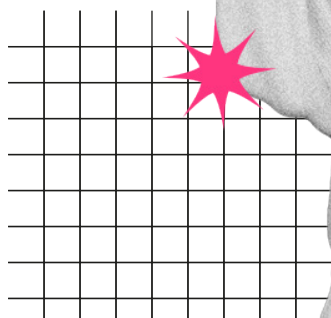


fun.  
tech.  
future



DAJ SIĘ ZATRUDNIĆ!



# Budowanie wizerunku w sieci - personal branding



**Rzadko kiedy pierwsza, druga, a nawet i trzecia praca definiuje nasze zawodowe życie.**

Ale im więcej spróbujesz, im bardziej różnorodne będziesz mieć doświadczenie, tym szybciej odkryjesz swoje miejsce na rynku pracy. Początek kariery to idealny czas na eksperymenty i popełnianie błędów.

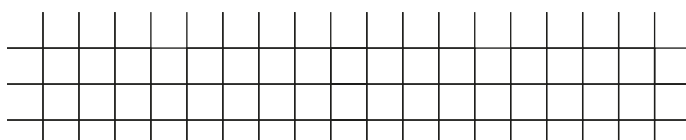
**Nieważne skąd pochodzisz, kim jesteś i czym się zajmujesz. Personal branding to coś, czym powinieneś się zainteresować.** Dzięki marce osobistej z pewnością wzmocnisz swoją pozycję na lokalnym rynku, w firmie lub nawet w gronie znajomych. Twój wizerunek błyskawicznie wywołuje u odbiorców pewne skojarzenia. Jeśli podchodzisz do budowania swojej marki kompleksowo, to skojarzenia, które wywołasz będą pozytywne i pożądane, a dzięki temu wzmocnisz swoją markę. Silna marka automatycznie przekłada się na większe zaufanie - do Ciebie.

## Co to jest personal branding?

Można powiedzieć, że to forma przemyślanej autopromocji, która skupia się na budowaniu reputacji w szerszym kręgu.

Personal branding jest dla każdego, kto dba o swoją karierę. Korzystają z niego studenci, osoby szukające nowej pracy, freelancerzy, którzy próbują się wybić na rynku czy osoby na kluczowych dla danej firmy stanowiskach. Co ich łączy? Każdy z nich chce budować swoją reputację i być rozpoznawalnym w swojej branży. Każdy z nich ma świadomość, że bez silnej marki osobistej nie jest w stanie rozwinąć swojego potencjału.

Personal branding to dużo więcej niż wizerunek. Aby stać się ekspertem w swojej dziedzinie, należy postawić na ciągły rozwój i samodoskonalenie. Nauka, charakter i osobowość to trzy elementy, dzięki którym Twoja marka może być spójna i autentyczna.



## Autoprezentacja, czyli jak się pokazać na LinkedInie?

LinkedIn to międzynarodowy portal społecznościowy, który został założony, by ułatwić użytkownikom nawiązywanie kontaktów zawodowo-biznesowych. Serwis umożliwia pracodawcom zamieszczanie ofert pracy i wyszukiwanie kandydatów. Stwórz i uzupełnij swój profil na LinkedIn. Dlaczego właśnie tam? Według danych pochodzących z raportu „LinkedIn w Polsce w 2022 roku. Styczeń” liczba krajowych kont na początku 2022 roku wynosiła 4 700 000. W porównaniu do pierwszych miesięcy 2021 roku odnotowano wzrost na poziomie około 500 000 nowych kont. Najczęściej z serwisu korzystają osoby w przedziale wiekowym od 25 do 34 lat – stanowią 58,2% użytkowników, ale dużą grupę stanowią również ludzie tacy jak Ty, w wieku od 18 do 24 lat – 21,6%. Pozostałe 19,2% to użytkownicy mający od 35 do 54 lat. Tylko 1% osób z profilem na LinkedIn liczy sobie 55 lat i więcej. Ten rozkład wiekowy wynika z tego, w jakim celu została stworzona ta międzynarodowa platforma.

