

Anna Piwowarska

AUTEN TYCZNOŚĆ

PRZY CIĄGA

JAK BUDOWAĆ
SWOJĄ MARKĘ
NA PRAWDZIwym
I PORYWAJĄCYM
PRZEKAZIE

WYDANIE

2.

+ 40 INSPIRUJĄCYCH ĆWICZEŃ

Wszystkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autorka oraz Wydawnictwo HELION dążyli do wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich.

Autorka oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.



Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk
Projekt okładki: Ewa Jarocka
Opracowanie graficzne składu / skład: Ewa Jarocka
Fotografia autorki na okładce: Iza Garbarz, Belleve

Wydawnictwo HELION
ul. Kosciuszki 1b, 41-100 Gliwice
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <http://onepress.pl>
(księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
<http://onepress.pl/user/opinie/auten2>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzje.



ISBN: 978-83-283-4490-7
Copyright © Anna Pivowarska 2019
Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

DLACZEGO PISZĘ wstęp DO 2. WYDANIA?

Latem 2014 roku zaczęłam pracę nad książką. Miała ona zbierać w jednym miejscu moją wiedzę na temat autentycznej komunikacji i moje doświadczenia związane z budowaniem marki na autentycznych podstawach. Słowem — wszystko, co wtedy umiałam nazwać i co przeżywałam.

Wymarzyłam ją sobie dużo wcześniej i mam wrażenie, że pisałam przez kilka lat. W głowie. Robiłam to, przygotowując się do prowadzenia zajęć, warsztatów i wykładów, pracując nad tekstami moich klientów oraz w czasie indywidualnych konsultacji i rozmów.

Pisałam ją w myślach, na moim blogu i w notatkach. Aż któregoś dnia poczułam, że jestem gotowa, żeby przelać ją w całości na papier.

Okazało się, że świat chyba też był na nią gotowy. *Autentyczność przyciąga* ukazała się latem 2015 roku. W dniu premiery znalazła się na liście bestsellerów Onepress i pozostawała na niej przez kilka miesięcy. Po kilku dniach wylądowała też na liście bestsellerów Empiku w kategorii „Marketing”. I można było ją tam zobaczyć jeszcze rok po premierze. Kiedyś ze zdziwieniem odkryłam ją na stronie sieci Matras wśród bestsellerów w kategorii „Ekonomia”. Gdyby tylko moi nauczyciele matematyki to widzieli...

MAILE I DONIESIENIA

To, co było najlepsze, to nie obserwowanie skoków książki na listach bestsellerów. Najprzyjemniej było budzić się rano i znajdować w skrzynce mailowej słowa, takie jak te:

” *Bardzo dziękuję za Twoją piękną, mądrą książkę.* ”

Aga Krzyżanowska
autorka bloga
www.agnesonthecloud.pl

” *Właśnie kupiłam Twoją książkę (wreszcie!) i nie mogę się oderwać. Czuję, że powinnam nauczyć się jej na pamięć, bo nie chodzi tylko o pisanie, ale także o świadomość, jakie powinno być (chcę, żeby było) moje podejście do wszystkiego, co robię.* ”

Karolina Luksa
projektantka wnętrz

” *Ta książka ma w sobie magiczną moc. Otwieram ją i po prostu daje mi kopa do działania! Dwa słowa, a tak perfekcyjnie odzwierciedlają zawartość! Serio, przyciąga!* ”

Małgorzata Kalbarczyk-Leonczuk
copywriterka
www.verbalfairy.pl

” *Dzięki bezpośredniemu językowi książki czułam się zupełnie jak na kawie z kimś, kto życzy ci dobrze, stawia celne pytania i chce, żeby ci się udało. To książka, która dodaje odwagi.* ”

Katarzyna Frużyńska
psycholog i trener
www.zblyskiemwoku.pl

Docierały do mnie informacje o tym, że książka zmieniła czyjeś życie, pomogła w podjęciu ważnej zawodowej decyzji, skłoniła do zadawania sobie ważnych pytań.

Z wielką radością obserwowałam, jak czytelniczki i czytelnicy polecają książkę znajomym, piszą o niej na swoich profilach społecznościowych i recenzują ją na swoich blogach. Ja sama szukałam sposobów na promowanie książki w taki sposób, jaki sama polecam — zgodny ze mną, właściwy mojemu usposobieniu (i w odpowiednich kolorach!). Oczywiście, poza entuzjazmem pojawiły się też głosy krytyki. Martwiłabym się, gdyby tak się nie stało. Jedni uważali, że książka jest za

cienka, inni, że przegadana. Niektórym nie podobały się śródtytuły, a ktoś miał zastrzeżenia do kolorów na okładce. To wszystko potwierdza coś, co staram się przekazać w tej książce. Że nikt z nas nie jest dla wszystkich. Że nie ma takiej kosmicznej możliwości, byśmy spodobałi się wszystkim. I że zupełnie nie ma takiej potrzeby.

TRENDY I POTWIERDZENIA

Kiedy coś zostaje nazwane, nabiera większej mocy. Nawet jeśli wcześniej już to przeczuwaliśmy, obserwowaliśmy czy nawet stosowaliśmy na własny użytek. Myślę, że coś takiego miało miejsce w przypadku tej książki. Okazało się, że wiele osób odczuwało potrzebę innego podejścia do marketingu i pisania. Niektóre realizowały ją na własną rękę, inne tkwiły w schematyczności — nie dlatego, że chciały w niej być, ale dlatego, że nie widziały innej drogi. I w momencie zetknięcia z ideą autentyczności poczuły, że to coś dla nich, że mogą się z tym zidentyfikować.

Dwa lata po premierze książki autentyczność została tematem przewodnim majowego wydania „Zwierciadła” (2017, nr 5). Artykuł Doroty Mierzejewskiej-Floreani *Radary na prawdziwość* opisuje autentyczność jako mocny trend kulturowy oraz ważną potrzebę współczesności. Dziennikarka przywołuje szereg badań, między innymi „Foresight Kulturowy 2025”, który przygotowała firma Deloitte przy udziale socjologów, antropologów kultury i ekonomistów. Raport ten zapowiada, iż potrzeba autentyczności będzie jedną z dominujących wartości w marketingu w najbliższych latach.

Zapowiedź autentyczności jako mocnego trendu kulturowego została też zapisana w „Trendbooku 2016”, przygotowanym przez Natalię Hatałską. Trend nazwany #BeMoreHuman (podkreślanie naturalności i niedoskonałości) został przedstawiony w kontekście dużych marek i takich zjawisk jak Barbie z nadwagą na okładce magazynu „Time”, kalendarz Pirelli z Yoko Ono i innymi dojrzałymi kobietami, a także reklamy marki Dove i innych marek z branży modowo-urodowej, które od jakiegoś czasu pokazują więcej ludzi, jakich widzimy w lustrze i na co dzień na ulicy — w miejsce niedoścignionych ideałów.

Na najnowszej „Mapie Trendów 2018”, przygotowanej przez Infuture Hatalaska Foresight Institute znalazła się: „Transparentność — jeden z kluczowych trendów będących odpowiedzią na spadek poziomu zaufania do firm i marek. Aby temu przeciwdziałać, stosują komunikację opartą na przejrzystości i autentyczności”. Jak przewidują twórcy mapy, w ciągu roku do pięciu lat transparentność stanie się wiodącym trendem.

