

Een sterk merk is onderscheidend, maakt duidelijk waar je voor staat en wat mensen van je kunnen verwachten. Niet gek dus dat ook steeds meer personen zichzelf als merk positioneren. Over de kracht van personal branding. "Hoe sterker je merk, hoe meer je je kunt veroorloven."

tekst Haitske van de Linde

Personal  
branding

# Ontdek het merk in jezelf

In Nederland is de gedachte al gauw: doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg. Hoofd boven het maaiveld en zo, daar houden wij niet van. Reclame maken voor jezelf? Dat wordt al snel gezien als opschepperij of egotrippen. Dat het concept *personal branding* hier nog niet echt is doorgedrongen, mag dan ook niet verwonderlijk heten.

Toch kan het geen kwaad jezelf af en toe als merk te beschouwen. Zeker als je op de arbeidsmarkt actief bent, is het goed erover na te denken waar je voor staat, hoe je communiceert en je presenteert en hoe dat bij mensen overkomt. Een sterk *personal brand*, met andere woorden, zorgt ervoor dat mensen je associëren met datgene waar je mee geassocieerd wilt worden. Drie deskundigen reageren op zeven stellingen.



**Een goede professionele reputatie is onbetaalbaar**

**Lysette Fokké** "Succes komt voort uit het benutten van jouw kracht. En als je wilt dat je werk bestaat uit klussen waar je goed in bent, dan moeten mensen ook weten dat ze daarvoor bij jou moeten aankloppen. Een professionele reputatie, maar zeker ook een professionele presentatie, zijn daarvoor essentieel."

**Hubert Rampersad** "Authentieke *personal branding* is geen gebakken lucht ver-

kopen, maar je beloftes aan anderen nakomen. Als je dat doet - en dus een goede en oprechte reputatie hebt - verkoop je jezelf vanzelf en trek je vanzelf succes aan."

**Tom Scholte** "Het is noodzakelijk om keer op keer te laten zien wie jij bent. Bij het bepalen van een *personal brand* moet je enerzijds kijken naar je functionele waarden: welke opleidingen en prestaties heb je behaald? Anderzijds gaat het om emotionele waarden: welke reactie roep je op bij anderen? Dit beeld moet aansluiten bij jouw talenten en ambities. Die persoonlijke kwalificaties onderscheiden je van de rest."



**Personal branding is verwachtingsmanagement**

**Fokké** "Een collega-imageconsultant van mij zegt het altijd heel mooi: wij helpen mensen een *elevator pitch* te houden zónder woorden. Alleen al door de juiste uiterlijke en non-verbale presentatie schep je verwachtingen, waardoor deuren opengaan. Uiteraard moet je die verwachtingen daarna wel waarmaken."

**Rampersad** "Authentieke *personal branding* gaat nog veel verder. Het is een geïntegreerd, holistisch proces. Het begint bij je persoonlijke ambitie en je zelfbewustzijn. Niet alleen zakelijk,

maar ook privé. Succesvolle *personal branding* begint bij een droom die je waar wilt maken door concrete acties en doelen voor jezelf uit te stippelen. Daarmee beïnvloedt je uiteindelijk wel hoe mensen naar je kijken, maar dat is een gevolg, geen doel op zich."

**Scholte** "Voor mij is *personal branding*: beloven wat je doet en vervolgens meer doen dat je belooft. Overperformen dus. Percepties en verwachtingen managen, zowel functioneel als emotioneel, vind ik een stuk persoonlijk leiderschap."



**Om jezelf neer te zetten, moet je van jezelf houden**

**Fokké** "Daar wil ik 'zelfvertrouwen' aan toe voegen. Dat vergroot je door je innerlijk en je uiterlijk goed op elkaar af te stemmen."

**Rampersad** "Maslow zei het al: 'We can only respect others when we respect ourselves. We can only give, when we give to ourselves. We can only love, when we love ourselves.'"

**Scholte** "Jezelf ontdekken en vervolgens accepteren is essentieel. Op organisatieniveau ligt daar nog wel een uitdaging. Immers, niet iedereen kan in de schijnwerpers staan, hoe zorg je dat de mensen op de achtergrond wel erkend en gewaardeerd worden?"



### Alle onderdelen van je merk moeten overeenstemmen

**Fokké** “Ik draai het om: als er verschil zit tussen wat je zegt en hoe je overkomt, blijkt uit onderzoek dat mensen je voor 93 procent beoordelen op wat ze zien, helemaal niet op wat je zegt. Het gaat dan ineens om dingen als je persoonlijke verzorging, je lichaamstaal en stemge-

bruik. Allesbehalve om de inhoud!”

**Rampersad** “Het moet honderd procent echt zijn, anders is het niet geïntegreerd, niet authentiek. Denk eraan, de belangrijkste merkrelatie heb je met jezelf. Het ontwikkelen van vertrouwen begint daarom met trouw aan jezelf te zijn.”

