

如何建

立您的個人 人品牌



您就 是您自己的品牌

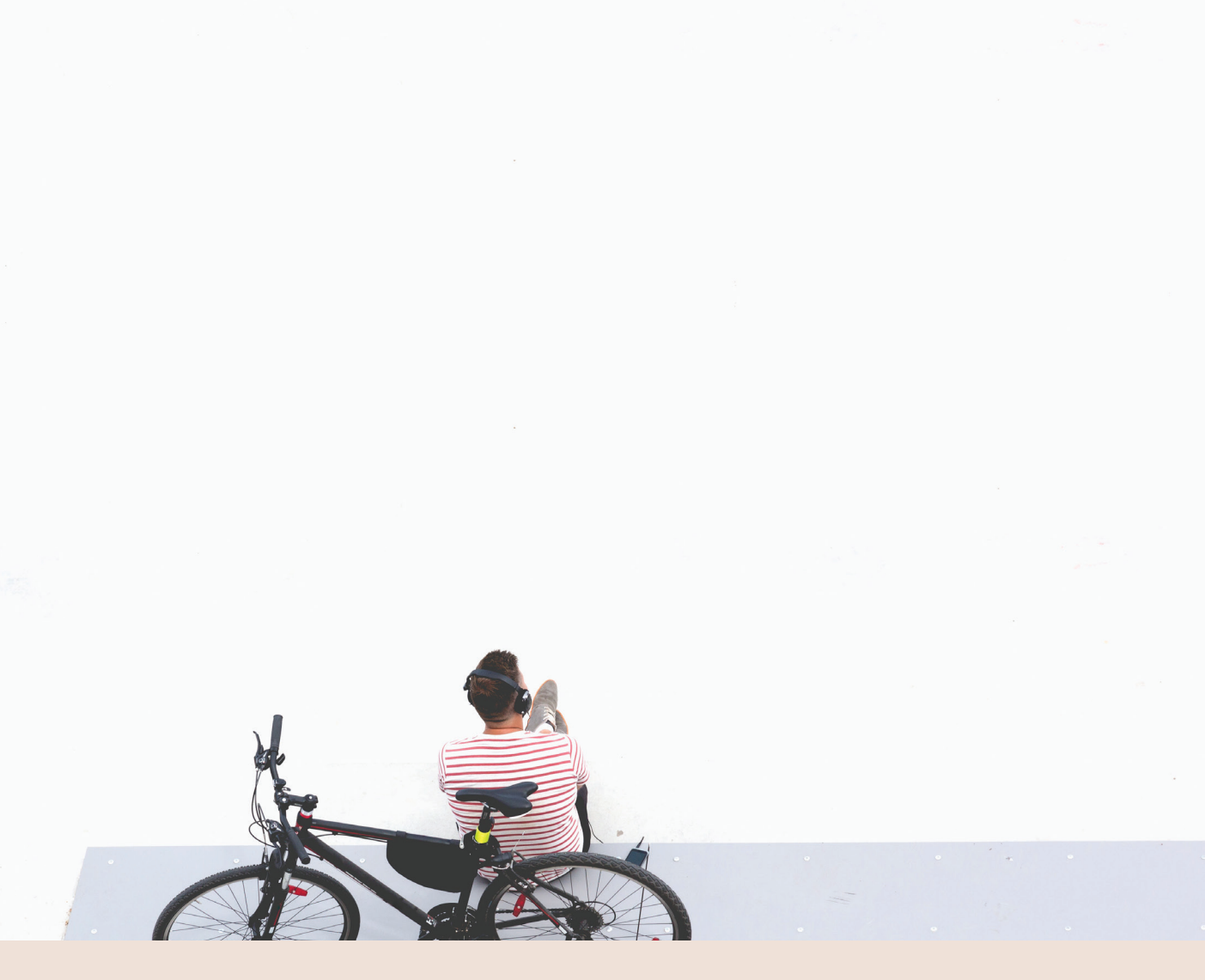
隨著社群媒體平台的發展，個人品牌推廣已成為與現代受眾群體聯繫的最重要管道之一，尤其是在您擴展USANA事業時。

