بیشتر به افراد اعتماد می‌کنند. مطالعات موردی نشان می‌دهد وجود چهره انسانی نرخ مکالمات را افزایش می‌دهد و برند شخصی افراد در رسانه‌های اجتماعی سبب ایجاد سهولت در جذب افراد و برقراری ارتباط با آن‌ها می‌شود. در حقیقت این مسیر اگر درست اجرا شود برند شخصی شما می‌تواند مخاطبان سایت شرکت را بسیار بیشتر کند، نفوذ و قدرت برند شما را افزایش دهد و ارتباط مشتریان و برند شما را نیز ارتقا دهد. اما تبدیل شدن به چهره شرکت عملی ساده نیست و زمان زیادی را طلب می‌کند. زمانی که آماده‌اید با این پنج گام شروع کنید:

### خودتان را در وبسایت شرکت نشان دهید

اولین گام ساده‌ترین گام است. در سایت شرکت یک پروفایل کوچک برای خودتان ایجاد کنید که شامل نام و زندگینامه مختصری از شما باشد و لینکی نیز به سایر پروفایل‌های رسانه‌های اجتماعی شما مانند لینکدین و

---

۱- این مقاله در سپتامبر ۲۰۱۸ در نشریه کارآفرین آمریکا به چاپ رسیده است.

اینستاگرام داشته باشد. شما همچنین می‌توانید به عنوان نویسنده وبلاگ شرکت، خود را بالای صفحه نگه دارید. مطمئن شوید عکس صورت شما به وضوح دیده می‌شود زیرا مردم ترجیح می‌دهند عکس چهره افراد را ببینند تا اینکه توصیفاتی بی‌نظیر بخوانند.

## انتشار محتوا

در قدم بعدی به صورت منظم محتوا منتشر کنید تحت نام شخصی خودتان نه نام شرکتتان. به موضوعات صنعتتان بچسبید و همیشه به عنوان اولین نفر دیدگاهتان را بیان کنید. در نوشته‌هایتان قدری راجع به ویژگی‌های شخصی‌تان نیز صحبت کنید. از این طریق مردم بیشتر با شما آشنا می‌شوند تلاش کنید هفته‌ای حداقل یک مطلب جدید روی وبلاگ شرکت یا روی وبلاگی که خودتان بصورت جداگانه ایجاد کرده‌اید بگذارید. در بلندمدت وبلاگ جداگانه‌ای که خودتان تأسیس کرده باشید تأثیر بیشتری می‌گذارد اما اگر برای این کار آماده نیستید با همان چیزهایی که دارید شروع کنید.

## در رسانه‌های اجتماعی فعال باشید

بصورت مرتب در رسانه‌های اجتماعی مطلب منتشر کنید. اطمینان حاصل کنید تمام مطالبتان را به هم پیوند داده‌اید. به هر کس از شما سوالی می‌پرسد پاسخ دهید. از کسانی که مطالب شما را بازنشر می‌کنند تشکر کنید. در بحث‌هایی که هم‌اکنون در صفحات سایر افراد فعال در رسانه‌های اجتماعی در حال انجام است شرکت کنید. هرچه بیشتر در رسانه‌های اجتماعی مطلب منتشر کنید بیشتر دیده می‌شوید؛ اما حتماً مطالبتان در چارچوب صنعتی باشد که می‌خواهید در آن شناخته شوید.

## شبکه‌سازی کنید

سعی کنید به عنوان یک فرد متخصص در رویدادها یا بصورت آنلاین در لینکدین و وینارها شبکه ارتباطی خود را گسترش دهید. مخاطبان بیشتری را به سمت رسانه‌های اجتماعی خود جذب کنید و فهرستی از مخاطبان هدف برای بازاریابی سمینارها و وینارهای خود داشته باشید. در رویدادها به عنوان سخنران صحبت کنید یا کارگاه‌های آموزشی رایگان برای فعالین صنعتتان برگزار نمایید. فعالیت‌هایی از این قبیل توجه زیادی را به سمت پروفایل‌های شخصی شما جلب می‌کند.

## به طور مکرر از شرکتان مثال بزنید

وقتی شروع به کسب شهرت می کنید از شرکتان بیشتر بگویید در تمام رسانه های اجتماعی تان نام شرکتان را بیاورید در هر رویداد یا هر جایی که برای سخنرانی دعوت می شوید نام شرکتان را ذکر کنید. می توانید از شرکتان به عنوان منبع اصلی مثال هایی که می زنید یا مطالعات موردی که در نوشته های تان به کار می برید استفاده کنید. هدف شما در اینجا این نیست که شرکتان را تبلیغ کنید اما برای اینکه موضوع برایتان روشن شود به یاد داشته باشید مردم به شما اعتماد می کنند و تا مادامی که نخواهید چیزی را به زور به آن ها قالب کنید به طور طبیعی اعتمادشان به هر چیز دیگری که به شما مربوط می شود نیز جلب می شود

ساختن و مدیریت برند شخصی فرآیندی مستمر است که به مراقبت و تعهد احتیاج دارد. هرچه زمان و تلاش بیشتری بر روی آن صرف کنید در بلندمدت بازده بیشتری خواهد داشت. نقش جدید شما به عنوان چهره شرکت ممکن است استرس بیشتری به برنامه تان اضافه کند و یک موضوع دیگر نیز به فهرست کارهای شما افزوده شود که باید آن را مدیریت کنید اما در آینده متوجه خواهید شد که ارزشش را داشته است.

**تهیه شده توسط مرکز آموزش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی  
با همکاری ره آورد مدیریت**