Autentyczność jako zjawisko marketingowe oraz trend kulturowy cały czas się rozprzestrzenia. Osobiście bardzo mnie to cieszy, tym bardziej że w tym momencie dzieje się to bez mojego udziału. Raz na kilka miesięcy wpisuję do wyszukiwarki słowo „autentyczność” (albo jego pochodne) i znajduję nowe firmy, szkolenia, warsztaty, agencje marketingowe, które używają tego terminu w swojej komunikacji i na różne sposoby realizują tę ideę. Niejednokrotnie spotkałam się z tym, że firmie, która ma słowo „autentyczny” w swojej nazwie lub hasle promującym, ktoś poleca moją książkę i dla osoby prowadzącej tę działalność jest to nowość — nie zetknęła się z nią wcześniej. Nie dziwi mnie to ani nie oburza. Pokazuje bowiem, że trendy krążą w powietrzu. Że przychodzą do nas w formie intuicji i nagłych ośnień. I świadczy o tym, jak bardzo jesteśmy połączeni.

Oczywiście, przy całej tej radości pozostają obawy, które wyrażam w pierwszym rozdziale książki. One też wciąż są aktualne. Zawsze proponuję, by traktować autentyczność jako pewien drogowskaz, cel, do którego można dążyć, i długofalowy proces. I pamiętać, że niekiedy nie jest to droga dla każdego. Warto podążać nią wtedy, gdy widzimy i czujemy w niej wartość dla siebie. I warto szukać własnych sposobów na wprowadzanie tej idei do swojego życia.

NOWOŚCI I ĆWICZENIA

Pierwsze wydanie książki obfitowało w ćwiczenia. Tym, co cieszyło mnie najbardziej, zarówno w mailach, jak i w recenzjach na blogach, były doniesienia o tym, że czytelnicy i czytelniczki nie tylko czytają książkę, ale i z nią pracują. Odpowiadają na pytania, wykonują ćwiczenia, podkreślają zdania, które chcą zapamiętać, i piszą po marginesach (do czego zawsze zachęcam).

” To nie tylko książka. To narzędzie mojej pracy. I to najlepsze, jakie mogłam sobie wyobrazić. ”

Agnieszka Kaczanowska
współzałożycielka portalu „Mamo Pracuj”
www.mamopracuj.pl

” Czytałam najpierw selektywnie, potem od deski do deski, a teraz robię notatki na marginesie. ”

Ania Czupryniak-Fabiniak
pedagog zdrowia
www.zdrowyrozwoj.eu

” Kilka godzin czytania. Efekt: wiele zapisanych kartek z ćwiczeniami, pomysły wirujące w głowie i natychmiastowe działanie. Tak mało? To naprawdę bardzo dużo! ”

Paulina Józwik
copywriterka
www.paulinajozwik.pl

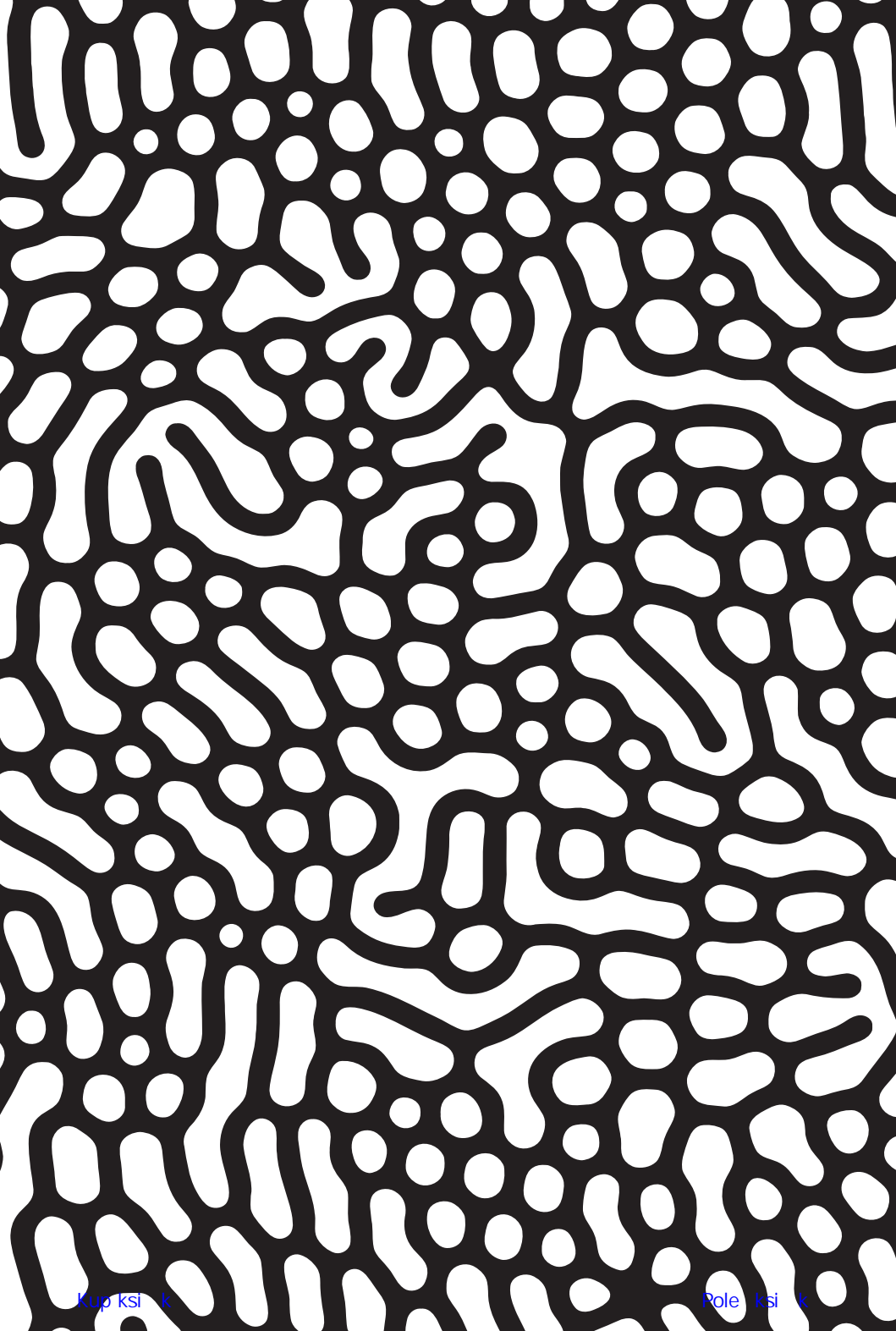
” Niektóre pytania w książce są jak pukanie w chory ząb — bolesne. ”

Anna Błaszczuk
projektantka, właścicielka marki LUMIO
www.lumio.eu

Nie chciałam, żeby było łatwo i bezbolesnie. Nie chciałam magicznych sposobów. Dlatego lubię mówić o tej książce, że to „nieporadnik” — bo pytań jest tak samo dużo jak gotowych odpowiedzi.

Nadal zachęcam do pracy z książką, a nie tylko jej czytania. A żeby ta praca była odrobinę przyjemniejsza, stworzyłam specjalny zeszyt ćwiczeń, który Ewa Jarocka pięknie zilustrowała — nadając przy okazji nowy charakter całej książce. O „Zeszycie do notatek” marzyłam, od kiedy w moje ręce wpadła książka Keri Smith *Bałagan. Przewodnik po wypadkach i błędach*, zachęcająca do tego, do czego i ja zawsze zachęcam: do próbowania, pisania na brudno, puszczenia kontroli.

