



Cristina Blanaru



PR MANAGER LA

makesense^{PR}

EX-PR MANAGER KONDIMENT

**ANTERIOR, JURNALIST LA MEDIAFAX TÎMP DE 8 ANI
CONSULTANT PE PROBLEME DE COMUNICARE PENTRU UNII, ALȚII
(CONFIDENTIALITATEA ASTA!!) DE CÎRCA 3 ANI**

CUM SA COMUNICI ONLINE CA SA-TI PROTEJEZI BRANDUL PERSONAL



1. CE ESTE CONTINUTUL?

conținutul – totalitatea materialelor realizate de anumiți autori, care oferă anumite informații.

conținutul poate consta în materiale informative, articole, informații structurate, și poate folosi orice mediu ca suport.

2. CONTINUTUL ONLINE SI BRANDUL PERSONAL

brandul personal – imaginea/positionarea pe care o anumita persoana o are sau si-o creaza treptat in lumea online si in cea offline.

din perspectiva brandului personal, continutul online = toate mesajele pe care o persoana le transmite prin intermediul tuturor canalelor pe care le are la dispozitie

- canale proprii
- canale care pot fi suport pentru trasmiterea mesajelor lor: comentariile pe bloguri sau pe forumuri.

3. CANALE ONLINE

Linked ®

facebook

twitter

4.CUM DISEMINEZI CONTINUT ONLINE?





- scrii pe blog
- postezi pe FB/ Twitter
- scrii guest-posturi
- comentezi – pe forumuri, bloguri, site-uri de stiri, etc

5. DE CE E ÎMPORTANT PENTRU BRANDUL TAU SA GENEREZI CONȚINUT ONLINE?



continutul online e important pentru...SEO?

Google poate sa fie prietenul tau cel mai bun...sau unul dintre dusmanii puternici

cu cat esti mai prezent cu continut online, cu atat esti mai relevant pentru Google

daca nu esti relevant pentru Google... in sala asta sunt o gramada de persoane care te pot face relevant. e suficient sa te uiti in dreapta sau in stanga ta

e important ca Google sa nu ofere rezultate negative cu tine. cel putin...nu pe prima pagina. in caz contrar, ca sa citez din ce zicea Ioana Manoiu recent la PR Forum, ai sa fii intr-o continua criza de imagine.

6. BLOG

Ai blog?

Good for you!

ce fel de blog ai?

- personal – scrii ce te taie capul
- profesional / nisat – scrii materiale pe diverse teme de interes pentru un anumit segment de public

daca iti asumi o pozitionare si un stil, trebuie sa fii consecvent
cel mai bun exemplu aici e Zoso. A adoptat un stil si un tone of voice, pe care le-a pastrat de-a lungul timpului.

daca vrei sa faci o schimbare, sa treci de la o anumita pozitionare pe piata la alta, exemplul de urmat e a lui Alex Negrea.

- Alex s-a metamorfozat, online, din Buddha in Alexandru Negrea treptat, urmand o strategie bine pusa la punct

ce mai ai pe blog in afara de texte?

in afara de texte, pe blog e nevoie sa mai ai

- trimiteri catre conturile tale de social media
- blogroll

atunci cand vrei sa iti postezi un blogroll, gandeste-te bine cu cine vrei sa te asociezi

- de ex, daca ai un blog nisat pe SEO nu o sa pui in blogroll Cancan.ro decat daca ti-e client. Dar o sa pui SEOMoz, nu-i asa?

Guest Posturi

sunt misto si se poarta posturile de endorsare reciproca.

dar totusi...atunci cand esti invitat sa scrii undeva

- asigura-te ca blogul respectiv se potriveste cu pozitionarea pe care ti-ai asumat-o
- e un blog care se muleaza pe una dintre pasiunile tale (te pricepi bine pe domeniul respectiv sau iti place foarte mult)

7. FACEBOOK

pe Facebook conteaza ce statusuri postezi si cum comentezi.

companiile (angajatori/clienti) sunt cu ochii pe Facebook, astfel incat:

trebuie sa ai grija ce si cum zici

ce poze pui si pe cine lasi sa le vada

- pozele de la baute, chefuri, poza aia ciudata cu sticla de sampanie de la Revelion sau cea din dimineata de dupa o bauta de pomina – nu trebuie sa ajunga niciodata la toata lumea. Poti sa le pui ca sa le vada prietenii apropiati, dar nu altcineva

pozele din vacanta – daca ai facut o gramada de poze in concediu, fa o selectie si pune-le pe Facebook pe cele mai reusite

comentariile:

- Hai pisi sa mergem diseara in Bamboo sa ne facem praf si sa dansam pe bar, cu sau fara stiptease

nu-i asa ca ai intalnit mesaje de astea in comentarii la diverse poze deocheate sau pur si simplu la statusuri?

regula:

atunci cand te pozitionezi ca profesionist in orice domeniu, pe profilul tau de Facebook nu trebuie sa apara NICIODATA (si aici nu e cu never say never) astfel de comentarii.

pentru ca:

- iti confera o imagine de persoana neserioasa
- iti pune sub semnul intrebarii expertiza
- daune plus si altceva nimic la capitolul reputatie

all in all..iti afecteaza brandul personal

si ca sa vedeti cat de in serios e luata treaba asta
cu ce trebuie sau nu sa pui pe Facebook

exista specialisti in “curatarea” profilelor celor
care urmeaza MBA-uri in SUA.

n-o zic eu, ci CNN Money in sectiunea Fortune

FORTUNE



- Subscribe to Fortune Magazine
- Give the Gift of Fortune
- Buy the Fortune app for iPad

BLOGS:

[Ask Annie](#) | [Leadership](#)

TOPICS:

[Business School](#) | [Careers](#) | [Strategy](#)

MBA hopefuls: Need to scrub your social media profile?

