

# Podporiť kľúčových zamestnancov v komunikácii ich osobných značiek je WIN-WIN

**Budovanie osobných značiek je dnes širokou témou. Nesporne ide o jeden z nástrojov komunikácie, ktorý je nám na ľudskej úrovni blízky a nesie so sebou množstvo výhod. Tvár a autenticita odborníka dokáže efektívne doručiť komunikačné posolstvo cieľovej skupine, inšpirovať aj edukovať. A to sú benefity, z ktorých môžu ťažiť aj firmy. Píše Lucia Pekaríková, CEO PR agentúry KOMUNIKA, expertka na osobné PR a budovanie osobných značiek.**

**V**Public Relations som začínala pred 16 rokmi. V tom čase bolo osobné PR využívané ako jeden z nástrojov korporátnej komunikácie, s cieľom zviditeľniť tvár spoločnosti.

Postupne siahali po budovaní osobnej značky čoraz viac podnikatelia a tvorcovia projektov. Súviselo to nielen so spoločenským vývojom, ale aj s nástupom sociálnych sietí a tech možností. Prirodzene, s rýchlym dobou rástlo aj konkurenčné prostredie a najmä podnikatelia hľadali efektívny spôsob, ako sa odlišiť a zviditeľniť. Budovanie osobnej značky prinieslo odpovede na otázky: **Ako byť top of mind vo svojom segmente? Ako efektívne zviditeľniť firemný brand? Ako to dosiahnuť autentickou cestou?** To sú dôvody, prečo sú osobné značky také úspešné v dosahovaní cieľov. A tiež argumenty pre firmy, aby investovali do kľúčových ľudí a podporovali ich komunikáciu na sociálnych sieťach či v médiách.

## Firma získa „ľudskú“ tvár. A ešte omnoho viac

Na MasterClass #youarePR, ktoré organizujeme a tiež na školeniach pre firmy či podnikateľské združenia pokladám účastníkom jednu otázku – Kedy si informáciu zapamätáte jednoduchšie? Keď vám ju odkomunikuje firma alebo keď počúvate napríklad podcast? Rozhovor s inšpiratívnym človekom a na tému, ktorá vás zaujíma? Samozrejme, je to

rozhovor. Ak odborník zastupuje firemnú značku, tá získava reálnu tvár, zosobnenie emócií. Dôležité je však i uvedomenie, že tou navrhovanou informáciou z podcastu môžu byť hodnoty alebo posolstvo firemnej značky. Skrátka to, čo firma potrebuje odkomunikovať v rámci budovania jej pozitívnej reputácie. Cez kľúčového človeka to dostane k cieľovej skupine prirodzenou cestou.

## Nebrzdíte možnosti rozvoja

Pri budovaní osobných značiek kľúčových zamestnancov sa objavuje najmä situácia, kedy firmy prevedú svojich vybraných ľudí tým, prečo je dobré, aby komunikovali. Chýba však dôležitá časť: Ako týchto ľudí motivovať k pravidelnej komunikácii na sieťach či v médiách? Tak ako každá značka, aj tá osobná má mať svoju identitu a stratégiu komunikácie. Dovoľte vašim zamestnancom spoznať ich osobné značky, v ktorých sa budú cítiť prirodzene a ukážte im, ako ich uchopiť. Keď sa začne dariť v komunikácii im, stúpne nielen ich angažovanosť v tomto smere, ale firma z ich komunikácie získa budovanie pozitívnej reputácie prirodzeným spôsobom. Win-win.

## Ukážte vašim ľuďom, ako na to

Našich klientov a účastníkov na prednáškach učím, ako vystavať komunikačný základ pre svoju osobnú značku a komunikovať ju naozaj dobre. Vedia, ako postupovať v komunikácii a postupne sa stávajú sebavedomými a inšpiratívnymi. Nemíňajú energiu, čas a financie na živelnú komunikáciu, ak im napríklad 3 posty na sociálnych sieťach, dobre vyskladané z pohľadu komunikácie osobnej značky, dokážu priniesť rovnaký alebo dokonca lepší výsledok ako 10 živelne publikovaných postov.