**Z KSIĄŻKĄ I ZESZYTEM ĆWICZEŃ
(ORAŻ Z ZESTAWEM DŁUGOPISÓW, KREDEK,
FLAMASTRÓW W ULUBIONYCH KOLORACH)
ZAPRASZAM CIĘ DO TWOJEJ WŁASNEJ
PODRÓŻY.**



SPIS treści

1

AUTENTYCZNOŚĆ W BIZNESIE 17

- AUTENTYCZNOŚĆ JAKO TREND KULTUROWY 18
- AUTENTYCZNOŚĆ MOŻE SIĘ STAĆ NOWYM JĘZYKIEM BIZNESU 20
- DLACZEGO WARTO BUDOWAĆ SWOJĄ MARKĘ W SPOSÓB AUTENTYCZNY? 20
- KTO TO JEST IDEALNY KLIENT? 21
- DLACZEGO TA KSIĄŻKA NIE JEST DLA WSZYSTKICH? 22
- DLA KOGO JEST TA KSIĄŻKA? 23
- W CZYM MOŻE CI POMÓC TEN PORADNIK? 24
- DLACZEGO AUTENTYCZNOŚĆ PRZYCIĄGA? 26
- MENTOR PRZY KAWIE 27

2

JAK BUDOWAĆ SWOJĄ MARKĘ NA AUTENTYCZNYM PRZEKAZIE 31

- MARKA W PODEJŚCIU KLASYCZNYM A IDEA AUTENTYCZNOŚCI 32
- AUTENTYCZNA MARKA OSOBISTA 35
- AUTENTYCZNA MARKA FIRMOWA 46
- TWÓJ IDEALNY KLIENT 51
- KONKURENCJA I WSPÓŁPRACA 64
- JAK SZUKAĆ WSPÓŁPRACY ZAMIAST KONKURENCJI 70
- NA ZIELONYM FOTELU 73

3

JAK BUDOWANIE MARKI NA AUTENTYCZNYM PRZEKAZIE MOŻE ZMIEŃĆ TWOJĄ FIRMĘ I TWOJE ŻYCIE 77

W CZYM AUTENTYCZNOŚĆ POMAGA MI NA CO DZIEŃ? 79

JAK BUDOWANIE MARKI NA AUTENTYCZNYM PRZEKAZIE
MOŻE POMÓC TOBIE I TWOJEJ FIRMIE 83

JAK BUDOWANIE MARKI NA AUTENTYCZNYM PRZEKAZIE
MOŻE POMÓC TWOIM KLIENTOM 90

CYTRYNY, LIMONKI I ZAPACH PODRÓŻY 92

4

JAK PISAĆ W SPOSÓB PORYWAJĄCY 95

PISZ PROSTO I ZWIĘŻLE 97

POKAŻYJ ZAMIAST OPISYWAĆ 103

ANGAŻUJ ZMYSŁY 105

UNIKAJ WYŚWIECHTANYCH ZWROTÓW 107

NIE WZBUDZAJ WĄTPLIWOŚCI 111

POKAŻYJ KORZYŚCI 114

UŻYWAJ CALL TO ACTION 117

STOSUJ NAGŁÓWKI I WYRÓŻNIENIA 126

PAMIĘTAJ O CZYTELNIKU 135

LEKCJA STYLU 136

5

JAK PISAĆ W SPOSÓB AUTENTYCZNY 139

„O MNIE” — NAJTRUDNIEJSZA STRONA, JAKĄ KIEDYKOLWIEK NAPISAŁAM 140

KILKA WSKAZÓWEK, KTÓRE POMOGĄ CI NAPISAĆ

TEKST O SOBIE W SPOSÓB AUTENTYCZNY 157

KSIĘŻYCOWE ŚWIATŁO NA SZKLE 163

6

AUTENTYCZNA PROMOCJA 167

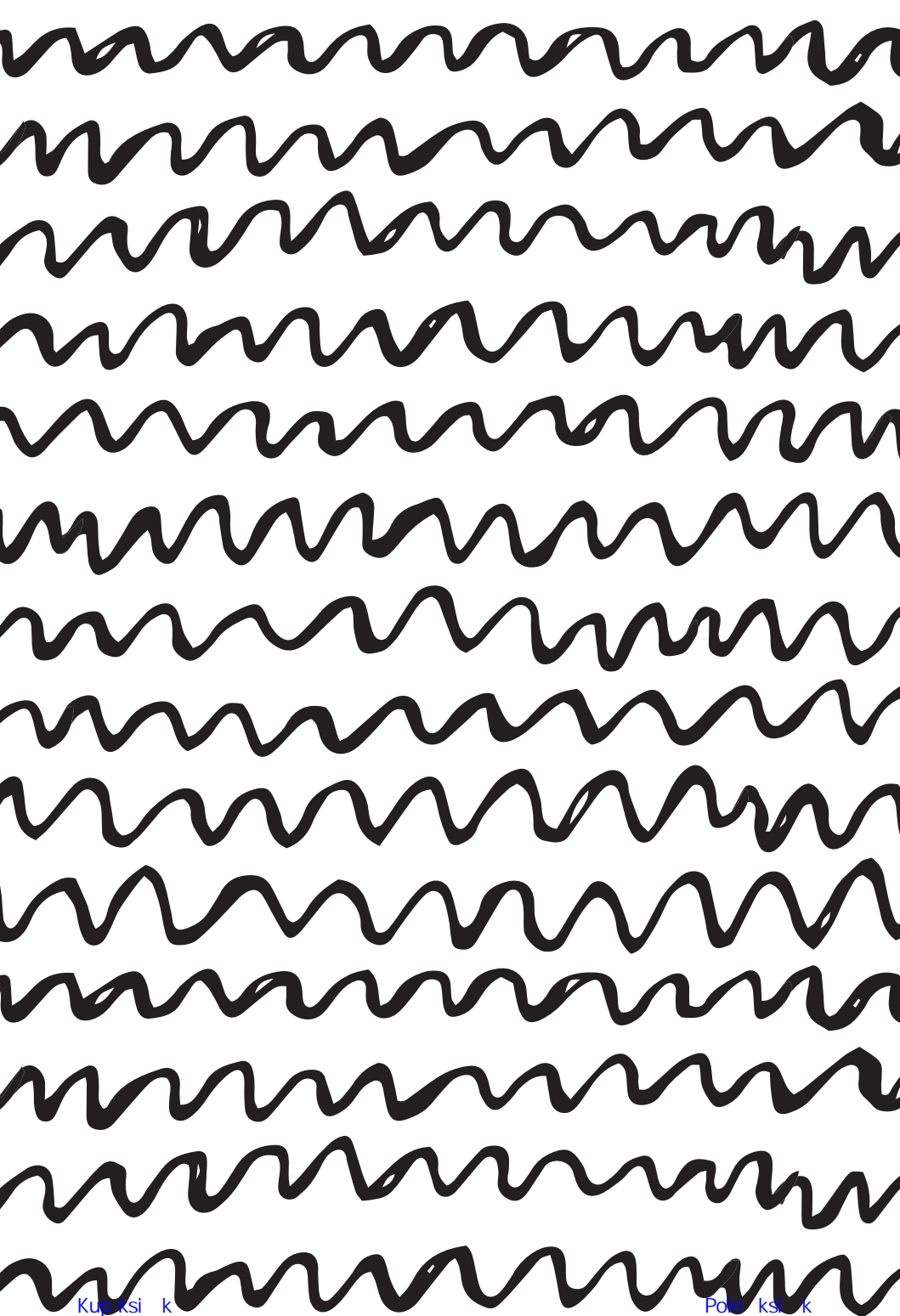
CONTENT MARKETING 169

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W CONTENT MARKETINGU 179

STORYTELLING 191

CZĘŚCI WSPÓLNE I BARDZO SPÓJNE 202

ZESZYT DO NOTATEK 206



wstęp

Autentyczność przyciąga. Wiem to na pewno. W ciągu ostatnich lat doświadczyłam tej mocy na sobie. Obserwowałam ją również wielokrotnie w trakcie pracy z firmami tworzonymi z pasją i sercem. W czasie warsztatów oraz indywidualnych konsultacji miałam ogromną przyjemność towarzyszyć małym biznesom w budowaniu marki opartej na autentycznych podstawach, tworzeniu tekstów na strony internetowe oraz tekstu „o mnie” (zwanego również bio), który często stanowił punkt wyjścia do uważniejszego przyjrzenia się sobie i swojej działalności. Pomagałam też w działaniach promocyjnych opartych na content marketingu i storytellingu.

