

برندینگ شخصی آنلاین
Online Personal Branding



دکتر آذر صائمیان

(دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی بین الملل دانشگاه شهید بهشتی)

جواد فقیهی پور

(کandidای دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه تهران)

سرشناسه: صائمیان، آذر، ۱۳۳۶.
 عنوان و نام پدیدآور: برندینگ شخصی آنلاین = *Online personal branding* / آذر صائمیان، جواد فقیهی‌پور،
 با همکاری انجمن مدیریت ایران.
 مشخصات نشر: تهران: دارالفنون، ۱۳۹۵.
 مشخصات ظاهری: ۱۸۰ ص: مصور؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
 شابک: ۳-۲۶-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸؛ ۱۱۰۰۰۰ ریال.
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
 یادداشت: کتابنامه.
 موضوع: بزرگساز (بازاریابی)
 شناسه ورود: فقیهی‌پور، جواد، ۱۳۶۱.
 شناسه افزوده: انجمن مدیریت ایران
 رده‌بندی کنگ: ۱۳، ۲۴، ۵۴۱۵/۱۲۵۵/ص HF
 رده‌بندی رزی: ۸۲۷
 شماره کتاب‌شناسی: ۴۳۱۰۰۳۶



نام کتاب: برندینگ شخصی آنلاین
 مولفین: دکتر آذر صائمیان، جواد فقیهی‌پور
 با همکاری: انجمن مدیریت ایران
 ناشر: دارالفنون
 مدیر هنری: فرزانه دلبری
 چاپ و صحافی: مجتمع چاپ اول
 شابک: ۳-۲۶-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸
 نوبت چاپ: اول - اردیبهشت ۱۳۹۵
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه
 قیمت: ۱۱۰۰۰۰ ریال

© حق چاپ این اثر، برای مولفین محفوظ است *

* دفتر مرکزی: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۴، انتشارات دارالفنون *



اگر، نواز آموختن سربتابی
بسوزند چه ب درختان بی بر
درخت، تو گو بار دانش بگیرد
به زیر آوری چرخ نیلوفری را
نجوید سر تو همی سروری را
منا خود همین است مری بی بری را

سخن ناشر

جوامع امروزی متشکل از سازه‌های کوچک و بزرگی هستند که هر یک به نوعی، بخشی از نیازهای افراد جامعه را مرتفع می‌سازند. حال اگر این سازمانها، از مدیریتی کارآمد و اثربخش در بخشها و رده‌های مختلف خود برخوردار باشند، نه تنها قادر به رفع این نیازها نخواهند بود؛ بلکه مشکلات بسیار دیگری را نیز موجب خواهند شد. ضعف مدیریت، گاهی سبب بروز خسارات جبران‌ناپذیری بر پیکره‌ی یک جامعه می‌گردد. تلاش‌های زیادی بی‌نتیجه خواهد ماند، حق افراد بی‌شماری تضییع شده و سرمایه عظیمی نیز به هدر خواهد رفت. نگاهی بر ائتلاف بی‌رویه‌ی منابع انسانی و مالی نشان می‌دهد که اهمیت مدیریت در کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه، بسیار محسوس‌تر از هر مکان دیگر است.

اگر چه مدیریت، مقوله‌ای نوظهور نبوده و قدمتی به درازای تاریخ بشریت دارد ولی توجه به پیشرفت‌های روزافزون جوامع بشری در دهه‌های اخیر و همراه شدن آن با معیارات چشمگیر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی، هر روز بر اهمیت آن، چه از نظر تئوری و چه از منظر عملی افزوده می‌شود و ضروری است که بیش از گذشته به آن پرداخته شود.

با توجه به آنچه ذکر گردید و از آنجا که امروزه رشته مدیریت یکی از مهمترین رشته‌های دانشگاهی محسوب شده و گرایش‌های آن نیز در کشور ما رو به افزایش است، انتشارات

دارالفنون به عنوان یک ناشر فعال در عرصه کتب دانشگاهی و بالخصوص رشته مدیریت، رسالت خود می‌داند که با نشر و چاپ کتب معتبر در این رشته، به نشر دانش روز مدیریت پرداخته و بدین وسیله گامی مثبت در جهت رشد و اعتلای کشور عزیزمان بردارد. بدیهی است که یاری اساتید، صاحب‌نظران و خبرگان این حوزه، پشتوانه‌ای قوی برای ما در نیل به این هدف خواهد بود.