**Scholte**: “Je moet je niet anders voordoen dan je bent of proberen om verwachtingen waar te maken die niet reëel zijn. Dat deksel krijg je altijd op je neus.”

## Wie zijn de deskundigen?

### LYSETTE FOKKÉ (35)



**Functie** Eigenaar Krachtig!, een bureau voor kleur-, stijl- en identiteitsadvies

**Personal brand** Anderen helpen hun kracht zichtbaar te maken.

**Prestatie** Verzorgt workshops als “de kracht van de eerste indruk”, “non-verbale communicatie”, “kleur en stijl” en “de zoektocht naar je innerlijk”.  
[www.benutjekracht.nl](http://www.benutjekracht.nl)

### HUBERT RAMPERSAD (51)



**Functie** President van de ‘Personal Branding Universiteit’ en partner bij de Personal Branding Academy Netherlands

**Personal brand** *Energizing your authentic personal brand is my passion.*

**Prestatie** In 2008 verscheen zijn boek *Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*, in het Nederlands: *Personal branding, leiderschap vanuit authenticiteit*.  
[www.rampersad.wordpress.com](http://www.rampersad.wordpress.com);  
[www.personalbrandingacademy.nl](http://www.personalbrandingacademy.nl)

### TOM SCHOLTE (36)



**Functie** Directeur Scholte Personal Branding

**Personal brand** Met een effectieve personal branding hoeft je jezelf nooit meer te verkopen.

**Prestatie** Scholte ontwikkelde het eerste Nederlandse Personal Brand Assessment. Met deze internettoepassing kunnen werknemers mensen in hun omgeving vragen om hun sterke en onderscheidende eigenschappen en vaardigheden te benoemen. Ook schreef hij in 2008, samen met Huub van Zwieten en Bas van de Haterd *Personal Brand.nl*, de kansen van je online identiteit, een praktisch boek over hoe je via internet je onderscheidende waarde zichtbaar kunt maken en kunt verhogen.  
[www.tomscholte.com](http://www.tomscholte.com)



### Personal branding is jezelf onderscheiden

**Fokké** “Het is aan jezelf om te besluiten hoezeer je jezelf wilt onderscheiden. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat bepaalde kleuren bepaalde associaties oproepen bij mensen. Als je als manager benaderbaar wilt zijn, moet je dus andere kleuren dragen dan als je autoriteit wilt uitstralen. In de praktijk zie je dat vooral mannen zich kleden naar de groep waar ze bij willen horen, door bijvoorbeeld een pak te dragen. Vrouwen kiezen eerder voor zelfexpressie.”

**Rampersad** “Ik hanteer een vierfasenmodel voor een goed *personal brand*. Eerst bepaal je je droom of ambitie, vervolgens geef je je merk gestalte, dan ontwikkel je een actieplan en de laatste stap is implementatie en cultivatie. Kern van die laatste fase: *walk the talk*. Personal branding heeft alles te maken met zelfbewustzijn en voortdurende persoonlijke ontwikkeling.”

**Scholte** “Vooral inhoudelijk! Spijker je

ontwikkelingsplan op de muur en vertel het aan je collega's en medewerkers. Ook uiterlijke presentatie speelt een rol. Mensen willen je snel kunnen plaatsen. Het is dus waardevol om mensen te helpen jou zo te zien zoals je graag gezien wilt worden. Elk contactmoment is een nieuwe kans om jouw waarden te laten zien.”



### Profileer jezelf offline én online hetzelfde

**Fokké** “Tegenwoordig wordt iedereen ge-googled. Dus ja, zorg voor een goed profiel op LinkedIn, gooi al te persoonlijke krabbels op Hyves weg en ook die blote vakantiefoto is niet zo passend als eerste indruk.”

**Rampersad** “Je merk wordt pas écht als je eenduidig en consistent bent in je gedrag, dus als je privé dezelfde reputatie hebt als zakelijk. Daar hoort dus ook je gedrag op internet bij.”

Scholte: “Benut de kansen van een online identiteit. Als ik iemand opzoek, wil ik weten wie hij of zij is en wat hij gedaan

heeft. Een eerste indruk is daarbij ook online snel opgedaan.”



### De kracht van je personal brand schuilt in de details

**Fokké** “Ik laat regelmatig studenten oefenen met het geven van een goede handdruk. En ik leer ze ook hun lichaamstaal bewust in te zetten. De indruk die je achterlaat gaat ook om die glimlach, het rechtop lopen, elkaar aankijken en oprecht geïnteresseerd luisteren. Ik zie dat overigens niet als details!”

**Rampersad** “Alles is belangrijk. Hoe je spreekt, met wie je omgaat, wat voor kleding je draagt. Je kunt je merk vernietigen door daarmee de mist in te gaan.”

**Scholte** “Met een imago moet je bewust omgaan. Je kleding, auto, handdruk en woordkeuze kun je fine-tunen, maar het moet wel authentiek blijven. Het is wel zo dat hoe sterker je merk is, hoe meer je je qua imago kunt veroorloven.” ■