Napisałam tę książkę po to, by propagować ideę budowania marki osobistej i firmowej na autentycznych podstawach — w zgodzie ze sobą i swoimi wartościami. W zgodzie z tym, kim jesteś — co jest w tobie prawdziwe, żywe i wartościowe. Budowanie na autentycznych podstawach sprawia, że twoja marka staje się unikalna i niemożliwa do podrobienia. Dzięki temu możesz docierać do właściwych osób — twoich idealnych klientów.

Książka stanowi zbiór praktycznych wskazówek oraz inspiracji. Pisząc ją, korzystałam z wiedzy na temat marketingu i reklamy, którą zdobywałam przez kilkanaście lat — od czasów studiów dziennikarskich o specjalności PR i reklama — i którą następnie weryfikowałam w praktyce, pracując jako copywriterka w agencjach reklamowych i uczestnicząc w kreowaniu kampanii oraz tekstów dla dużych międzynarodowych marek. Przy tworzeniu tej książki korzystałam również

z doświadczenia, które zdobyłam, pomagając małym kobiecym biznesom skupionym wokół Latającej Szkoły dla Kobiet, klientom, którzy zgłaszali się do mnie na indywidualne konsultacje, oraz współpracując z małymi i średnimi firmami, które trafiły do mnie za pośrednictwem mojej strony internetowej i zapragnęły dla siebie tekstów w duchu autentycznym.

Poza praktycznymi radami książka zawiera też mnóstwo przykładów tekstów napisanych w sposób autentyczny oraz wypowiedzi prawdziwych osób, które prowadząc swoją działalność, na co dzień korzystają z opisanego tu podejścia. Znajdziesz w niej historie spotkań z niezwykleymi osobami oraz opis moich własnych zmagania z pisaniem tekstu o sobie i z budowaniem mojej marki.

MAM NADZIEJĘ, ŻE KSIĄŻKA STANIE SIĘ DLA CIEBIE PRZEWODNIKIEM NA TWOJEJ WŁASNEJ DRODZE DO AUTENTYCZNOŚCI W BIZNESIE.

Poradniki biznesowe bardzo często przekazują wiedzę oraz zasady i sposoby, których powinniśmy się trzymać, ale bardzo rzadko wspierają nas w podejmowaniu samodzielnych decyzji, podążaniu za głosem intuicji, wybieraniu spośród ogromu możliwości tego, co jest nasze, zgodne z nami, współgrające.

Chciałabym, aby w tym przypadku było inaczej. Aby wszystko, co tutaj czytasz (wszystkie moje porady, zalecenia i pomysły), było przez ciebie filtrowane. Namawiam cię do zadawania sobie pytań tak często, jak to możliwe. Pytaj siebie: czy to jest moje, czy to moja droga, czy takie podejście do mnie przemawia, czy naprawdę chcę to zrobić? Sprawdź też, co u ciebie — jak czujesz się z tym, co czytasz, jakie emocje i odczucia budzą się w tobie.

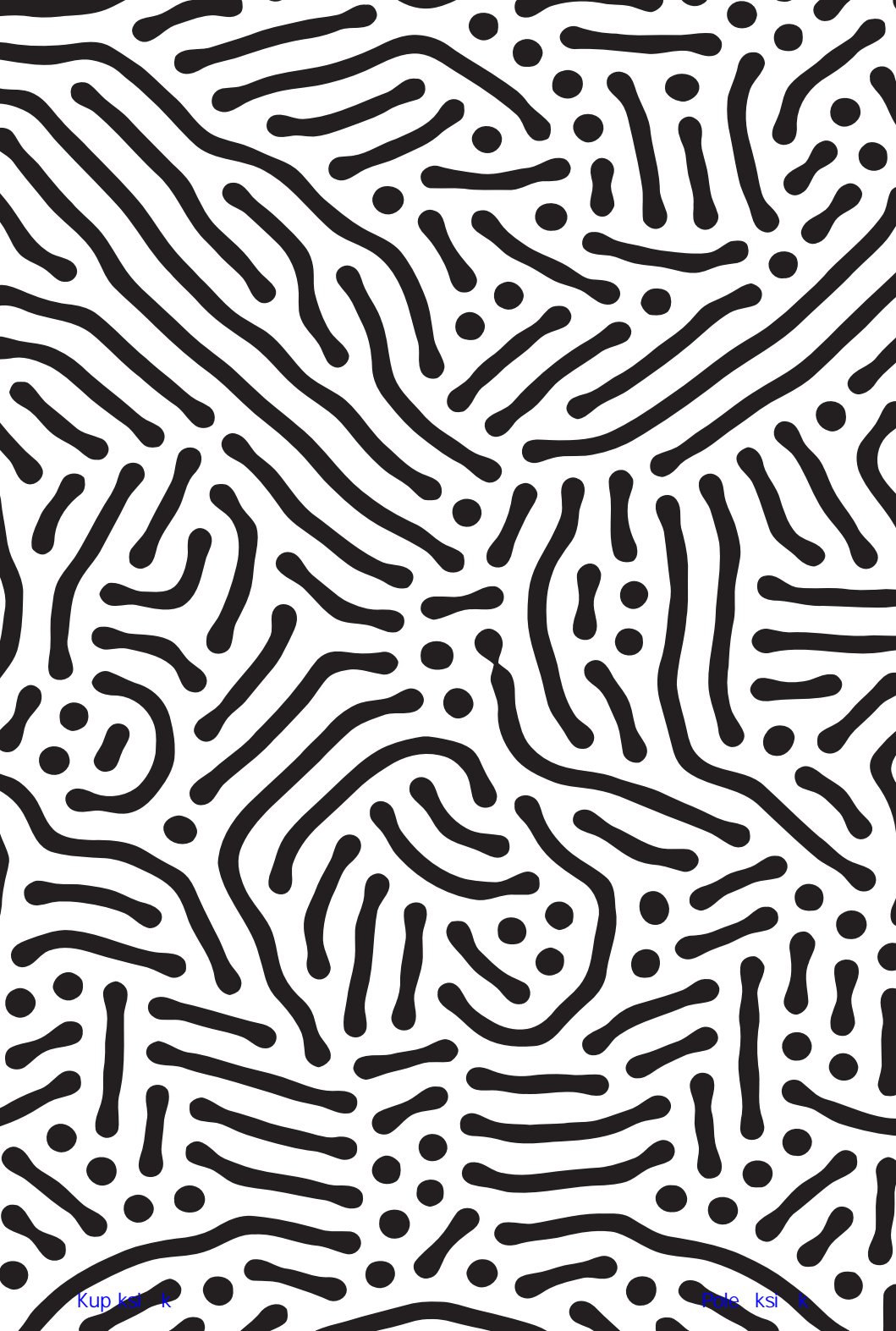
Możesz przeczytać tę książkę w całości albo na wrywki — to ty decydujesz, co z niej weźmiesz dla siebie. Jeśli jednak sięgasz po nią dlatego, że oczekujesz, że coś się zmieni, to gorąco namawiam cię do wykonywania ćwiczeń, odpowiadania na pytania oraz samodzielnej pracy z książką. A więc zamiast czytać i kiwać głową, zacznij działać. Bo w działaniu kryje się moc.

Załącz specjalny zeszyt albo folder w komputerze i odpowiadaj na pytania, rób ćwiczenia. Podkreślaj w książce to, co jest dla ciebie istotne, i polemizuj z tym, z czym się nie zgadzasz (choćby na marginesach — zobaczysz, jakie to może być wyzwalające, szczególnie jeśli pani bibliotekarka z podstawówki w twojej głowie nadal zakazuje ci pisanie po książkach). Nadużywaj żółtego lub różowego markera, kolorowych cienkopisów albo czegokolwiek, co masz akurat pod ręką. Rysuj mapki pamięci, minikomiksy z twoimi dialogami wewnętrznymi, notuj pomysły, które przychodzą ci do głowy w trakcie lektury, w formie rysunków, haseł albo tabel — tak jak lubisz.