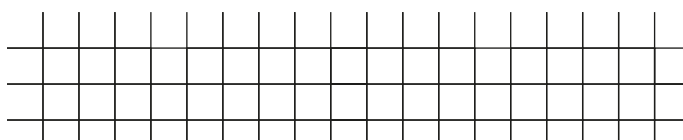
To niewątpliwie bardzo dobre narzędzie do budowania marki osobistej oraz znalezienia zatrudnienia. Ale nie tylko. Dlaczego jeszcze warto stworzyć profil na LinkedIn? Żeby mieć swoje wirtualne CV, utrzymywać relacje biznesowe również z osobami z uczelni, a także nawiązywać nowe kontakty zawodowe. Wszystko pod jednym warunkiem – że dobrze uzupełnisz swój profil i będziesz go systematycznie prowadzić.

Wbrew pozorom może to być trudniejsze niż się wydaje. Przede wszystkim, dlatego że wymaga dodania wielu informacji w sposób, który przekona do Ciebie pracodawców.

Pierwsza kwestia to nazwa profilu. Pamiętaj, że chcesz dać się znaleźć, więc nie wpisuj pseudonimu, nie skracaj, nie używaj tytułów. Dodaj po prostu imię i nazwisko. Na tytuły będzie miejsce nieco dalej. Skoro jesteśmy przy nazwie profilu, zwróć uwagę na adres url. Warto zadbać o to, żeby na końcu zawierał wyłącznie Twoje imię i nazwisko.

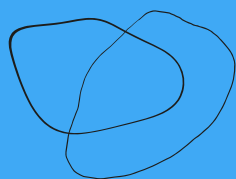
Jak zmienić url? Po wyświetleniu swojego profilu należy kliknąć opcję „Edytuj profil publiczny i adres url” (znajdziesz ją po prawej stronie pod paskiem menu), następnie nacisnąć na niebieski ołówek i poprawić adres.

Druga sprawa to zdjęcie profilowe, które będzie widoczne w wynikach wyszukiwania, przy wszystkich wpisach i komentarzach. Powinno być aktualne, mieć formalny charakter i pokazywać Cię do ramion albo od pasa w górę. Lepiej unikać selfie, filtrów, nietypowego stroju, ujęć całej sylwetki oraz fotek z wakacji. Do zdjęcia ubierz się tak, jak poszedłbyś na rozmowę o pracę. Ma być profesjonalnie.



Co dalej? Zdjęcie w tle. Niektórzy nie wiedzą, że da się je zmienić. A da się i warto to zrobić. Nie wybieraj ładnego widoczku albo ujęcia zza biurka, postaw na coś, co osoby odwiedzające Twój profil powinny zapamiętać. Najlepiej stwórz prostą grafikę na przykład pokazującą Twoje podstawowe umiejętności, prezentującą zainteresowania, udział w kołach naukowych czy nagrody. Pamiętaj, wszystkie informacje muszą się znaleźć na środku lub po prawej stronie, inaczej zostaną zastąpione przez zdjęcie profilowe.

Bardzo istotny jest również nagłówek. To element, który pojawia się pod imieniem i nazwiskiem. Może mieć 120 znaków, dlatego nie warto ograniczać się wyłącznie do wpisania tytułu stanowiska, na jakim chcesz pracować. Uwaga – nagłówek ma jednocześnie informować i pozycjonować profil. Jesteś początkującym programistą? Napisz, w jakim języku kodujesz. Brałeś udział w praktykach w marketingu? Opisz w kilku słowach, na czym już się znasz. Możesz dopisać, że szukasz pracy, stażu albo praktyk. Masz także opcję wstawienia ikon – użyj ich, jeżeli chcesz, ale nie przesadzaj z ilością.



### Jak może wyglądać nagłówek na LinkedIn?

Na przykład tak:

**Studentka marketingu. Autorka bloga TuJestem.  
Prawie #SocialMediaSpecialist.  
Otwarta na wyzwania zawodowe.**

A co z lokalizacją? Tu wszystko zależy od tego, gdzie chcesz działać. Jeżeli szukasz pracy zdalnej, lokalizacja nie będzie miała znaczenia. Jeśli jednak zależy Ci na zatrudnieniu w konkretnym mieście, wpisz je tutaj. Rekruterzy często filtrują profile, zawężając obszar poszukiwań na przykład do Warszawy czy Wrocławia, więc łatwiej dasz się znaleźć.

