



IRENA AUGUSTYN

marketingowiec, logistyk i dyplomowana trenerka ds. szkoleń, absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, specjalizująca się w budowaniu marki osobistej. Dyrektor zarządzająca w firmie szkoleniowej Marka z Duszą. Organizuje ekskluzywne, kameralne szkolenia, skierowane do ambitnych, przedsiębiorczych kobiet, które chcą mieć realny wpływ na rzeczywistość. Prywatnie żona, matka dwóch synów, pastorowa (tj. żona księdza) w kościele Ewangelicko-Augsburskim, menedżerka i pilotka rajdowa w Rallypriest Team.

fot. Wojciech Mateusiak

Irena Augustyn

Dyrektor zarządzająca
w firmie szkoleniowej Marka z Duszą

BWL: Każdy, kto funkcjonuje w biznesie, powinien zadbać o zbudowanie marki osobistej. Dlaczego jest to właśnie teraz takie ważne?

IA: Powodów jest mnóstwo, gdyż aspekt zawodowy to tylko jeden z obszarów, w którym świadome zarządzanie swoją marką może pomóc nam osiągać cele, i gdybym zaczęła je wymieniać, okazałoby się, że każdy powód jest równie dobry. Nasza teraźniejszość zdeterminowana została przez rewolucję technologiczną i przez internet. Wobec tych dwóch czynników nie możemy przejść obojętnie! Spójrzmy na naszych dziadków, rodziców, oni w swoim życiu pracowali dla jednego, maksymalnie dwóch pracodawców. Dziś młodzi ludzie zmieniają pracę kilka razy. Rewolucja technologiczna diametralnie odmieniła przebieg kariery zawodowej. Marka osobista, jak nigdy dotąd, zyskała na znaczeniu. Niezależnie, czy jesteś osobą poszukującą pracy, czy przymierzasz się do awansu, czy jesteś przedsiębiorcą – jesteś marką osobistą. To twoja karta przetargowa w czasach natłoku informacji i nieograniczonej ilości dóbr. Marka osobista jest dziś bezcennym narzędziem, które pozwala ci odkryć i zdefiniować, kim jesteś, co czyni cię wyjątkowym, co powoduje, że to właśnie ciebie warto pozyskać, dla ciebie pracować czy wybrać akurat twoje produkty.

BWL: Jaką rolę w kreowaniu marki osobistej odgrywa wspomniana przez Panią rewolucja technologiczna?

IA: Wraz z rozpowszechnieniem internetu zupełnie zmienił się sposób komunikacji. Każdy z nas zyskał możliwość występowania w roli wydawcy. Prowadzimy blogi, fanpage'e, publikujemy artykuły, wypowiadamy się na forach dyskusyjnych. Robiąc to, musimy pamiętać, że po drugiej stro-

Źródło
przewagi
jest w nas
samych.

nie zawsze jest odbiorca naszych działań, w którego głowie powstaje obraz naszej marki. Podejmując więc działania w internecie, w dodatku o ciągłym charakterze, dajesz się z biegiem czasu poznać jako ekspert, człowiek pasji, niezwykły artysta, bardzo dobry pracodawca czy po prostu godny zaufania człowiek. Każdy dziś chce robić interesy z osobą, którą zna (choćby z internetu) i której ufa, a jeszcze lepiej, gdy się w dodatku z nią utożsamia. Marka osobista ma zatem również ogromne znaczenie z punktu widzenia pozyskiwania nowych klientów.

BWL: Jakie kroki należy podjąć, żeby stworzyć dobrą markę. Od czego zacząć?

IA: To jest pytanie, na które odpowiedź jest kluczowa, bowiem to od niej zależy, czy nasza marka osobista będzie świadomie zbudowana, czy świadomie wykreowana. Długo obserwowałam rynek, zanim na niego weszłam, a że z natury lubię podważać status quo, zauważyłam, że w temacie marki osobistej często popełniamy klasyczny błąd – kreujemy ją! Marka z Duszą to mój manifest wobec tego błędu. Marka osobista to nic innego jak zestaw skojarzeń, emocji, jakie wzbudzamy swoją osobą, i obietnica, jaką składamy światu. Wobec tego nic nie stoi na przeszkodzie, by skorzystać z dostępnych narzędzi marketingowych i stworzyć, wręcz na zamówienie, określony i zamierzony wizerunek. Proste, ale to przykład właśnie klasycznego błędu. Dlaczego więc tak często go popełniamy? Ponieważ w dzisiejszych czasach, żeby zaistnieć i osiągnąć sukces, trzeba przebić się przez cały szereg osób, które chociażby świadczą te same lub podobne do naszych, usługi. Nasz mózg nie lubi podejmować zbędnego wysiłku, więc sięgamy po dostępne i oczywiste rozwiązania, zapominając zupełnie, że największe źródło przewagi konkurencyjnej jest w nas samych! Przecież każdy z nas jest absolutnie unikalny. Dopiero gdy sobie to uświadomimy, logiczne zdaje się budowanie tożsamości naszej marki w oparciu właśnie o naszą autentyczność. To absolutnie pierwszy krok: poszerzenie świadomości i wydobywanie swojej autentyczności. To też pierwszy krok do „sukcesu”, którym jest już samo posiadanie swojej własnej definicji sukcesu, bo to świadczy o tym, że jako jednostka jesteśmy zdolni do autonomicznych decyzji pomimo presji aktualnych trendów. Od czego więc zacząć? Od zbudowania tożsamości swojej marki osobistej i odnalezienia swojego powołania, a więc ustalenia osobistej misji! Dopiero później działamy na markę „kosmetycznie”, a więc marketingowo, by wzmocnić siłę jej oddziaływania. To tak jak z urodą: jeśli nie zadbasz w pierwszej kolejności o kondycję skóry, to makijaż będzie twoją maską, a w odwrotnym przypadku, wręcz przeciwnie, podkreśli twoje atuty i będzie twoją ozdobą.

BWL: Stworzenie marki to jeszcze nie wszystko. Co potem?

IA: Branding to niezwykła sztuka oddziaływania i wywierania pożądanego wpływu. Jeśli nasza marka jest wykreowanym produktem, to by wywrzeć wpływ, musimy uciec się do technik manipulacji. Niestety taka marka, ma „krótkie nogi” a wpływ, który wywiera, jest krótkotrwały i stosowanie takiej strategii zazwyczaj kończy się rozczarowaniem. Natomiast jeżeli rozpoczniemy od pracy nad jej

**MÓJ SPOSÓB NA
SZCZĘŚCIE**

Jeśli pragniesz szczęścia, to przestań za nim gonić. Szukaj tego, co nadaje twojemu życiu sens, a twojej pracy znaczenie, wtedy szczęście spotkasz po drodze.

KAŻDY z nas jest absolutnie UNIKALNY.

fot. Wojciech Mateusiak

tożsamością, a więc zbadamy swoje talenty, wykorzystamy je zgodnie ze swoimi wartościami, a do tego dodamy napędzającą nas siłę pasji, to odkryjemy coś niezwykłego i najważniejszego (nie tylko w kontekście budowy marki) – naszą osobistą misję, czyli cel większy niż my sami. Gdy popatrzymy na ludzi sukcesu, to zauważymy, że ich cechą wspólną była wyraźnie zdefiniowana misja, która pchała ich do przodu i porywała tłumy! Taki jest los autentycznych marek osobistych: sukces.

BWL: A skąd Pani pomysł na firmę szkoleniową? Marka z Duszą to realizacja Pani pasji?

IA: To spełnienie moich marzeń, pole do realizacji mojej pasji i narzędzie, dzięki któremu realizuję swoją misję. Myślę, że mogę śmiało powiedzieć, że to mój sukces, bo nosi wszystkie jego znamiona według mojej osobistej definicji. Odnalezienie swojego powołania, czyli specyficzna umiejętność patrzenia na siebie w taki sposób, by widzieć innych, to dla mnie sukces! Ponieważ cała reszta: pieniądze, sława itd. to wypadkowe wynikające z prawidłowego umiejscowienia siebie we wszechświecie. Marka z Duszą jest też manifestacją mojego charakteru, gdyż organizuję takie szkolenia, w których sama chciałabym uczestniczyć. Jednak prawdziwy jej początek jest związany z rajdami samochodowymi. Ponad trzy lata temu powiedzieliśmy razem z mężem naszym marzeniom i pasji – tak! Połączyliśmy ją z naszymi wartościami i nadaliśmy jej cel i tak powstała załoga Rallypriest Team, choć to już temat na inną rozmowę... Tak czy inaczej uczę dziś, jak na krętych drogach życia odnaleźć swoją misję i zbudować silną i spójną markę osobistą, a wiem, co mówię, bo pilotuję nawet księżdza.


IRENA AUGUSTYN
Marka z duszą...