انتشارات دارالفنون

www.ketab.ir

فهرست مطالب

پیشگفتار..... ۱۱

فصل اول: مفاهیم برندینگ شخصی آنلاین

- ۱-۱-۱-۱ برندینگ شخصی..... ۱۳
- ۱-۱-۱-۲ برندینگ شخصی آنلاین..... ۱۸
- ۱-۳-۱ هویت آنلاین..... ۲۱
- ۱-۴-۱ اعتماد آنلاین..... ۲۵
- مطالعه موردی: کویر رز..... ۲۶

فصل دوم: شهرت آنلاین

- ۱-۲-۱-۱ مفهوم شهرت آنلاین..... ۲۷
- ۱-۲-۲-۱ شهرت آنلاین در کسب و کار..... ۳۲
- ۱-۲-۲-۲ ساخت و کنترل شهرت آنلاین..... ۳۳
- ۱-۳-۲-۱ با احتیاط در فضای شبکه‌های اجتماعی..... ۳۴
- ۱-۳-۲-۲ شهرت خود را زیر نظر داشته باشید..... ۳۵
- ۱-۳-۲-۳ حفظ حریم شخصی مجازی..... ۳۶
- پنج گام موثر در کنترل شهرت آنلاین به روایت ویلیام آرودا..... ۳۷

فصل سوم: ارتباطات و شبکه‌سازی

- ۱-۳-۱-۱ ایجاد روابط در بستر فناوری اطلاعات..... ۳۹
- ۱-۳-۲-۱ انتخاب مسیر درست برندینگ شخصی..... ۴۲
- ۱-۳-۳-۱ کمک به دیگران..... ۴۴
- ۱-۴-۳-۱ مثبت صحبت کردن..... ۴۵

- ۴۹-۵-۳- کسب توجه دیگران.....
- ۵۲-۶-۳- قدردانی صادقانه.....
- ۵۴-۷-۳- شما همانی هستید که می‌نویسید.....
- ۵۶-۸-۳- بایدها و نبایدها در ارتباطات.....
- ۶۴-۹-۳- ابزار ارتباطی رایج در برندینگ شخصی.....

فصل چهارم: شبکه‌های اجتماعی

- ۶۷-۱-۴- شبکه اجتماعی.....
- ۷۰-۲-۴- برندینگ شخصی از طریق شبکه اجتماعی.....
- ۷۳-۱-۲-۴- اهداف روابط حرفه‌ای.....
- ۷۳-۲-۲-۴- بهتر زمانی که.....
- ۷۴-۳-۲-۴- آنلاین ارباب بردار کنید.....
- ۷۴-۴-۲-۴- افق‌های فکری خود را توسعه دهید.....
- ۷۵-۵-۲-۴- تلاش خود را بیشتر کنید.....
- ۷۶-۶-۲-۴- اخبار خود را به اشتراک بگذارید.....
- ۷۷-۷-۲-۴- خودتان را در گوگل جستجو کنید.....
- ۷۷-۸-۲-۴- بی‌عیب و نقص، ایمیل کنید.....
- ۷۷-۹-۲-۴- یک کاربر فعال لینکدین باشید.....
- ۷۸-۱۰-۲-۴- ارتباطات آنلاین خود را آنلاین سازید.....
- ۷۸-۱۱-۲-۴- وضعیت و موقعیت حرفه‌ای خود را به اشتراک بگذارید.....
- ۷۸-۱۲-۲-۴- چند کار فرعی آنلاین انجام دهید.....
- ۷۹-۱۳-۲-۴- لینک‌ها را به ایمیل خود اضافه کنید.....
- ۷۹-۱۴-۲-۴- در مورد حضور آنلاین خود کوشا باشید.....
- ۸۰-۳-۴- آنچه که رسانه اجتماعی در مورد شما به کارفرمایان می‌گویند.....
- ۸۰-۱-۳-۴- از تصاویر و ویدئوهای خود در فضای مجازی کاملاً آگاه باشید.....
- ۸۰-۲-۳-۴- از صحت تمام مطالب اطمینان حاصل نمایید.....
- ۸۱-۳-۳-۴- تمام مطالب را به اشتراک نگذارید.....
- ۸۱-۴-۴- ابزار وب.....

- ۸۱-۴-۱- شبکه سازی اجتماعی.....
- ۸۲-۴-۲- سایت های کاریابی.....
- ۸۳-۴-۳- موتورهای جستجو.....
- ۸۴-۴-۴- بلاگ ها و میکرو بلاگ ها.....
- ۸۴-۴-۵- آراس. اس.....
- ۸۵-۴-۵- لینکدین.....
- ۸۸-۴-۵-۱- یک پرو فایل ۱۰۰٪ کامل بسازید.....
- ۸۸-۴-۵-۲- یک عکس مناسب را به نمایش بگذارید.....
- ۸۹-۴-۵-۳- تجربیات تان را مشخص کنید.....
- ۸۹-۴-۵-۴- مخاطبان را بارگذاری کنید.....
- ۸۹-۴-۵-۵- با گروه ها که در دنیای حقیقی با آنها در ارتباط هستید، پیوندید.....
- ۹۰-۴-۵-۶- هر دو واسه ارتباطی را شخصی سازید.....
- ۹۰-۴-۵-۷- قبل از مصاحبه مورد انفراد تحقیق کنید.....
- ۹۰-۴-۵-۸- بررسی کنید که آیا اصول آلاین شما، کارفرما پسندانه است.....
- ۹۱-۴-۵-۹- محتوای منفی را کاهش دهید.....
- ۹۱-۴-۵-۱۰- از سیاست شرکت در مورد رسانه های اجتماعی آگاه شوید.....
- ۹۱-۴-۵-۱۱- تنظیمات خصوصی را کنترل نما.....
- ۹۲-۴-۶- پاسخ های حرفه ای بدهید.....
- ۹۲-۴-۷- توصیه هایی در خصوص فضای مجازی.....