Pamiętaj, że zdjęcie profilowe, zdjęcie w tle, nazwa, lokalizacja i nagłówek to pierwsze, co widzi osoba wchodząca na Twój profil. Tu wszystko powinno być spójne i jasno komunikować, kim jesteś oraz co chcesz robić. Tak naprawdę kilkadziesiąt sekund decyduje o tym czy ktoś zjedzie dalej. Przekonaj go, że warto.

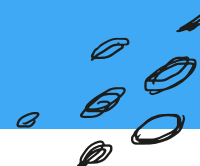
Od jakiegoś czasu LinkedIn pozwala poniżej udostępniać posty własne lub innych użytkowników w sekcji „Polecane”. To tu możesz podpisać ważne z Twojego punktu widzenia publikacje, jednocześnie pokazując swoją aktywność i to, czym chcesz się pochwalić. Poza tym ta

część służy także do prezentowania linków do stron www, grafik czy referencji. Dodaj wszystko, co Cię wyróżni.

Kolejne co będzie mógł przeczytać rekruter to podsumowanie „O mnie” – o ile je masz. Wielu użytkowników w ogóle pomija to pole. A szkoda. To doskonałe miejsce na storytelling. Pokaż, co spowodowało, że znalazłeś się tu, gdzie jesteś obecnie. Wytłumacz, dlaczego wybrałeś konkretne studia i zawód, co robiłeś do tej pory albo jakie masz profesjonalne aspiracje. Skup uwagę odbiorców na najważniejszych kwestiach. Wykorzystaj te 2000 znaków i w czytelny, a jednocześnie ludzki sposób przekaz informacje o sobie. Na końcu zawrzyj call to action – zachęć do kontaktu i pamiętaj o adresie e-mail albo numerze telefonu. Uważaj na buzz wordy, czyli słowa, których używają wszyscy i które niewiele znaczą. Nie nadużywaj określeń takich jak pasjonujący się, kreatywny itp.

Wreszcie przechodzimy do sekcji „Doświadczenie”. Jeżeli je masz, dodaj tu wszystkie firmy, w których pracowałeś. Opisz swoje stanowiska. Wyróżnij, czym się zajmowałeś i za co odpowiadałeś, gdy byłeś wolontariuszem, praktykantem albo stażystą. Nie traktuj tego jak CV – tu masz więcej miejsca i inne możliwości. Pracujesz gdzieś aktualnie? Skup się nie na tym co robisz, bo to wynika już pewnie z opisu „O mnie”, ale na tym, w czym specjalizuje się firma. W ten sposób pokażesz, w jakiej branży działasz.

**Pamiętaj, że „Doświadczenie” na LinkedIn to nie to samo co adekwatna sekcja w CV. LinkedIn daje Ci możliwość szerszego opisanie zakresu obowiązków i udowodnienia, dlaczego naprawdę dobrze je wykonywałeś.**




Następny punkt to „Wykształcenie”. W tym miejscu chyba nie trzeba zbyt wiele tłumaczyć – napisz, w jakich latach i gdzie zdobywałeś wiedzę do tej pory oraz co robisz obecnie. Skup się na liceum, technikum lub szkole zawodowej, a także na studiach, jeżeli je zacyłałeś. Opisz również stowarzyszenia, w których działasz.

O ile poprzedni element jest prosty, o tyle sekcja „Umiejętności” wymaga większej uwagi, ponieważ to ona odpowiada za targetowanie reklam na LinkedInie. Do wyboru masz 50 umiejętności z listy. Zdecyduj się na kilka najważniejszych i poproś swoich kolegów ze studiów lub znajomych z dotychczasowych firm o potwierdzenie tych kompetencji. Im więcej osób

poświadcz, że specjalizujesz się na przykład w online marketingu, tym lepiej. Tworzysz w ten sposób dowód społeczny – osoby ręcą za Ciebie w oczach potencjalnego pracodawcy.