什麼是個人品牌？

個人品牌是用來建立和促銷您和您的熱情。您的個人品牌就是您與眾不同的獨特之處。建立您的個人品牌可以幫助您脫穎而出，它突顯了您的使命，並向受眾展示您自己。

這是其他人通過與您建立個人或專業關係而經歷的連結。





自己當品牌

當您開始將自己想像成一個品牌時，很重要的是了解您是誰和您的價值、如何製作您的個人信息，以及如何在社群媒體上展示自己。本指南將教您建立個人品牌最重要的七個步驟。

1 定義 您的個人身份

定義您的個人身份是建立品牌的第一步，而且可以說是最重要的。您要確定您的個人價值。

個人價值觀可以幫助您找出原因—初衷，那是您做人處事的準則。它們能引導您的行為、思考過程和行動，並向其他人展示您最重視的事。沒有釐清您的價值觀，就不可能定義您的個人品牌，因為您的價值觀會推動您的品牌。

在本指南的最後，您會找到一個價值表。選擇您最能產生共鳴的前三個，以及您想要的個人品牌。



2 定義 定義您的品牌識別

與任何品牌一樣，具有一個定位或焦點是非常重要的，它可以讓您清楚地展示您的目標和使命。您的品牌支柱可以向您的觀眾展示您的明確目標，以及您與眾不同之處。當他們與您的目標一致時，他們會期待您提供有關該主題的信息和專業知識。

想想您最喜歡的品牌，構成這些品牌的一些支柱是什麼？這很可能是他們的目標很明確。

這些應該是您想讓人們了解您的東西。您關注健身嗎？或者您的使命是與人分享健康的食物和食譜？把這些清楚地告訴您的受眾。

如果您需要一些點子，請在本指南的最後一頁選擇三或四個與您的品牌產生共鳴的支柱。





3 製作 您的品牌聲明

您現在可能已經受到了鼓舞，但也有點惶恐。– 因為不僅需要創造，還需要牢記。那麼，您的品牌聲明就是要激勵別人，用一兩句話告訴人們- 您可以提供什麼。

您的個人品牌聲明 應回答三個問題：

- 1 您的目標群眾是哪些人？
這是您所針對的市場和/或人群。
- 2 您可以提供什麼價值？
這描述了您如何服務或幫助您的目標市場。
什麼讓您獨一無二？
- 3 這就是為什麼有人會在眾多的競爭者當中選擇了您。

4 訴說 您的個人故事

一旦您的受眾注意到您的品牌聲明，您就可以分享您的故事—您的「初衷」。人們會通過聽別人的故事與他人建立聯繫，而當您分享您的真實故事時，就會為別人創造與您建立更深層交流的機會。

您應該使用您的價值觀和熱忱來描述您的故事，以建立個人品牌。有效的故事沒有固定的長度；您可以經常分享一些短篇故事，偶爾分享較長的。

分享您的故事可以讓您的受眾感覺他們認識您。他們將會與您聯系，人們喜歡跟與自己有相似經歷的人建立牢固的聯繫。



5 選擇 配色

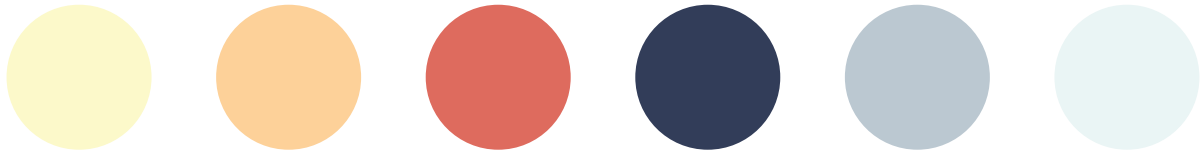
要建立一個獨特的品牌，突出的視覺效果是關鍵。建立一個配色可以幫助您表現出您的獨特品牌，並且很快被人辨認。基本上，配色就是以視覺展示品牌的方法