A jeśli wolisz mówić niż pisać, nagrywaj swoje wypowiedzi na dyktafon w komputerze lub telefonie albo poproś znajomą osobę, by przeprowadziła z tobą wywiad, zadając ci pytania z ćwiczeń.

Książka, którą trzymasz w ręce, nie jest żadną księgą objawioną. To nie jest tekst, który należy czytać z namaszczeniem, a potem z takim samym namaszczeniem odłożyć na półkę. W moim zamiśle to trochę poradnik, a trochę nieporadnik, trochę przewodnik, a trochę zbiór narzędzi do samodzielnego wykorzystania. Czym stanie się dla ciebie, dowiesz się, jeśli podejmiesz działanie.

Jeśli masz ochotę, podziel się ze mną swoimi przemyśleniami, rysunkami, mapkami pamięci albo komentarzami na marginesie — prześlij ich zdjęcia i skany na adres:
notatki@autentycznycopywriting.pl.



1

AUTENTYCZNOŚĆ W BIZNESIE

Budowanie swojej marki na autentycznym przekazie, pokazywanie siebie w tym, co robisz, jest jedną z dróg, by szybciej i skuteczniej dotrzeć do swoich idealnych klientów. Wiem, że gdzieś tam są ludzie, którzy czekają właśnie na to, co oferujesz. I wiem, że istnieją sposoby, by do nich dotrzeć.

Dzięki autentycznemu pokazywaniu siebie twoja firma zyska ludzki wymiar. A ponieważ jesteś jednostką niepowtarzalną, zdobędziesz też ważną przewagę. Twoje usługi będą się wyróżniały na rynku i trudno cię będzie pomylić z kimś innym.

AUTENTYCZNOŚĆ JAKO TREND KULTUROWY

Autentyczność, szczególnie w kontekście działalności biznesowej, może być postrzegana jako pewien trend. W ostatnich latach duże marki korzystają z niego, by wydawać się bardziej ludzkie i skuteczniej docierać do klientów. Duża marka, która stosuje mniej reklamową, a bardziej emocjonalną komunikację, również może wzbudzić moją sympatię. Ale ze znacznie większą radością witam osoby i firmy, które mówią do mnie ludzkim, a do tego swoim własnym głosem. Takie, u których wyczuwam łączność pomiędzy tym, co wewnątrz, a tym, co na zewnątrz.

Chciałabym jednak, żeby po lekturze tej książki koncepcja autentyczności w budowaniu własnej marki (osobistej i firmowej) stała się dla ciebie czymś więcej niż zapowiedzią przelotnej mody albo nieco dłuższego trendu. Aby działała na ciebie wyzwalająco — tak jak zadziałała na mnie i na wiele innych osób i firm, z którymi miałam przyjemność pracować. Bo na najbardziej podstawowym poziomie autentyczność w biznesie to po prostu bycie sobą i bycie w zgodzie ze sobą we wszystkim, co się robi.

W moim odczuciu budowanie marki na autentycznym przekazie wpisuje się w szerszy kontekst kulturowy oraz w zmiany zachodzące wokół nas. Możemy ich nie analizować, ale często intuicyjnie je wyczuwamy albo zdajemy sobie sprawę, że jesteśmy ich częścią. Chociaż idziemy własną drogą, nie żyjemy w próżni. Różne prądy myślowe oraz kulturowe i społeczne trendy wywierają na nas wpływ. Nasze wybory i pragnienia w jakimś stopniu spletają się z tym, co się dzieje wokół nas, co nas inspiruje, przyciąga albo po prostu otacza.

Trendami, które w jakimś stopniu współgrają z autentycznością, są:

Trendy związane ze spowolnieniem życia:

- *slow life*,
- minimalizm,
- prostota (upraszczanie życia).

Trendy związane ze zmianą podejścia do gospodarki:

- zrównoważony rozwój i ekologia,
- ekonomia współpracy,
- ruch *no logo* (alterglobalizm).

Trendy związane z rozwojem osobistym:

- coaching,
- samorozwój,
- NVC (*Nonviolent Communication*, czyli komunikacja na poziomie potrzeb – bez użycia przemocy),
- *work-life balance* (czyli utrzymywanie harmonii między pracą a życiem).

A także trendy związane z pracą i rozwojem biznesowym:

- antykariera,
- marketing 3.0 (marketing wartości),
- klasa kreatywna,
- *innerpreneurs* (przedsiębiorcy, którzy przez swoją działalność chcą zarabiać na życie, jednocześnie przyczyniając się do rozwoju siebie i świata),
- empatia i współpraca w biznesie związana szczególnie z kręgami i sieciami kobiecych biznesów.

”*Moment, gdy zrozumiałam, że mogę pisać tak, jak lubię, i że będzie to dobry (a może najlepszy) sposób na promowanie mojego biznesu, był jednym z najbardziej przełomowych w moim zawodowym życiu.*”

Santi, Love by Santi
www.lovebysanti.pl

AUTENTYCZNOŚĆ MOŻE SIĘ STAĆ NOWYM JĘZYKIEM BIZNESU

Kiedy to piszę, moja ręka lekko drży, bo postrzegam taką sytuację zarówno jako szansę, jak i jako pewne zagrożenie. Jeśli jednak podejdziesz do tej idei w sposób nieco głębszy — jako do sposobu na bycie w kontakcie ze sobą i manifestowanie tego w swojej codziennej działalności — wtedy nawet przejściowa moda na autentyczność nie będzie ci straszna. Nawet jeśli wszystkie marki na świecie będą mówiły o sobie, że są autentyczne, to twoja marka wciąż będzie się wyróżniać, dzięki połączeniu tego, co robisz, z tym, co jest w tobie. Bo nie ma na świecie drugiej takiej samej osoby jak ty. Tylko ty możesz być „najtowszą” wersją siebie. Kiedyś musieliśmy się kreować, teraz, żeby pokazać siebie, musimy się poznać. Dlatego kiedy jesteś sobą w tym, co robisz, nie musisz się martwić, czy nadal jesteś trendy, czy już *passé*.

” *Autentyczność to pewna filozofia tworzenia i prowadzenia własnego biznesu, która jest mi bliska. To również dojrzałe bycie sobą.* ”

Dorota Kostowska
ekspertka od webinarów,
facylitatorka graficzna
www.dorotakostowska.pl

DLACZEGO WARTO BUDOWAĆ SWOJĄ MARKĘ W SPOSÓB AUTENTYCZNY?

Aby przekaz, który kierujemy do świata, był prawdziwy, czytelny, przyciągający i nasz. Aby się wyróżnić na tle bardzo podobnych stron i tekstów, które niczego nie mówią o osobie oferującej usługi. Aby nie chować się za długą listą dyplomów i uprawnień. Aby nasz przekaz był bezpośredni i jasny, a nie rozmyty.

Autentyczność w marketingu pomaga docierać bezpośrednio do osób, które nas interesują i które my możemy zainteresować. Nie do wszystkich! To podstawowa zasada i jednocześnie bolesne odkrycie. Tacy, jacy jesteśmy, nie jesteśmy dla wszystkich.

To taki sposób budowania swoich komunikatów, który pokazuje czytelnikowi i odbiorcy, kim jest osoba, której teksty ma przed sobą, jaka jest jej historia, co ją skłoniło, by robić to, co robi, i po co to robi.

Autentyczne komunikaty można realizować na swojej stronie internetowej (w dziale „o mnie” i w każdej innej części), na blogu, w e-mailach do klientów, na Facebooku, na ulotce, w newsletterze. W każdym tekście skierowanym do potencjalnych klientów.

