

مثلث توسعه فردی برند

لورم ایپسوم به عنوان متن پرکننده در نظر گرفته شده که به روشی خاص قالب بندی می شود تا امکان ارائه ی عناصر گرافیکی را در اسناد بدون نیاز به کپی فراهم کند. استفاده از لورم ایپسوم به طراحان این امکان را می دهد که طرح بندی ها و فرم محتوا را قبل از ایجاد محتوا کنار هم قرار دهند و به فرایند طراحی و تولید آن آزادی بیشتری می دهد.

فرایند ایجاد هویت برند برای یک سازمان و یا یک فرد این گونه است که ارزش های آن برند و سازمان را به دنیا نشان می دهد و اطمینان حاصل می کنید که مخاطبین هدف شما و نماد تان را بشناسند و دلیل برتری شما در مقایسه با سایر رقبا باشند برندسازی تنها شامل بازاریابی نیست بلکه هدف آن حمایت از بیزینس شما از سمت مخاطبان و خریداران می باشد.

پرسونال برند همان معرف شماست که ترکیب خاصی از مهارت تجربه و شخصیتی است که می خواهید دنیا آن را ببیند و روایت داستان خودتان و بازتاب عملکرد و حرف های گفته و ناگفته و نگرش شماست برای متمایز کردن شما از دیگران باید از پرسونال برند خود بطوری استفاده کنید که هیچ برند و بیزینسی نتواند با شما رقابت کند و برند شما برای متمایز کردن خود از افراد عام جامعه استفاده می شود و می تواند با سایر بیزینس ها در ارتباط باشد.

مهارت

یک برند قوی برای متمایز بودن از دیگران ضروری ست که ترکیبی منحصربه فرد از مهارت ها و تجربیاتی باشد که ما را به کسی که هستیم و تخصصی که داریم تبدیل می کند همان چیزی که ما را خاص و متمایز از دیگران می کند در هنگام جستجو برای فردی با مهارت و تخصص به یاد خواهید داشت که علاوه بر یک برند شخصی قدرتمند می توانید فرصت های تازه را در زمینه های مختلف بدست آورید و مردم ببینند که در زمینه خود یک متخصص هستید تا آسان تر به شما فرصت همکاری یا کار بر روی پروژه های جدید را خواهند داد.

نگرش

در وهله اول نگرش برای جلب اعتماد مخاطبین که مخاطب شما احساس کند چه کسی هستید و نشانگر شما و برند شما چه چیزی هست که احتمال آن که به شما اعتماد کند بیشتر است. با آشنایی از نگرش شما مخاطبان می دانند چه انتظاری از شما دارند و می دانند که زمینه تخصص شما چه چیزی است و این باعث متمایز شدن برند شما از دیگران می شود.

لایف استایل یا سبک زندگی

مجموع دیدگاه های افراد نسبت به زندگی و مسائل مختلف و عادات روزانه و شیوه زندگی روزانه ی یک فرد یا یک گروه را مشخص می کند. برای مثال کسانی که این ذهنیت را دارند با آموزش روزانه می توان در هر مهارتی به حد بالا رسید به احتمال زیاد قسمتی از زمان خود را در طول روز به آموزش اختصاص می دهند و آموزش دیدن یکی از شاخصه های لایف استایل آن هاست. بازاریابان، پزشکان و هر یک از فعالان در حوزه های مختلف یک تعریف خاص از لایف استایل دارند و هدف خاص را دنبال می کنند.

به عنوان مثال بازاریابان اعتقاد دارند که لایف استایل و سبک زندگی می تواند محصولات جدیدی را برای آنان ایجاد کند یا پزشکان اعتقاد دارند که لایف استایل هر کس می تواند در نهایت از بسیاری از بیماری ها پیشگیری کند.

هر کس می تواند طراح سبک زندگی باشد و هر فردی پتانسیل طراحی سبک زندگی رؤیاهایش را دارد امروز بیش از هر زمان دیگری ممکن است این اتفاق بیفتد اما دیزاینر سبک زندگی اول از همه باید یک مفهوم پرداز خوب باشد و با توجه به گرایشی که انتخاب می کند محصولاتی را طراحی و در متن زندگی انسان ها جریان پیدا سازد تا ذره ذره رفتار آن ها را به رفتاری مطلوب تغییر دهد اکثر آرتیست های بزرگ دنیا حضور

یک لایف استایل دیزاینر را در تیم خودشان مهم می‌دانند چرا که یک لایف استایل دیزاینر می‌تواند به شخصیت آن‌ها و اهداف آن‌ها سمت‌وسو دهد.