Skoro już jesteśmy przy uruchamianiu kontaktów, skup się na tym, żeby uzyskać rekomendacje. Rekomendacje może wystawić każdy użytkownik z Twojej listy kontaktów. Na początek warto poprosić o nie znajomych, z którymi realizowałeś wspólne projekty. Jeżeli nie chcesz wprost poprosić o rekomendacje, zawsze możesz wystawić je jako pierwszy, licząc na regułę wzajemności.

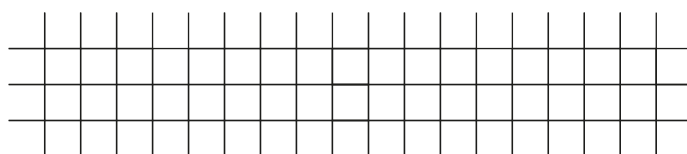
O co jeszcze warto zadbać? O rozmiar sieci – dobrze, gdybyś miał sporo znajomych ze swojej branży – oraz o dwujęzyczność profilu. Ten drugi element liczy się szczególnie wtedy, gdy planujesz pracować w firmach działających w innym języku niż polski. Jak znajdzie Cię anglojęzyczny rekruter, jeżeli będziesz prowadził profil tylko po polsku? Właśnie. Z tego samego względu nie zapomnij o aktualizacji informacji kontaktowych – stary numer telefonu albo mail, na który nie zaglądasz może być dużą przeszkodą.



**Jeżeli chcesz dokładnie uzupełnić profil na LinkedIn, pamiętaj, że będzie to czasochłonne, ale ten wysiłek się opłaca. Ponad 90% rekruterów aktywnie poszukuje kandydatów na tym serwisie. Ty po prostu daj się znaleźć.**

Na koniec pamiętaj, że możesz otworzyć swój profil na rekruterów. Jak to zrobić? Kliknij przycisk „Otwarty(-a) na”. Znajdziesz go po zalogowaniu, pod sekcją z nagłówkiem. Tu zaznacz: „Szukanie nowej pracy” i dodaj preferencje ofert. LinkedIn udostępnia możliwość wybrania, kto ma widzieć, że jesteś otwarty na propozycje zatrudnienia – tylko rekruterzy z LinkedIn Recruiter albo wszyscy członkowie społeczności. W tym drugim przypadku na zdjęciu profilowym pojawi się nawet ramka z napisem #OpenToWork.

Bez względu na to, którą opcję wybierzesz, sprawdzaj wiadomości i zawsze na nie odpisuj. Rekruterzy często na początku kontaktują się z kandydatami, wykorzystując LinkedIn. Jeżeli nie chcesz przegapić okazji, regularnie kontroluj, czy w Twojej skrzynce nie czeka informacja od kogoś, kto jest tobą zainteresowany i chce ci zadać dodatkowe pytania.



## Social Selling Index score, czyli jak sprawdzić swoją skuteczność na LinkedIn?

Jeśli rozwinięsz swój profil na LinkedIn, będziesz dodawał nowe kontakty, publikował treści oraz aktywnie dołączał do dyskusji, warto wiedzieć o istnieniu Social Selling Index score – SSI. Za jego pomocą mierzona jest Twoja działalność w zakresie efektywnej sprzedaży. Na wysoki wynik możesz liczyć wówczas, gdy jesteś aktywny. Sprawdzisz go pod tym [linkiem](#).

**Co wpływa na wynik? Co ten indeks liczy?** SSI jest podzielone na 4 elementy:

- ✦ Establish your professional brand – pokaż siebie jako eksperta, czyli przede wszystkim uzupełnij swój profil,
- ✦ Find the right people – znajdź odpowiednich ludzi, czyli zbuduj swoją sieć kontaktów,
- ✦ Engage with insights – bądź inspiracją dla innych, dziel się ciekawymi treściami, publikuj wartościowe posty,
- ✦ Build relationships – bądź aktywny w ramach swojej społeczności, buduj wartościowe relacje z tymi, których masz już w sieci.