” Autentyczność w codziennym życiu oszczędza mi czas — nie tracę go na budowanie wizerunku kogoś, kim nie jestem. ”

”

Dorota Raczyńska
Dorota Patrzy
www.dorotapatrzy.pl

KTO TO JEST IDEALNY KLIENT?

To ktoś, kto potrzebuje twoich usług albo produktów i chce je kupować właśnie od ciebie — bo twoje podejście do tego, co robisz, jest mu bliskie, bo chce cię wspierać, bo czuje, że najlepiej odpowiadasz jego potrzebom, bo w jakiś tajemniczy sposób go przyciągasz, bo tak (czasem wszystkie poprzednie argumenty zawierają się w tej prostej pewności, a nierzadko kryje się za tym intuicja).

Twój idealny klient to ktoś, dla kogo jesteś „oczywistym wyborem”. Dlatego kiedy zetknie się z twoim autentycznym komunikatem, a potem z ciekawością zajrzy na twoją stronę i poczuje, że chce pracować właśnie z tobą, nie będzie już szukał innych osób, które wykonują podobne usługi, tylko zgłosi się do ciebie.

” Autentyczny copywriting wydaje mi się tak potrzebny, że aż się dziwię, że dopiero teraz został nazwany. ”

Marzena Tajchman
Części Wspólne
www.czesciawspolne.pl

DLACZEGO TA KSIĄŻKA NIE JEST DLA WSZYSTKICH?

Poradnik, który trzymasz w ręku, nie został stworzony z myślą „o wszystkich”. Nie jest to jeden z poradników w hurraoptymistycznym amerykańskim stylu, który obiecuje, że w pięć godzin nauczysz się budować swoją autentyczną markę i pisać prawdziwe, a przy tym porywające teksty. Nie obiecuję, że pisanie jest dla każdego i każdy potrafi to robić bez wysiłku, wystarczy tylko wprowadzić w życie dzie sięć supertajnych trików.

Chcę podzielić się z tobą tym, czego nauczyłam się o budowaniu swojej marki na autentycznym przekazie, tworząc moją własną markę, doradzając moim klientom i pomagając im w pisaniu tekstów, prowadząc warsztaty, wynajdując odpowiednie teksty w sieci i obserwując, jak autentyczność w sposobie pokazywania siebie w biznesie rozpo wszechnia się na polskim gruncie.

Nie ma książek na wszystko i nie ma książek dla wszystkich. Książek, które rozwiążą wszystkie problemy, odpowiedzą na wszystkie pytania i będą tak samo pomocne dla wszystkich czytających. To też nie jest taka książka. To, co zrobisz z zawartymi w niej wskazówkami, zależy wyłącznie od ciebie, od twojej gotowości do podjęcia działania i od twoich potrzeb.

Możesz wziąć dla siebie kilka pomysłów i wskazówek, a możesz tylko jedną myśl, jedną sugestię czy jeden przykład. A możesz też wszystko odrzucić i szukać własnej drogi. Jeśli zaczniesz to robić z mojej inspi racji, to będzie już bardzo dużo.

DLA KOGO JEST TA KSIĄŻKA?

Budowanie swojej marki na autentycznym przekazie może ci pomóc wyrazić siebie w pisanych przez siebie tekstach i w tym, co robisz. Jest to szczególnie ważne, gdy pracujesz „sobą”, na przykład jako coach, doradca, terapeutka, specjalista od żywienia, przewodnik wycieczek, opiekunka dzieci lub osób starszych, masażysta, kosmetyczka, szkoleniowiec, trenerka, nauczyciel jogi, tai-chi, tańca, języków obcych. Klienci mają z tobą bezpośredni kontakt i wybierają cię nie tylko ze względu na twoje doświadczenie i umiejętności, ale też dlatego, że jesteś osobą, z którą chcą pracować.

A jeśli przy tym wszystkim praca, którą wykonujesz, jest również twoją pasją, czymś, co uwielbiasz robić i co wypływa z głębi ciebie, marka zbudowana na twoim autentycznym przekazie może ci pomóc to wyrazić.

Niezależnie od tego, czy masz małą firmę, pracujesz jako freelancer (wolny strzelec), czy też nadal pracujesz na etacie, a po godzinach rozwijasz swoją pasję, którą chcesz kiedyś zamienić w pracę na własną rękę — autentyczność w wyrażaniu siebie w tym, co robisz, może ci pomóc w dotarciu do twoich idealnych klientów.

” *Kiedyś zatrudniałam copywriterów do tekstów, teraz sama je piszę i sprawia mi to ogromną przyjemność.* ”

Justyna Wiśniewska
lemon&lime
www.lemonandlime.pl

W CZYM MOŻE CI POMÓC TEN PORADNIK?

Dopiero zaczynasz i czujesz, że to coś dla ciebie

Przed wszystkim ta książka może być dla ciebie pomocna, jeśli zaczynasz robić to, co kochasz. Poradnik może zainspirować cię do budowania swojej marki na autentycznych podstawach, do pokazywania siebie w tekstach i w tym, co robisz.

Książka może cię przekonać, że warto to robić, albo wzmocnić twoje przeczucia. Ćwiczenia, które proponuję, mogą ci pomóc w przyjrzeniu się sobie, stworzeniu tekstu o sobie oraz innych przekazów, które będą z tobą spójne.

Masz już firmę, stronę, blog, ale chcesz coś zmienić

Jeśli już masz swoją firmę i swoją stronę internetową, ale teksty i przekazy, które kierujesz do świata, nie do końca cię zadowolają i nie wiesz dlaczego, albo też zastanawiasz się, co jeszcze możesz poprawić lub zrobić inaczej — ta książka może być dla ciebie inspiracją do zmiany. I przewodnikiem po tym, jak ją wprowadzić w życie.

Jeśli masz własny blog, ale nie masz na nim tekstu o sobie albo nie odnajdujesz w tym tekście siebie, mam nadzieję, że książka zainspiruje cię do napisania żywego i autentycznego tekstu o sobie i budowania swojej marki na autentycznych podstawach. Twoi czytelnicy chcą cię poznać, chcą wiedzieć, kim jesteś i dlaczego robisz to, co robisz.

A co, jeśli nie lubisz pisać?

Jeśli na samą myśl o tym, że masz usiąść i napisać teksty, które pokażą cię w tym, co robisz, dostajesz mdłości, mam dla ciebie dobrą wiadomość. Wcale nie musisz pisać takich tekstów samodzielnie.

Na początek możesz potraktować tę książkę jako inspirację albo przewodnik po autentycznym budowaniu swojej marki. A jeśli po

lekturze stwierdzisz, że chcesz, aby twoje teksty na stronie w większym stopniu pokazywały cię, poszukaj kogoś, kto ci w tym pomoże. Znajdź osobę, która pisze teksty na zlecenie, i wytłumacz jej, czego oczekujesz.

Polecam ci wykonywanie ćwiczeń, które są w tej książce. Dzięki temu będziesz mieć prawdziwy materiał na swój temat, z którego to materiału będzie można skorzystać przy pisaniu tekstów. To bardzo ważne, bo autentyczna marka bazuje na tym, co jest w tobie, oraz na prawdziwych historiach związanych z tobą i twoją działalnością. Jej tworzenie nie polega natomiast na sztucznym kreowaniu osobowości i życiorysu.

A jeśli nie kochasz swojej pracy?

Jeśli twoja praca nie daje ci satysfakcji, jeśli nie jest twoją pasją ani tym, co kochasz robić, a jedynie sposobem na życie — moja książka nie sprawi, że jutro rano obudzisz się i powiesz: „Już wiem!”. Ale być może stanie się impulsem do poszukiwania swojej drogi, przyglądania się temu, co daje ci radość, próbowania nowych rzeczy i wychodzenia poza własną strefę komfortu, kierowania się własną intuicją. To, co zrobisz z tymi przemyśleniami, będzie już zależało wyłącznie od ciebie.