## Komunikačné posolstvo a hodnoty v súlade

Čo môžeme komunikovať a čo už nie? To je otázka, s ktorou sa stretávam pomerne často. Odpovede je potrebné hľadať v identite firemnej značky a komunikačnej stratégii. A mám aj otázku na

## Prečo sa firmám oplatí rozvíjať osobné značky kľúčových zamestnancov?

**1) Dôvera v osobnú značku = dôveryhodnosť firemného brandu**  
Ľudia komunikujú s ľuďmi. Je to pre nás prirodzené, a aj preto dokážu byť osobné značky tak úspešné. Silné osobné značky odborníkov dokážu rýchlejšie budovať pozitívny vplyv firmy.

**2) Prirodzení ambasádori**  
Kto vie o firemnom brande viac než jeho zamestnanci? Kľúčoví ľudia majú potenciál rozšíriť povedomie o značke na základe svojej odbornosti a získať tak pre firmu cenné publikum. Vedia byť prirodzenými ambasádormi značky, a to nielen v rámci B2B komunikácie.

**3) Podpora pozitívnej reputácie firmy**  
Okrem toho, že firma zviditeľňuje osobné značky svojich expertov, zároveň cez nich komunikuje efektívnym spôsobom aj firemný brand. Buduje tým svoju pozitívnu reputáciu, ktorá vie značku podržať aj v čase krízy.

**4) Pre firmu pracujú odborníci**  
Personálnym PR zameraným na kľúčových ľudí firma deklaruje, že pre ňu pracujú prvotriedni odborníci. Nielenže buduje ich lojalitu podporou a dôverou v podobe zviditeľnenia ich osobnej značky, zároveň cez nich stavia uveriteľný a pozitívny firemný obraz v médiách, na sociálnych sieťach či biznis podujatiach.

**5) Lídri a interná komunikácia**  
Lídri so silným osobným brandom výrazne podporujú firemnú kultúru a celkovú internú komunikáciu. Cez rozhovory a iné aktivity lídrov je možné efektívne odkomunikovať dôležité posolstvá, inšpirovať a motivovať zamestnancov.



zamyslenie, ktorá s touto témou úzko súvisí - sú hodnoty a vízia značky len vytlačené a prilepené na stene v kancelárii alebo nimi vaši zamestnanci naozaj žijú?

Ak nastavujeme osobné značky ambasádorov z radov firmy, komunikované hodnoty sú vždy v súlade s firemnými. Taktiež musia poznať posolstvá, ktoré by mali v komunikácii sledovať. Pravidlá sú namieste, je tam však „ale“.

## Dôverujte

Dôležité je ponechať vybraným zástupcom priestor. Nechajte ich v rámci nastavených pravidiel komunikovať ich vlastným autentickým štýlom, ktorý je uveriteľný a vzbudzuje dôveru. Autenticnosť robí zázraky a bude z nej profitovať celá spoločnosť. Nielen externe, teda vo vzťahoch s klientmi a partnermi, ale aj v rámci internej komunikácie.

## Osobné PR ako výhoda pre firemný brand

Positívna reputácia značky sa nevybuduje cez noc. Má však vplyv na množstvo rozhodovacích procesov a napredovanie firmy. A nielen to, účinne vás podrží aj v čase krízovej komunikácie a zmierni dopady nepriaznivých podmienok. Osobné značky vašich kľúčových ľudí môžete teda efektívne prepojiť nielen s externými kampaňami, ale táto symbióza skvele posluží aj účelom internej komunikácie. ●

*You are PR*  
PERSONAL BRAND  
CONSULTING

## KOMUNIKA | YOU ARE PR:

Lucia Pekaríková pôsobí v Public Relations 16 rokov. Pred 12 rokmi založila PR agentúru KOMUNIKA, v ktorej spolu s medzinárodným tímom realizuje marketingové aktivity klientov celkovo na 4 trhoch Európy. Vytvorila agentúrny tím YOU ARE PR, ktorý sa zaoberá budovaním osobných značiek cez personálne PR. Pomáha klientom zviditeľniť sa a stať sa známymi odborníkmi na trhu. Spolupracuje s podnikateľmi, tvorcami projektov, kľúčovými zamestnancami firiem a tiež známymi tvármi šoubiznisu. Agentúra organizuje úspešnú sériu workshopov MasterClass #youarePR zameranú na budovanie a komunikáciu osobných značiek.

[www.linkedin.com/in/luciapekarikova](http://www.linkedin.com/in/luciapekarikova)  
[www.komunika.sk](http://www.komunika.sk) | [www.youarepr.com](http://www.youarepr.com)