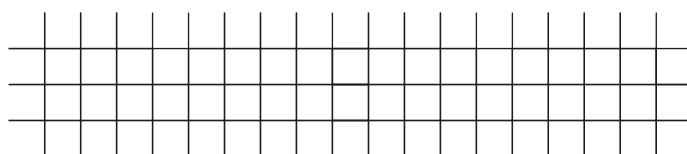
Więcej informacji na ten temat znajdziesz [tutaj](#).



## Stwórz swoją przestrzeń w sieci i pamiętaj o budowaniu wizerunku

Chcesz być grafikiem, fotografem, copywriterem, web designerem albo wykonywać inny zawód, którego rezultaty da się łatwo pokazać? Masz na swoim koncie pierwsze projekty tworzone w ramach hobby? A może ktoś już wydrukował Twój tekst albo korzysta z przygotowanych przez Ciebie wizytówek? Pokaż swoje prace innym. Jak to zrobić? Wykorzystaj możliwości, jakie daje Ci Internet.

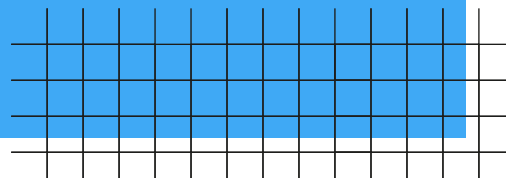
Najprościej na początek stworzyć własny fanpage na Facebooku albo konto na Instagramie. Jeżeli robisz zdjęcia albo przygotowujesz projekty graficzne, możesz je tu zaprezentować. W ten sposób jednocześnie będziesz budować swoje portfolio, markę osobistą i sieć kontaktów, która przyda się przy poszukiwaniu pracy. Pamiętaj, tylko żeby działać z wyczuciem. Nie przesadzaj na przykład z liczbą ujęć z jednej sesji albo screenów z jednego projektu. Nawet gdy wydaje Ci się, że 20 zdjęć wyszło doskonale, wybierz dwa lub trzy i się nimi pochwal.



## Zobacz, jak swoje prace prezentują profesjonaliści.

Posłużmy się przykładami polskich fotografów:

★ Daniel Jaroszek czy ★ Zosia Promińska



Poza tym, na Facebooku, Instagramie czy TikToku możesz nie tylko tworzyć portfolio, lecz także udostępniać treści, które pokażą, że masz wiedzę i chcesz się nią dzielić. Coraz częściej trafia się na osoby edukujące społeczność w konkretnym temacie związanym z ich zawodem. Szeroką publiczność zyskują profile dotyczące oszczędzania, bycia eko czy psychologii, ale możliwości są w zasadzie nieograniczone. Jeżeli masz pomysł jak działać, po prostu zacznij to robić.


Jakie jeszcze formy aktywności w Internecie sprawdzają się wtedy, gdy chce się pokazać swoją twórczość? Blogi oraz vlogi. Niektórzy wykorzystują format bloga do tworzenia portfolio, zaś dla innych blogi i vlogi to kolejna forma promocji siebie. Regularne dodawanie treści pozwala angażować społeczność i docierać do kolejnych zainteresowanych a w oczach potencjalnego pracodawcy pokazuje Cię jako osobę aktywną i chcącą się rozwijać.

Poza tym warto wiedzieć, że istnieją strony branżowe skupiające ludzi działających w konkretnym zawodzie. Posłużmy się przykładem. Taką stroną przeznaczoną dla programistów jest GitHub. GitHub to serwis hostingowy, który pozwala na przechowywanie repozytoriów. Wielu rekruterów zajmujących się zatrudnianiem programistów, nawet tych początkujących, zagląda na GitHuba przed rozmowami kwalifikacyjnymi. Jeżeli nie masz doświadczenia, którym da się pochwalić, możesz tu wykonać typowe zadania programistyczne, napisać własną grę czy skrypt przydatny w pracy. Tu również przygotujesz profil użytkownika – dodasz krótki opis, awatar i linki do innych profili na przykład na Twitterze oraz do bloga, jeżeli taki prowadzisz. Poza tym serwis pozwala na dyskusowanie w GitHub issues, co także jest sposobem na pokazanie własnego zaangażowania.

