



LEAD SYNDICATION RADIO

Program Host
IVAN AZHAR

MEDIA INDONESIA
OFFICIAL SYNDICATION NEWSPAPER

MARIO TEGUH *Dokter Bisnis* **BRANDING YOU** ©



NATIONAL
SYNDICATED
PROGRAM

Disiarkan LIVE dalam MARIO TEGUH - DOKTER BISNIS di Radio RAMAKO FM setiap hari Rabu pagi, 07.00 - 08.00 WIB

DISIARKAN SERENTAK - Makassar 92.5 FM, Ambon 99.2FM, Cirebon 102.6 FM, Batam 101.5 FM, Padang 103.4 FM, Surabaya 96 FM, Medan 101.4 FM, Purwakarta 89.8 FM, Bandung 95.6 FM, Indovision Channel 204

Keberhasilan Anda bergantung kepada brand pribadi Anda.

Siapa pun yang keberhasilannya bergantung kepada dukungan orang lain - membutuhkan sebuah brand pribadi yang kuat. Sehingga, semakin besar keberhasilan yang ingin dicapainya, semakin besar pula dampak dari brand pribadi yang harus dibangunnya.

Ekonomi yang sekarang menjadi semakin berorientasi kepada pelayanan, menjadikan pribadi yang menjual pelayanan-pelayanan itu - sebagai faktor penentu yang penting bagi keputusan pembelian pelanggan. Mohon Anda perhatikan, bahwa tidak mungkin ada sebuah pelayanan yang bercitra tinggi, bisa diwakili dengan baik oleh seorang penjual yang bercitra jauh di bawah kelas pelayanan itu.

Sebaliknya, sebuah pelayanan yang nyaris tidak dikenal oleh seorang pelanggan, akan tetap memiliki kesempatan untuk terjual, bila ia diwakili oleh seseorang yang telah dikenal kesungguhannya dalam mengupayakan kegembiraan pelanggannya. Di situ lah kita bisa melihat peran penentu dari sebuah brand pribadi yang telah terbentuk dengan baik.

Nama dari pertandingan yang harus kita menangkan dalam kehidupan bisnis dan profesi kita adalah persaingan brand pribadi.

Saat ini, sekedar memiliki kualitas yang tinggi - tidak lah cukup. Kita akan mudah dikalahkan oleh mereka yang memiliki brand pribadi yang lebih kuat, walau pun mereka tidak memiliki nilai atau kompetensi sebaik yang kita miliki.

Setiap tahun, ribuan profesional masuk ke kancah persaingan brand pribadi, tetapi hanya sedikit yang akan mencapai tingkat-tingkat yang dihormati di pasar.

Sebagian besar dari mereka akan gagal, karena mereka gagal untuk tampil terpisah dari citra umum dari para pesaingnya. Mereka, bahkan menggunakan kecenderungan umum untuk meniru atau

mengikuti contoh-contoh brand pribadi yang berhasil, tetapi yang tidak sesuai bagi pribadi, target pelanggan, dan industri mereka.

Sedangkan mereka yang berhasil, adalah mereka yang menstrategikan pengembangan brand pribadi mereka dengan cara-cara yang terpikirkan dengan lebih baik.

Anda adalah produk Anda. Jangan biarkan orang lain mendefinisikan brand pribadi Anda. Definisikan lah diri Anda sendiri.

Pelanggan telah membuat keputusan membeli dari Anda, jauh sebelum mereka bersemangat tentang produk atau pelayanan yang Anda jual; karena mereka 'membeli' kesan baik mengenai kepribadian dan kesungguhan Anda untuk mendatangkan keuntungan bagi mereka. Seolah-olah, mereka tidak akan membeli dari Anda, bila mereka tidak membeli Anda.

Pertama kali, mereka membeli Anda, lalu membeli citra perusahaan Anda, kemudian mereka membeli produk dan pelayanan Anda, baru terakhir - mereka membeli harga Anda.

Pribadi-pribadi dengan brand pribadi yang memerlukan perbaikan, akan memulai proses menjual dengan menjual harga lebih dahulu, dan mungkin terakhir - mereka menjual pribadi mereka. Mereka tidak menyadari, bahwa brand pribadi mereka adalah penentu pembelian yang utama.

Kejenuhan informasi.

Ketersediaan informasi telah meningkat dengan kecepatan yang memusingkan, dan ternyata kemudian bahwa kita semakin tidak memiliki waktu yang cukup untuk mempertimbangkan semua pilihan yang ada di pasar.

Tidak hanya itu, karena semua penyedia produk dan pelayanan berlomba-lomba untuk merincikan ciri-ciri dan keuntungan dari penggunaan produk dan pelayanan mereka, proses untuk membuat keputusan membeli telah menjadi semakin kompleks.

Brand pribadi yang kuat menyederhanakan proses pembelian yang kompleks itu, karena brand yang kuat itu menjadi 'penjamin' bagi kualitas produk dan pelayanan yang dibelinya.

Bila brand pribadi Anda tidak cukup kuat, Anda akan diperlakukan seperti sebuah komoditas, dan karenanya mereka akan menekan Anda untuk menerima harga yang paling rendah yang bisa mereka setuju.

Bila Anda memiliki brand pribadi yang kuat, pilihan-pilihan brand yang lain hanya akan menjadi latar belakang yang tidak berarti.

Sebuah brand pribadi yang super - bagi pelanggan Anda, menjadi sebuah pilihan yang sederhana, spesifik, dan aman.

Brand pribadi Anda adalah identitas Anda di pasar.

Sebetulnya, setiap orang telah memiliki brand pribadinya; yang harus dilakukannya adalah menjadikan brand itu sebuah brand yang super, bukan hanya yang biasa-biasa saja, atau bahkan yang negatif.

Brand pribadi Anda adalah sebuah pengenalan yang menimbulkan reaksi emosional pada orang lain tentang kualitas dan nilai dari pribadi Anda. Pengenalan itu adalah kualitas yang terbayang dalam pikiran orang lain saat mereka mengingat atau mendengar nama Anda.

Sehingga, bila Anda merancang brand pribadi Anda, Anda harus membangun pada pribadi Anda - nilai-nilai yang akan dirasakan oleh orang lain saat mereka mendengar nama Anda.

Bila Anda mengembangkan brand pribadi Anda dengan tepat, Anda akan mencapai kelas sebagai PRIBADI YANG HARUS DITEMUI untuk solusi yang ada dalam kompetensi Anda.

MARIO TEGUH

Business Effectiveness
Consultant
CEO

EXNAL CORP

Exnal@cbn.netId
081-814-2080

Bergabunglah LIVE di RAMAKO FM

INTERAKTIF : 021 633-2705, LUAR JAKARTA 0800-10-106-15
SMS : 0812-117-105-8, FAX 021-634-2707