Jeśli ten temat jest ci bliski zawodowo

Jeśli jesteś copywriterką lub copywriterem albo też myślisz, by pisanie uczynić swoim sposobem na życie, zajmujesz się strategią budowania marki, marką osobistą albo doradztwem marketingowym, ta książka może być inspiracją albo początkiem twojej własnej drogi. Może przybliżyć ci moje podejście do budowania swojej marki na autentycznym przekazie i pisanie w sposób autentyczny oraz podsunąć kilka pomysłów, które wykorzystasz w pracy z klientami (pytania, ćwiczenia, przykłady). Może też pomóc w stworzeniu twojego własnego bio (tekstu o tobie) oraz zainspirować cię do tworzenia przekazów w duchu autentycznym.

DLACZEGO AUTENTYCZNOŚĆ PRZYCIĄGA?

Jako klientka chciałabym wiedzieć, z kim mam do czynienia, kim jest osoba, z której usług chcę skorzystać, czy nadajemy na podobnych falach. Bo przecież „kupując” daną usługę czy produkt, po części „kupuję” też osobę, która za tą usługą stoi. Czytając autentyczne przekazy, czuję się zaproszona i dopuszczona do czyjegoes świata. To uczucie bardzo mi się podoba.

Jako copywriterka jestem już zmęczona pisaniem tekstów wygładzonych, które pasują do wszystkich osób zajmujących się daną branżą, wyglądają jak odrysowane od jednego szablonu i choć poprawne stylistycznie i gramatycznie — nie mają w sobie życia: brakuje im indywidualnego rysu, charakteru.

Podczas konsultacji i warsztatów, które prowadzę, bardzo mocno odczuwam siłę autentycznego pisania. Osoby, które stykają się z takim pisaniem, mówią, że często po raz pierwszy postawiły sobie pytania dotyczące ich wizji, misji oraz tego, dlaczego robią to, co robią, i jaka była droga, którą przeszły. Odpowiedzi pomagają dostrzec ich własną historię, ale też dokonać pewnych odkryć, zbliżyć się do siebie. Towarzystwo moim klientom w odkrywaniu siły autentyczności w budowaniu swojej marki i wyrażaniu w ten sposób swoich wartości, motywacji, misji i historii to bardzo mocne doznanie, które dodaje mi energii i sprawia ogromną frajdę.

” Autentyczne komunikaty to takie pisane od serca, prawdziwe, szczerze, pod którymi wyczuwa się człowieka. ”

Gabriela Kuca
Kobieca Siła
www.kobiecasila.pl

historia

MENTOR PRZY KAWIE

Angelika jest amatorką kawy i rozmów. Dlatego swój blog o samorozwoju i zmianie nazwała Angelika Cafe. Autorka na co dzień mieszka w Warszawie i pracuje w dużej korporacji. Oprócz bloga prowadzi też warsztaty. Jest również mentorem dla firm, osób prywatnych i fundacji.

Gdy okazało się, że mamy możliwość spotkania na żywo w Krakowie, pierwszym wyborem był ogródek Mleczarni. Jednak czerwona ulewa, która rano przeszła nad miastem, pokrzyżowała nam szyki. Jest popołudnie. Lekko siąpi. Brama ogródka została zamknięta na dwie kłódki. Stojąc przy niej, widzę zbliżającą się postać drobnej blondynki w okularach, w różowym sweterku, z parasolem i pogodnym uśmiechem na twarzy. Szybko przebiegam w myślach „miejsca kawowe” w pobliżu.

Plac Nowy. Kolory albo Les Couleurs — paryski Montmartre na krakowskim Kazimierzu. Ściany kawiarni oblepione plakatami z przedstawień, koncertów i musicali. Wszystkie kolorowe i po francusku. Nazwa zobowiązuje.

Siedzimy w ostatniej sali pod szklanym sufitem. Jest tu przyjemnie ciepło, jasno i nie tak głośno jak przy barze. Gdy po 17 opuścimy naszą zaciszną salkę i skierujemy się do wyjścia, w głównej sali będzie pełno i gwarно — zupełnie jak we francuskiej kawiarni.

Angelika robi rzeczy niezwykle, i do tego w hurtowych ilościach. Jest pełnoetatową pracowniczką korporacji, żoną i mamą dwójki dzieci w wieku przedszkolnym. Wydaje się przy tym mistrzynią

organizacji. Posty na blogu umieszcza regularnie w każdy czwartek. Raz na miesiąc wysyła newsletter z inspiracjami oraz informacjami, gdzie akurat prowadzi warsztaty.

Patrzę na nią z podziwem znad filiżanki mojego latte i pytam, jak to robi i w jaki sposób zachowuje przy tym tyle energii i entuzjazmu. Angelika z naturalnością i szczerością, która wbija mnie w kawiarniane krzesło, mówi, że jej doba też ma 24 godziny, więc musi wybierać. Ma świadomość, że czas, który przeznaczona na rozwój swój oraz bloga, to czas wyrwany rodzinie. I wybiera — mając pomoc zaangażowanego ojca, swojej mamy oraz pani do opieki.

Pracujemy razem nad tekstami na nową wersję strony, które w większym stopniu pokażą Angelikę, jej misję i wartości oraz to, co oferuje. Teksty Angeliki, które powstały na bazie odpowiedzi na moje pytania, mają moc. Moja rola to polerowanie całości, tak by nic nie zakłócało siły przekazu.

Gdy na nowej stronie czytam, z jakim zaangażowaniem ta amatorka kawy i życia w jego wielu przejawach opowiada o byciu mentorem i samorozwoju, wiem już, skąd pochodzi jej wiecznie odnawialna energia. Widać, że nauczyła się dobrze wybierać.

Angelika Chimkowska
Angelika Cafe
www.angelikacafe.com

Zeszyt



10 NOTATEK



DLACZEGO ZESZYT DO NOTATEK?

Bo notatki sugerują nieskończoną i niedoskonałą całość.
Bo stwarzają przestrzeń do próbowania i eksperymentowania. I szaleństwa.
Bo można bawić się całym procesem poznawania siebie
i autentycznego wyrażania siebie.
Bo można nie traktować siebie tak śmiertelnie poważnie.

Bo notatki to swobodny zapis myśli. Wcale nie muszą być przemyślane.
Nie muszą być nawet mądre.
Nie muszą być zadne. Mogą być takie, jakie są. Takie, jak wyjdą.

TEN ZESZYT JEST ZAPROSIENIEM

Do zabawy.
Do przysługiwania się sobie.
Do próbowania.
Do błądzenia, poruszania się po omacku i w nieznanym kierunku.
Do kreślenia i zmieniania zdania w pół słowa.
Do brudzenia siebie i jego.
Do puszczenia kontroli i zdawania się na przypadek.
Do opowiadania siebie sobie.

TEN ZESZYT JEST ZAPROSIENIEM
DO TEGO, BY PRZESTAĆ TAK BARDZO
BAĆ SIĘ POKAZYWAĆ SIEBIE.

A nawet, by czerpać z tego radość.

A CZYM
STANIE SIĘ
DLA CIEBIE?