فصل پنجم: گوگل

- ۹۵-۵-۱- اگر در گوگل به دنبال خود نمی گشتید چه اتفاقی می افتاد؟.....
- ۹۷-۵-۲- اهمیت نتایج جستجوی نام شما در گوگل.....
- ۱۰۰-۵-۳- نتایج جستجو در گوگل.....
- ۱۰۳-۵-۴- احتمال تصاحب فرصت های شغلی را با نتایج گوگل بالا ببرید.....
- ۱۰۵-۵-۵- دستورالعملی به منظور کنترل نتایج جستجوها در گوگل.....
- ۱۱۰-۵-۶- تاکتیک های پیشرفته برای ارتقاء رتبه ی نتایج در گوگل.....
- ۱۱۶-۵-۷- ضریب گوگل خود را تعیین کنید.....

فصل ششم: سنوی شخصی

- ۱-۶- سنوی شخصی ۱۱۹
- ۲-۶- اهمیت سنوی شخصی ۱۱۹
- ۳-۶- کارکرد سنوی شخصی ۱۲۰
- ۴-۶- فاکتورهای موثر بر موتورهای جستجو ۱۲۰
- ۵-۶- تکنیک‌های کلاه سیاه ۱۲۴

فصل هفتم: وبسایت شخصی

- ۱-۷- وبسایت ۱۲۷
- ۲-۷- وبسایت شخصی ۱۲۸
- ۴-۷- شش اصل برای ساخت وبسایت شخصی ۱۳۳
- ۵-۷- کارکرد وبسایت شخصی ۱۳۶
- ۶-۷- محتوای وبسایت شخصی ۱۴۳

فصل هشتم: بلاگری

- ۱-۸- شالوده‌ی برند شخصی خود را ایجاد کن ۱۵۱
- ۲-۸- در دنیای مجازی قابل رویت باشید ۱۵۱
- ۳-۸- وبلاگ‌ها ۱۵۲
- ۴-۸- وبلاگ‌نویسی یا بلاگری ۱۵۴
- ۵-۸- برندینگ شخصی برای بلاگرها ۱۵۶
- ۶-۸- نوشتن یک بیوگرافی ۱۵۷
- ۷-۸- وبلاگ‌نویسی، تنها برای حضور داشتن در فضای مجازی نیست ۱۶۲

پیوست‌ها

- پیوست شماره ۱: جعبه ابزار برندینگ شخصی آنلاین ۱۶۵
- پیوست شماره ۲: تکمیل بسته ۱۷۵

- منابع و مآخذ ۱۷۹

یکی از اساسی‌ترین اهداف انجمن مدیریت ایران، تولید، انتشار و گسترش مطالب علمی، کاربردی و نوین در حوزه مدیریت می‌باشد. مجموعه حاضر نیز با این هدف در اختیار علاقمندان به حوزه توسعه و گسترش برند شخصی قرار داده می‌شود. تاکنون تحقیقات و پژوهش‌های بسیاری در زمینه برند محصولات و خدمات شرکت‌ها صورت گرفته است، ولی کمتر به موضوع برند شخصی توجه شده است. این در حالی است که ایجاد و توسعه برند شخصی نیز علاوه بر اینکه به توسعه محصول و یا برند شرکت کمک می‌کند خود نیز می‌تواند عاملی برای موفقیت های فردی و سازمانی باشد.

امروزه توسعه سازمانی و شخصی نهادهای کافی نیست، افراد باید برنامه‌ریزی برای توسعه برند شخصی خود داشته باشند. براد قدرتمند، سازمان قدرتمند را می‌سازند و لذا کوشش برای توسعه ویژگی‌های فردی از صریح که با شاستگی‌ها و ایجاد برند شخصی امری غیر قابل اجتناب در فضای رقابتی است. توسعه روابط با است: ده از تکنولوژی‌های نوین به تقویت برند شخصی نیز کمک می‌کند. در این زمینه توانایی و مهارت کار ابزارهای سخت افزاری و نرم افزاری باید به عنوان یک مهارت پایه برای افراد سسی باشد. یکی از راه‌های توسعه فردی، داشتن برندینگ شخصی است که به شما، کارتان و ارتباطات‌تان، استوار دارد خاصی می‌بخشد. برای این منظور به یک استراتژی نیاز دارید که برند شخصی شما را مدیریت کند، چون از طریق این برند، مردم شما را می‌بینند و با همین برند می‌توانید نگرش آنها نسبت به خود تغییر دهید. برندینگ شخصی آنلاین، ایجاد و توسعه برند در فضای مجازی است که نشان می‌دهد که شما چه کسی هستید، چه کار می‌کنید و چه چیز متفاوتی در شما وجود دارد. به پهنون برای بازار هدف‌تان ارزش آفرینی می‌کنید. مطالعه این کتاب از یک سو برای مدیران و کارکنان سازمان‌ها و از سوی دیگر برای استادان، دانشجویان و علاقمندان به ایجاد و توسعه برند شخصی توصیه می‌گردد.