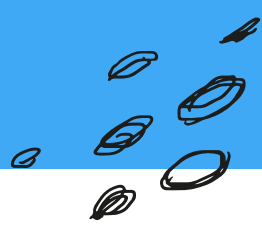
Wróćmy jeszcze na chwilę do kwestii social mediów. Pracodawcy coraz częściej przed zatrudnieniem pracownika sprawdzają, jak wyglądają jego profile na Facebooku, Instagramie, TikToku czy Twitterze. Jeśli jesteś aktywny na tych serwisach i posługujesz się swoim imieniem oraz nazwiskiem, pamiętaj, żeby wszystko wyglądało profesjonalnie. Nie znaczy, że nie możesz dodawać zdjęć z wakacji albo Stories z wyjść z koleżankami. Możesz, ale sprawdź, ile z tego zobaczy ktoś, kto nie jest w Twoich kontaktach.



Warto ograniczyć informacje na swoim profilu publicznym a częstą aktywność prywatną pozostawić widoczną tylko dla znajomych, o ile oczywiście nie masz wśród nich rekrutera albo potencjalnego szefa. Niektórzy wysyłają zaproszenia do osób, u których chcieliby pracować. Lepiej tego nie robić, bo nie dość, że można zostać uznanym za nachalnego, to jeszcze pokazać to, czego przyszły kierownik raczej nie powinien oglądać. Uwaga również na pisanie o praktykach, stażach lub pracy – jeżeli zdarzyło Ci się dodać posta, bo nie spodobało Ci się coś związanego z firmą, zastanów się, czy nie lepiej będzie go usunąć. Nikt raczej nie zechce mieć w zespole kogoś, kto publicznie narzeka na przedsiębiorstwo, w którym pracuje. Podobnie w sytuacji, gdy w emocjach napisałeś obraźliwy wpis. Nawet największe zdenerwowanie nie usprawiedliwia takiego zachowania w oczach rekrutera.



**Budowanie wizerunku wymaga zweryfikowania, czy publiczne profile w social mediach wyglądają profesjonalnie. Sprawdź, co zobaczy rekruter, gdy wpisze Twoje dane.**



A co powinno się eksponować? Wszystko zależy od tego, w jakiej branży działasz lub chcesz działać. Początkujący dziennikarz, który stara się na bieżąco relacjonować wydarzenia z życia lokalnej społeczności, będzie wzbudzał zainteresowanie. Podobnie jak przyszły junior social media specialist udowadniający, że nawet pod prostym wpisem dotyczącym codziennych aktywności może uzyskać setki lajków nie tylko od swoich znajomych. Jedynym sposobem na wybór tego, co pokazać a co ukryć, jest spojrzenie na profil z szerszej perspektywy. Pomyśl, jak zareagowałby potencjalny pracodawca, widząc konkretne zdjęcia lub posty. A później zdecyduj – zostawić czy niekoniecznie?

Pamiętaj jeszcze o jednym – jeśli coś skasujesz, nie znaczy, że to zniknie z Internetu. Żeby się przekonać, co mówi o Tobie sieć, spróbuj wyszukać swoje imię i nazwisko w Google. Sprawdź, czy nie ma tam informacji, które stawiają Cię w niekorzystnym świetle. Jeżeli tak, spróbuj poprosić o ich korektę lub usunięcie. Gdy okaże się to niemożliwe, przygotuj się do wyjaśnienia, gdyby w trakcie rozmowy rekrutacyjnej ktoś chciał poruszyć te kwestie. Czasami wytłumaczenie niektórych sytuacji bywa trudne, ale i tak łatwiej będzie wtedy, kiedy pytanie Cię nie zaskoczy.



## Na zakończenie wykonaj trzy ćwiczenia nawiązujące do tematu:

### Ćwiczenie 1:

Sprawdź swój e-wizerunek w sieci.

### Ćwiczenie 2:

Załącz profil biznesowy na portalu LinkedIn.

### Ćwiczenie 3:

**Posłuchaj podcastu** o tym, co zrobić, żeby Twój profil na LinkedIn się wyróżniał i wybierz pomysły, które możesz wykorzystać na tym etapie: