

Anar Əskərov

“Varsansa, niyə yoxsan?”

Şəxsi reputasiyanın qurulması üçün bələdçi



qanun nəşriyyatı

Anar Əskərov Varsansa, niyə yoxsan?

Bakı, Qanun Nəşriyyatı, 2024, 200 səh.

Ölçü: 120x185 mm

Cild: yumşaq

Çapa imzalandı: 14.10.2024

Korrektor: Günay Məmmədova

Texniki redaktor: Xəyalə Əhmədova

Mətn dizaynı: Sabina Aydın

Qapaq dizayneri: Babək Otrök

Qanun Nəşriyyatı

İstanbul Copyright Awards-ın qalibi

Bakı, AZ 1102, Tbilisi pr., 76

Tel: (+994 12) 431-16-62; 431-38-18

Mobil: (+994 55) 212-42-37

e-mail: info@qanun.az

www.qanun.az

[www.fb.com/Qanunpublishing](https://www.facebook.com/Qanunpublishing)

www.instagram.com/Qanunpublishing

ISBN 978-9952-577-57-0

© Anar Əskərov, 2024

© Qanun Nəşriyyatı, 2024

“Varsansa, niyə yoxsan?” kitabı şəxsi brendləşmə və reputasiya idarəçiliyi sahəsində əvəzsiz bələdçidir. Kitabda şəxsi brendin yaradılması, dəyərlərin müəyyən edilməsi, hədəf auditoriyası ilə səmərəli ünsiyyət qurulması və peşəkar imicin inkişaf etdirilməsi yolları ətraflı göstərilir. Müəllif şəxsi reputasiyanın iş və şəxsi həyatda önəmli rol oynadığını praktik nümunələr və məsləhətlərlə izah edir. Kitab həm fərdi sahibkarlar, həm də peşəkarlar üçün şəxsi brendin iş dünyasında uğur qazanmaq yolunda necə vacib bir vasitə olduğunu vurğulayır. Sürətlə dəyişən rəqəmsal mühitdə şəxsi markanın davamlı inkişafı və düzgün idarə olunması üçün dəyərli tövsiyələr verir.

Mündəricat

Ön söz.....	7
Şəxsi brendinq nədir?.....	10
Güclü şəxsi brendin üstünlükləri.....	21
Şəxsi brendləşdirmədən çəkindirən səbəblər.....	27
Şəxsi brend yoxsa biznes brendi?.....	38
KOB-ların inkişafında şəxsi brendinqin üstünlükləri.....	40
Şəxsi brendinqin KOB-ların inkişafına mənfi təsirləri.....	44
Lider və Şəxsi Marka.....	50
Şəxsi brendinqin mərhələləri.....	52
Şəxsi brendinqin uğuru üçün məqsədlərin müəyyən edilməsi.....	55
Aydın məqsədlərin əhəmiyyəti.....	62
Növbəti mərhələ-dəyərlər.....	67
Hədəf auditoriyası.....	71
Şəxsi brendinqdə kontent.....	76
Kontent marketinqi.....	78
Kontentin istehlak psixologiyası.....	82
Kontentin növləri.....	84

Yazılı kontent.....	85
Vizual kontent.....	86
Audiokontent.....	87
Kontentin yaradılması.....	88
Şəxsi brendinq üçün yazı bacarıqlarının inkışafı.....	89
Kontentdə müxtəlifliyin əhəmiyyəti- Axtarılarkən tapılmaq.....	93
Kontentlərvətrendlər.....	100
Virtual süni şəxsi brend nədir və ya kimdir?.....	103
Kommunikasiya kanalları.....	106
Kommunikasiya kanallarının təsnifatı.....	110
Kommunikasiya kanallarının növləri.....	113
Uğurun açarı: Davamlılıq.....	126
Kontentdə davamlılıq.....	133
“Kəpənək fəlsəfəsi”.....	139
Əlaqərin qurulması və şəbəkələşmə.....	140
Şəbəkələşmə tədbirlərindən maksimum faydalanmaq üçün nə etmək lazımdır?.....	148
İntrovert insanlar əlaqələrin inkışafı üçün nə etməli?.....	151
Şəbəkələşmə tədbirlərinin effektivliyini ölçmək üçün nə etməli?.....	154
Media monitoring nədir və şəxsi brendimiz üçün niyə lazımdır?.....	155

Şəxsi brendinqdə böhran kommunikasiyası və onun idarə olunması.....	159
Rəhbərin güclü reputasiyası şirkət böhranını necə həll edir?.....	165
Şəxsi brendinqdən şəxsi inkişafa.....	171
Şəxsi brendinqdə özgüvənin qaranlıq tərəfi.....	173
Eqonun mənfi təsirləri ilə mübarizə.....	175
Zahiri və fiziki komplekslərin şəxsi brndinq təsirləri.....	178
Şəxsi brendinq strategiyasında edilən ümumi səhvlər.....	183
Şəxsi brendinqdə “uğurun imitasiyası” nədir?.....	186
Şəxsi brendinqin şəxsi münasibətlərə mənfi təsirləri.....	189
Və yekunda.....	192

Ön söz

Dünya imkanlarla dolu rəqəmsal dövrə doğru dəyişir. Artıq real həyatda olmaq, hələ var olmaq sayılmır. Gerçək dünyada yaşadıda insanlar səni görə və eşidə bilər, lakin rəqəmsal dünyada olmadıqda, kölgədə qalırsan. Tam bu məqamda bir sual yaranır: **Varsansa, niyə yoxsan?**

İndi insanlar rəqəmsal kontent və kommunikasiya vasitəsilə qarşılıqlı əlaqələr yaradır, rəylər formalaşdırır və münasibətlər qurur. Məhz buna görə tam mövcud olmaq və bu mövcudluğu davam etdirə bilmək üçün etibarlı rəqəmsal şəxsiyyət yaratmaq vacibdir.

Rəqəmsal əsrdə mövcudluq sadəcə görünmək və ya eşidilmək deyil, eyni zamanda dəyərli, təsirli və aktual olmaqdır. Çünki, insanlara diqqət cəlb etməyə çalışan yox, həyatlarına dəyər qatanlar maraqlıdır. Başqalarının həyatına və düşüncələrinə dəyər qatan şəxsi brendlər dərhal fərqlənir, məqsədlərinə daha tez çatır və uğurlu olur. Nəticədə bu cür şəxsi brendlər gündəlik inkişafdən, təkamüldən zövq ala-

raq daha da xoşbəxt olur və yoluna əmin addımlarla davam edir.

Bu kitabda rəqəmsal dövr və süni intellektin şəxsi brendinq prosesinə dərin təsirindən bəhs olunur. Kitab təkcə bir seçim kimi deyil, həm də müasir həyatın vacib bir elementi kimi güclü bir onlayn mövcudluğun qurulması zərurətini dərinləndirir.

Biz kitabın müxtəlif fəsilərində müasir rəqəmsal və rəqabətli dünyada şəxsi brendinq qurulması, idarə olunması və qorunması yollarını öyrənməklə yanaşı, uğurlu reputasiyanın insanın özünə, həyatına və biznesinə təsirləri kimi şəxsi inkişafa aparıcı addımları müzakirə edəcəyik.

Bu səyahətdə siz, hədəf auditoriyası ilə dərin əlaqələr quran şəxsi brend yaratmağın əsas prinsiplərini öyrənəcəksiniz. Sahib olduğunuz əsl dəyərləri əks etdirən və etibarlılığınızı artıran reputasiya yaratmaq üçün, rəqəmsal platformalar və alətlərdən istifadə etməyin düzgün yollarını kəşf edəcəksiniz. Oxucularımız, yalnız rəqəmsal dövrdə necə fərqlənməyi deyil, həm də təbiiliyi, özgüvəni, nizam-intizamı idarə edərək, uğur qazanmaqda davamlılığın yollarını öyrənəcəklər.

Bu kitab 10 ildən çox müddətdə, yüzlərlə şəxsi brendə göstərilən xidmət nəticəsində toplanılmış real təcrübələr əsasında hazırlanıb. O, sizə rəqəmsal medianın gücündən istifadə etməyə kömək edə

cək fikirlər və strategiyalar təklif edir, şəxsi brendinizin təsirli, aktual və uğurlu qalmasını təmin edir. Müzakirə olunan konsepsiyalar və texnikaları mənimsəməklə, varlığınızın həm görünən, həm də dəyərli olmasını təmin edəcək, kölgələrdən çıxmağı və rəqəmsal dünyada qalıcı təsir göstərməyi öyrənəcəksiniz.

Şəxsi brendinq nədir?

“Yaxşı bir reputasiya qazanmağın yolu, görünmək istədiyiniz kimi olmağa çalışmaqdır”. Sokrat

Bugünkü rəqabət mühitində güclü şəxsi brend yaratmaq, artıq hər zamankindən daha vacibdir. İstər iddialı sahibkar, istər frilanser, istərsə də karyeranızı inkişaf etdirmək istəyən peşəkar olmağınızdan asılı olmayaraq, şəxsi brendiniz rəqabətli bazarda seçilmək üçün güclü vasitə ola bilər. Rəqəmsal mühitdə milyonlarla insan və süni intellektin törəmələri diqqəti cəlb etmək üçün mübarizə apararkən, həmin izdihamın içində fərqlənmək heç vaxt belə çətin olmayıb. Bu strateji proses sizə şəxsiyyətinizi, təcrübənizi və unikal bacarıqlarınızı nümayiş etdirməklə fərqlənməyə imkan verir. Mühitdən və dövrdən söz düşmüşkən, gəlin şəxsi brendinqin tərifini araşdırmazdan əvvəl, birinci onun tarixinə nəzər salaq.

Əslində, şəxsi brendinq konsepsiyası müasir ixtira deyil, insanların əsrlər boyu davam etdirdiyi yeniliklərə uyğunlaşmanın nəticəsidir. Onun əhəmiyyətini həqiqətən dərk etmək üçün, tarixi köklərini üzə çıxarmalı, tarixi proseslər vasitəsilə həmin konsepsiyanın təkamülünü izləmək üçün isə zamanda gəriyə səyahət etməliyik. Bu kəşfiyyat vasitəsilə

biz əsrlər boyu şəxsi brendinqin təkamülünü formalaşdıran sosial-mədəni kontekstlər, texnoloji irəliləyişlər və paradigma dəyişiklikləri haqqında əvəzsiz anlayışlar əldə edirik.

Qədim Misirin heroqliflərindən tutmuş, orta əsrlər Avropasının heraldik simvollarına qədər şəxsi brendinqin ilkin təzahürlərinin hər biri, insanın fərdi şəxsiyyətini təsdiq etmək və sosial statusunu müəyyən etmək instinktindən qaynaqlanırdı. Sivilizasiyalar inkişaf etdikcə, ticarət yolları genişləndikcə tacirlər və sənətkarlar reputasiya və sənətkarlığın dəyərini anlamağa başladılar, şəxsi markanın fərqləndirilməsi və tanınmasının ilkin formaları üçün zəmin yaratdılar.

Şəxsi brendinq anlayışının kökü fərdlərin mülkiyyəti, şəxsiyyəti və statusunu göstərmək üçün simvollar, işarələr və monoqramlardan istifadə etdiyi qədim sivilizasiyalara gedib çıxır. Qədim Misdə ustalar öz sənətkarlıqlarının orijinallığı və prestijini sübut etmək üçün öz əsərlərinə bugünkü loqolara bənzər unikal simvollarla damğa vururdular.

Heraldika orta əsrlərdə, fərdləri müəyyən edən və qəbilələri təmsil edən mürəkkəb sistem kimi meydana çıxdı. Soylu ailələr öz mənşəyini və sosial mövqelərini vurğulamaq üçün fərqli rənglər, simvollar, şüarları əks etdirən gerblər və ailə nişanları istifadə etdilər. Bu vizual emblemlər şəxsiyyət və