

## РОЗВИНОК ОСОБИСТОГО БРЕНДУ ДИЗАЙНЕРА У LINKEDIN

Особистий бренд це спосіб трансляції своїх поглядів. Якщо необхідно зробити собі ім'я, недостатньо вигадувати цікаві дизайнерські рішення. Щоб здобути визнання, дуже важливо просувати себе та свій особистий бренд. Це персональний драйвер зростання, впізнаваності, спосіб впливу на продаж продукту та свою цільову аудиторію. На сьогоднішній день, без особистого бренду не обійтися навіть найталановитішому дизайнеру та художнику.

Цільова аудиторія – це люди, які потенційно можуть стати вашими клієнтами або навіть послідовниками. Основні параметри виділення ЦА – це, насамперед, інтереси, вік, стать, світогляд та географія.

Чітко опрацьована унікальна концепція бренду – одне із найскладніших завдань для дизайнера. Але саме вона допоможе привернути увагу клієнта, давно звиклого до різноманіття дизайнерських рішень на ринку. Люди ставлять в пріоритет людей і йдуть за ними. Якщо розвиватися лише обновлюючи портфоліо на Behance, не можливо досягнути незалежності та нести свій бренд в маси. Саме тому зараз важливіше те, що думає дизайнер, як себе позиціонує, що постить.

Для просування особистого бренду важливо вибрати соцмережу, в якій проводить час цільова аудиторія. І тут ми звертаємося до LinkedIn, яка дійсно виграє серед інших соцмереж своїм функціоналом та можливостями аналізу контенту та аудиторії.

Перед початком створення чи покращення профілю у LinkedIn, треба задатися такими питаннями:

- «Хто я?». Цю інформацію має відобразити назва, банер, інформація профілю та пости;
- «Чому мені повинні довіряти?». Інформація у досвіді, пости, інші секції профілю;
- «Чим я відрізняюся від інших?». Унікальність можна відобразити у постах та вебінарах;
- «Які мої цінності?». Краще за все це описати у скороченій інформації про себе та постах;
- «В чому моя експертність?». Відображає баннер, інформація, досвід, пости та навчання інших.

Наступним кроком є заповнення профілю. Найважливіше саме його наповненість: правильний опис досвіду роботи, наявність секції з проектами, тезисами, сертифікатами та рекомендаціями [1].

LinkedIn працює в дві сторони: резюме працівника своєї сфери та експерта, що розвиває особистий бренд.

З першої сторони, наявність soft-skills зараз є важливішим, ніж hard-skills. І компанії дійсно шукають людей, а не просто досвід в красивій обгортці. Тому розвиток особистого бренду, демонстрація експертності в постах та публікаціях, соціальне життя в LinkedIn є безсумнівно вашою перевагою над іншими кандидатами.

А з другої сторони, розвиток експертності для самостійного просування надає можливість працювати їй на вас.

Дев'ять найпотужніших результатів особистого бренду дизайнера [2]:

- «Ви стаєте відомими». До вашої думки будуть прислуховуватися, ви є прикладом та експертом для багатьох;
- «Ви мінімізуєте синдром самозванця». Ви досягнете усього самі і люди є вашим інструментом;
- «Ви залучаєте можливості». Дійсно, особистий бренд відкриває можливості будувати свій день, кар'єру та майбутнє;
- «Ви збільшуєте свою енергію». Мотивування та залучення людей у своє коло – є вашою енергією рухатися у вірному напрямку;
- «Ви посилюєте фактор радості». Визнання – пряма дорога до виробітку ендорфіну;
- «Ви берете під контроль свою кар'єру».

Таким чином, чим раніше починається побудова особистого бренду дизайнера в LinkedIn як спеціаліста та експерта в своїй області, тим швидке це принесе результат та допоможе спеціалісту бути більш конкурентоспроможним на ринку праці.

### Список літератури

1. *LinkedIn Personal Branding* [Online]. Available: <https://blog.waalaxy.com/ru/linkedin-personal-branding/>
2. *9 amazing benefits of personal branding* [Online]. Available: <https://www.forbes.com/sites/williamarruda/2021/03/21/9-amazing-benefits-of-personal-branding/>

Науковий керівник: к.т.н., доц. Вовк О.В.