March 11, 2011 11:54 am

MBA candidates who have less than stellar web histories or happen to share a name with a convicted murderer should know that admissions teams are watching, and searching. There's hope, though.

By John A. Byrne, contributor

([poetsandquants.com](#)) -- The social media antics of MBA applicants are fast becoming a new area of scrutiny for admissions officials at many top business schools. In fact, one prominent MBA admissions consulting firm has even begun to offer a "social media audit" to prepare applicants' for Google and Facebook searches by admissions teams.

The company, Chicago-based The MBA Exchange, combs the Internet for damaging information left on websites by applicants or their friends.

Dan Bauer, managing director of The MBA Exchange, says he came up with the idea for the service last summer, after visiting with several admissions officials at top business schools.



John A. Byrne



John A. Byrne is chairman and editor-in-chief of C-Change Media Inc., a digital media startup that is launching a network of websites for the global business community, including [PoetsandQuants.com](#), a website for analysis, news, and features on prestige MBAs and the best business education in the world. Byrne was until recently executive editor and editor-in-chief of [BusinessWeek.com](#). Byrne is the author or co-author of eight books on business, leadership, and management, including two national bestsellers.

[Email This Author](#)



8. TWITTER



Twitter e un canal de comunicare si discutii mai liber atat in exprimari (uneori mult prea liber!), dar si ca numar de utilizatori

Chiar daca, pe Twitter, comunicarea se face in 140 de caractere, mesajul trebuie sa respecte pozitionarea asumata pe celelalte canale.

asta inseamna:

- fara exprimari de genul “Ce faci coae” sau altele similare.

sigur, unii s-au impus cu limbaj de genul asta. dar chiar vrei sa fii acolo? sau vrei sa fii considerat profesionist de valoare si serios?

poti sa spui ca nu conteaza ce zici. poate ca uneori chiar asa se si intampla. dar, de cele mai multe ori, we are what we say.

este in general un mediu pentru discutii rapide si concise. informeaza mai mult decat orice altceva

este mediul perfect pentru sharing de linkuri si statementuri in materie de pozitionare

9. LINKEDIN

ce se intampla in strainatate?

“Managerii americani si-au diminuat in 2010 timpul alocat retelelor de socializare, cu exceptia LinkedIn. Aproape toti (97%) au folosit LinkedIn in 2010, in crestere de la 82% in 2009”

Studiu realizat in SUA

desi nu pare a fi content, este extrem de important continutul pe care il elaborezi in sprijinul brandului personal.

DE CE AI NEVOIE PE LINKEDIN?



LinkedIn e rețeaua perfectă pentru realizarea de conexiuni profesionale. De aceea, cu cât ai mai detaliat profilul, cu atât șansele de a găsi parteneri cu care să lucrezi sunt mai mari.

ai nevoie de un profil cât mai complet, care să aibă în sprijinul său cât mai multe elemente:

- descrierea amănunțită a experienței profesionale
- informații redactate în limba engleză
 - cum nimeni nu-i perfect, dacă nu știi engleza foarte bine, “sună un prieten” și roaga-l să te ajute, măcar să arunce un ochi și să corecteze greselile, dacă există.
- trebuie să ai integrat un cont de Slideshare prin intermediul căruia să faci share pentru prezentările și lucrările pe care le faci, blogul personal, Facebook sau contul de Twitter

Prin integrarea acestor canale, o persoană pe care o interesează activitatea voastră își poate face o imagine vizavi de voi, fiind expusă la imaginea și poziționarea pe care le-ați adoptat prin activitatea voastră online.

10. SLIDESHARE

- este o retea pe care trebuie sa ai cont daca esti creator de continut
- este utila pentru postarea de prezentari, lucrari, pdf-uri legate de activitatile pe care le derulezi si care ii pot ajuta pe terti sa isi creeze o imagine in ceea ce te priveste.
- prin contentul publicat, confirma pozitionarea si experienta pe care le-ai declarat si promovat

11.CE-ai MAI AVEA NEVOIE?

online here, online there, online online everywhere

fie ca evoluezi online sau la evenimente legate de internet care se petrec offline, intotdeauna ai nevoie de o scurta prezentare:

- cateva paragrafe in care sa-ti rezumi experienta
- poza de profil care sa poata fi apoi preluata in materiale online
- metode de contact – esti prezent online?
Spune unde si lumea te va cauta!

E PREA COMPLICAT?

E PREA COMPLICAT?

In cazul asta, iti angajezi PR personal si face el totul pentru tine ;)

Multumesc!

Cristina Blanaru

cristina@makesense.ro

cristina.blanaru@gmail.com

@Stinah on Twitter