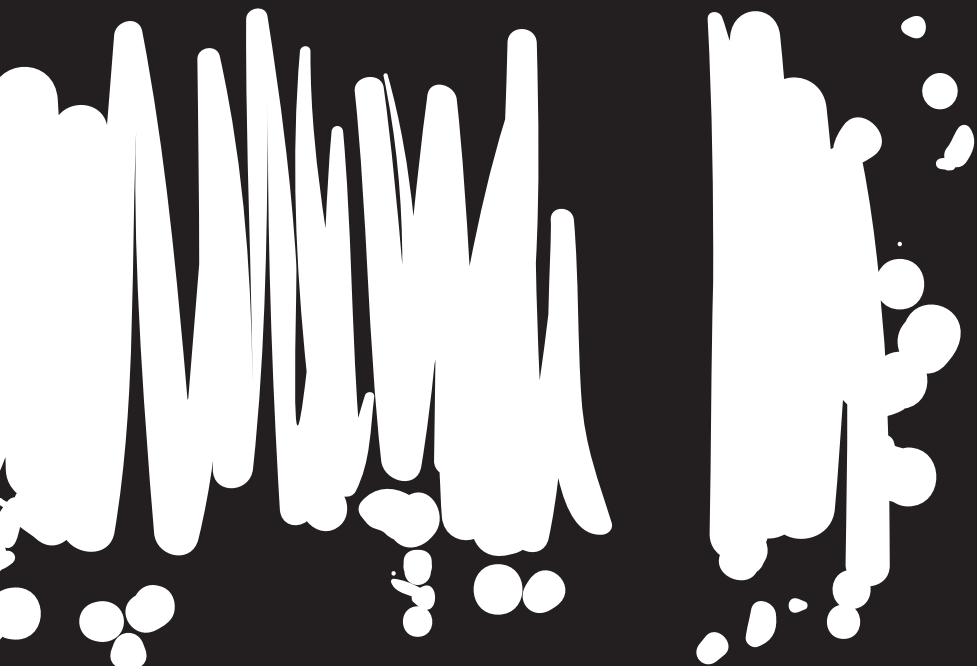
Nie dowiesz się, jeśli nie spróbujesz.

*A więc śmiało pisz, maluj, skreślaj i dopisuj.
I baw się tym procesem.*

AUTENT



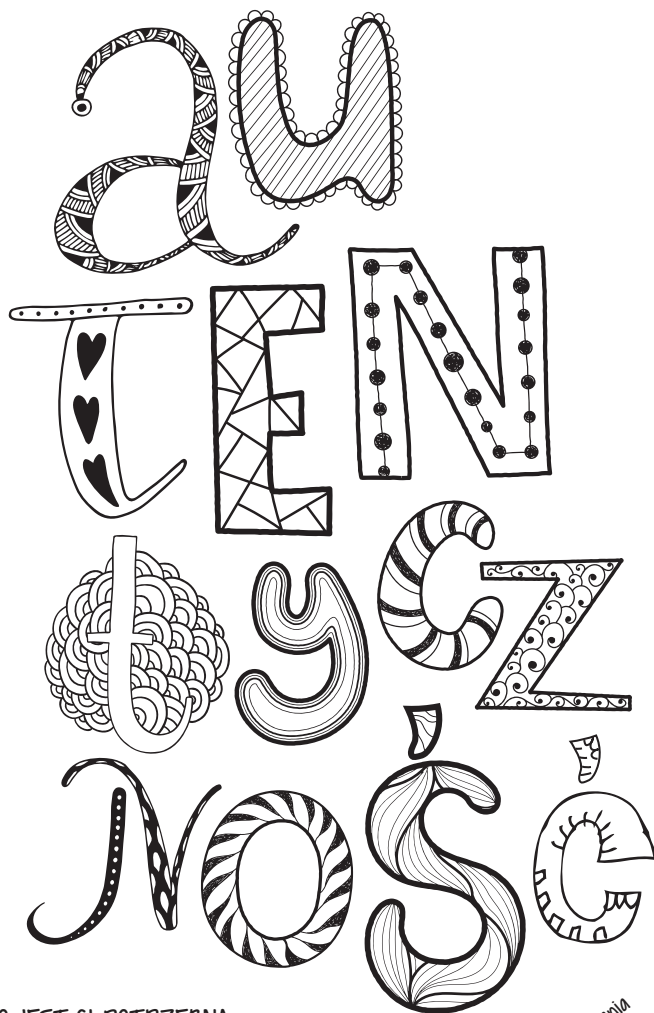
YCZⁿOŠĆ



alluu
alluu

Pokoloruj napis

Kolorując, pomyśl o tym, czym dla Ciebie jest autentyczność
jak ją tłumaczysz na swój własny użytek.



DO CZEGO JEST CI POTRZEBNA
AUTENTYCZNOŚĆ

- JAK KORZYSTASZ Z NIEJ W PRACY I W ŻYCIU?

Dopisz swoje przemyślenia
w postaci haseł, rysunków, mapki pamięci.

STWÓRZ SWÓJ OBRAZOWY MANIFEST

Stwórz kolaż (obrazkowy albo słowno-obrazkowy), który symbolizuje twoją markę osobistą, twoje podejście do tego, co robisz. Umieść na nim to, co jest ci bliskie.
Ponieważ ograniczenia dobrze wpływają na kreatywność, weź do ręki tylko jeden magazyn - przejrzyj go i wytnij obrazki (oraz słowa), które zwróciły twoją uwagę, które wydają się twoje.
Skomponuj i naklej swój kolaż na tej stronie. Potraktuj go jako wiadomość dla świata.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

”

Atakowani przez szybkie zmiany i bombardowani natłokiem informacji, nie jesteśmy w stanie przyswoić wszystkich danych. Podświadomie wychytujemy więc sygnały o tym, co prawdziwe. I do tego Igniemy. Wyczerpani sprzedawaniem siebie, stawianiem się w dobrym świetle i udawaniem, przestajemy drzeć o własny wizerunek. Odpuszczamy. Zwracamy się ku tym, którzy wydają się na tyle naturalni, by móc im ufać. I sami się tacy stajemy. Zdaniem socjologów robimy właśnie historyczny zwrot ku autentyczności.”

Dorota Mierzejewska-Floreani
Radary na prawdziwość
(„Zwierciadło” 2017, nr 5)

AUTENTYCZNOŚĆ JAKO TREND MARKETINGOWY CAŁY CZAS SIĘ ROZPOWSZECHNIA.

Pierwsze wydanie książki ukazało się w 2015 roku. Trafiała ona na listy marketingowych bestsellerów i wzbudziła zainteresowanie mediów. Ale przede wszystkim skłoniła setki osób do przyglądania się sobie, zadawania ważnych pytań i szukania własnej drogi do autentyczności — w biznesie i w życiu.

BUDOWANIE MARKI NA AUTENTYCZNYM PRZEKAZIE TO WCIAŻ REWOLUCJA W PODEJŚCIU DO BIZNESU!

Autentyczność w biznesie pozwala ci być sobą w tym, co robisz. Wyróżnia ciebie i twoje usługi. Sprawia, że twoja marka staje się nie do podrobienia. Dzięki temu możesz docierać do właściwych osób.

WYDANIE 2. ZOSTAŁO WZBOGACONE O 40 INSPIRUJĄCYCH ĆWICZEŃ!

Nowe ćwiczenia — w pięknej oprawie graficznej — zachęcają do przyglądania się sobie, poznawania i pokazywania siebie. Pomogą ci wydobyć na zewnątrz to, co jest w tobie najbardziej wartościowe i wyjątkowe. Zainspirują do łapania myśli w locie oraz twórczej zabawy.

Pracuj z książką! Notuj swoje pomysły, podkreślaj to, co chcesz zapamiętać, rysuj, bazgraj i pisz bez obaw. Dzięki temu twój egzemplarz będzie jedyny i niepowtarzalny — taki jak ty.

PATRONI MEDIALNI:



onpress



Księgarnia internetowa:
<http://onpress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gilwice
tel.: 32 230 98 63
onpress@onpress.pl

Sprawdź nasze szkolenia!



ebook dostępny wyłącznie na:

ebookpoint^{PL}

ISBN 978-83-283-4490-7



książkiklasybusiness

www.szkolenia.helion.pl

Cena: 44,90 zł