

Wprowadzenie

Żyjemy w czasach *kultury obrazu*, gdzie „opakowanie” jest cenniejsze od jego „zawartości” a „pierwsze wrażenie” niejednokrotnie istotniejsze od „merytorycznej treści”. Często od pierwszego wrażenia zależą dalsze relacje międzyludzkie czy milionowe transakcje handlowe. Dlatego w amerykańskiej kulturze biznesu przywiązuje się ogromną wagę do pierwszych 20 sekund kontaktu i pierwszych 20 gestów, a także pierwszych 20 słów (choć moje doświadczenie pokazuje, że to, co mówimy, ma raczej niewielki wpływ na tworzenie efektu pierwszego wrażenia, bo zanim zdążymy coś powiedzieć – pierwsze 20 sekund kontaktu i gestów robi za nas całą robotę). Dla Amerykanów – i nie tylko dla nich – siła pierwszego wrażenia jest kluczowa! Buduje pozytywne bądź negatywne odczucia, co w naturalny sposób przekłada się na pierwsze i dalsze chwile rozmowy, nie tylko handlowe i relacje.

No dobrze, ale co w sytuacji, gdy wszyscy, a przynajmniej większość z nas, ma świadomość siły rażenia „pierwszego wrażenia” i stosuje owe zasady na co dzień? Jak pytał klasyk: *Jak żyć Panie Premierze?* Wtedy do głosu dochodzi jedna z moich ulubionych zasad życiowych „Odróżnij się albo zginiesz!”. W tym miejscu wtrączę osobistą dygresję – pisząc słowo wstępne do książki mojego przyjaciela Pawła Piotrowskiego – wpisałem do przeglądarki Google hasło „Odróżnij się albo zginiesz!”. Jakież było moje zdziwienie, gdy otrzymałem na ekranie monitora odpowiedź „*Nie znaleziono żadnych wyników wyszukiwania dla hasła "odróżnij się albo zginiesz"*”. Whow! A przecież w świecie globalizacji i multiplikacji rozwiązań, niepowtarzalność, unikalność, innowacyjność czy potocznie oryginalność jest równie istotna, jak „pierwsze wrażenie”. Dotyczy to praktycznie każdej dziedziny życia codziennego. Automatycznie włącza mi się kolejna zasada życiowa „Ograniczanie jest sztuką!”, aby owo odróżnienie, niepowtarzalność czy unikalność nie naraziły nas na śmieszność wśród większej społeczności. Choć i ta „śmieszność” może być strategią budowania własnego wizerunku.

No właśnie, WIZERUNKU, czyli «*sposobu, w jaki dana osoba lub rzecz jest postrzegana i przedstawiana*». W czasach wspomnianej *kultury obrazu* wizerunek jest immamentną cechą codzienności, unikalną i niepowtarzalną cechą każdej osoby. Czymś, co buduje nasze relacje z otoczeniem, co powala nam skuteczniej realizować własną ścieżkę zawodową, zarabiać pieniądze czy spełniać się w życiu osobistym. Świadome *zarządzanie własnym wizerunkiem* jest nie tylko *pożądaną umiejętnością*, ale przede wszystkim *specjalistyczną wiedzą* tj. zbiorem zasad, które każdy powinien sobie przyswoić. Po to, aby w sposób świadomy **zarządzać własną MARKĄ OSOBISTĄ**.

I o tym jest książka Pawła Piotrowskiego „Świadomość wizerunku”. Praktyczny poradnik zarządzania marką osobistą. Autor wprowadza nas metodycznie, krok po kroku w świat strategii zarządzania własną osobą, jako marką. Definiuje, czym jest „personal branding”, wprowadza pojęcie „marki własnej”, dzieli się swoimi odczuciami i doświadczeniami w tym zakresie, a przede wszystkim wskazuje realne pomysły i praktyczne podpowiedzi na skuteczne zarządzanie własną marką osobistą. Książka zawiera wiele życiowych wskazówek, różne perspektywy widzenia (np. pracodawcy), a także kilka znakomitych ćwiczeń, które odśtonią tajemnice budowania osobistej marki. I to jest największa siła tej lektury, którą gorąco polecam. Absolutne kompendium wiedzy w zakresie „Personal branding”.

Marcin Bujnowicz – spirytus movens Grupy Bujnowicz,
przedsiębiorca, menedżer oświaty, kultury i sportu.