



tosabbá válik ezáltal, hogy ne csak belső képességeinkkel, hanem külső megjelenésünkkel is kitűnjünk versenytársaink közül.

Külső megjelenés alatt értjük a ruházatot, viselkedésünket, ápoltságunk szintjét. A ruhánk márkája nem számít, de mindenképpen kardinális az alábbi ellenőrző listának megfelelni:

- személyiségünknek, testalkatunknak megfelelő ruházat;
- alkalomnak, cég dress code-jának megfelelő vasalt, tiszta öltözet;
- ápoltság, fésült haj;
- nem hivalkodó, klasszikus szabású tiszta cipő;
- tiszta, ápoltság, körömök;
- minimális, nem túlzásba vitt parfüm;
- tiszta fogak, friss lehelet;
- konzolidált mennyiségű, nem hivalkodó ékszer;
- dezodor használata.

Vass Andrea: Én-márka és karrier

Érdemes ránézni magunkra úgy, mint egy márkára: vajon miben rejlik az egyediségünk, milyen értéket garantálunk és egyáltalán mik az erősségeink? Önismereti munkára alapozva, valódi alapokra építhetünk csak hiteles én-márkát.

Az én-márka segít a megkülönböztetésben, a választásban, a munkaerőpiacon való sikeres

érvényesülésben, amire annál is inkább szükségünk van, mert több szakmában is túlkínálat van a kvalifikált munkaerőből, és nagyobb a verseny a munkaerőpiacon, mint korábban. Egyre többen rendelkeznek egy adott feladatra pályázók közül nagyjából ugyanazzal az iskolázottsággal, tudással, tapasztalattal, készségekkel és képességekkel, ugyanakkor felértékelődött a személyiség szerepe.

Az önismereti folyamatban felfedezzük és megfogalmazzuk az értékeinket, meghatározzuk, hogy mi az a kombináció, márkaígéret, ami releváns és egyben egyedi is a piacon, valamint megnézzük azt, hogy hogyan tudjuk



mindezt kifejezni és következetesen nyújtani a célcsoportunk számára. Mindeniben megvan az az **egyediség**, az értékek olyan egyedi kombinációja, amire építhet.

Feltárjuk a motivációnkat is, mi az, ami mozgat minket, mi a szenvedélyünk, mi az, ami foglalkoztat minket, amibe szívesen teszünk energiát.

Abból indulunk ki, ami bennünk van, és nem erőltetünk magunkra valamilyen kreált, tőlünk idegen képet, hanem felfedezzük és kiaknáz-

zuk a bennünk lévő potenciált és tudatosabban képviseljük magunkat a munkaerőpiacon és a karrierutunkon. Teszünk azért, hogy láthatóak legyünk. A kulcsín belbecs nélkül ugyanakkor nem sokat ér. Egy, a boltban polcon lévő márkát sem veszünk meg újra, ha az csalódást okoz – ugyanez igaz személyünk esetében is, ha nem váltjuk be azt, amit ígértünk. Pusztán kommunikációval és kulcsínnel, ha nincs mögötte tudás, szakmaiság, igényesség, minőség, nem lehet tartósan piacképesnek maradni.