一個配色應該以4到5種顏色呈現您的品牌。選擇顏色和設計時應該考慮是否適合您的目標群體。

此外，您也可以創建一個展示板來增強您的品牌外觀與情感。發揮能激勵您的想像力，使用5到7個圖像在展示板上，讓它深植目標群眾的內心。選擇一些圖像就是了，無所謂好與不好，只要能激勵人心就可以。



NEUTRAL



COMPLEMENTARY



ANALOGOUS



PASTEL



VIBRANT

6 選擇 攝影風格

在上個步驟，您選擇並使用了一些能激勵您的圖像來推廣品牌。下一步就是將它在過程中生活化。

社群媒體有視覺效果，強大的品牌有明確的視覺特徵，使用照片而不需要文字即可強烈展示品牌。攝影是對事業和社群媒體的投資，可以使您的事業更上一層樓。

思考一下您最喜歡看的社群媒體內容。您喜歡的原因是什麼？您很可能是受到他們的強烈視覺呈現所吸引。

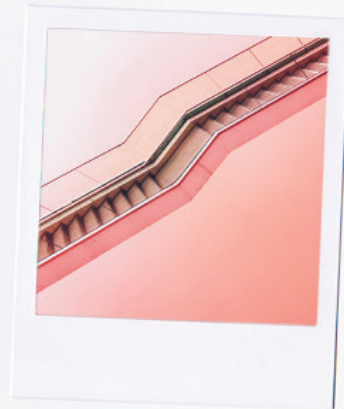
有很多攝影師專門幫助人創作社群媒體的內容圖片。搜尋一下您附近的專業攝影師，拍一些能吸引您目標群眾的美好照片，看看他們的攝影風格是否符合您的需要。找一位能夠長期合作而讓您能夠得以持續使用圖像打造品牌的攝影師。



OUTDOOR VINTAGE



URBAN COLOR



MINIMAL

7 選擇合適的平台

您有許多社群媒體平台可以選擇，包括臉書、Instagram、Pinterest、推特等等。如果想在數個平台出現，可能需要費一些心力。

在我們的 [社群媒體基本指南](#)，我們提供您不同平台的比較。如果您想要成功建立品牌，就必須有效使用一兩個平台。設計社群媒體的內容需要花一些時間，但關鍵是必須堅持下去。只要專注於一兩個平台，您就有成功的起步了。

內容設計規則

請記住，根據 USANA's 最新的社群媒體政策，現在容許呼籲群眾採取行動以及嵌入您個人網站的連結。您也可以在上面推廣您個人或公司的會議及活動、產品和事業。


[請查看](#) USANA 的直銷商社群媒體政策，以了解詳細信息。



完成 所有步驟

使用上述提示，並以適合您個人的方法來建立您的品牌。建立您個人的品牌就是著重於「個人」。找到適合自己的方法之後，就好好利用它，把它當作是一個很好的促銷或一支有效率的團隊。

建立個人品牌不是一蹴可幾的，而是對自己的投資。

A woman with long dark hair, wearing a grey sweater, a plaid shirt, and a grey backpack, is standing in front of a red brick wall. She is holding a smartphone up to take a photo of the wall. She is wearing black high-heeled boots and has her pants rolled up at the ankles.

建立您個人品 牌的七步驟

1

定義您的個人身份

2

定義您的品牌識別

3

製作您的品牌聲明

4

訴說您的個人故事

5

選擇一個配色

6

選擇攝影風格

7

選擇合適的平台

打造品 牌的核心價值

牌的核心價值

決心	家庭	獨創性	支持
可靠性	意義	想像力	榮譽
力量	熱忱	愛	靈敏度
謙遜	感恩	溝通	魄力
知識	勇氣	專注	成功
寧靜	喜樂	信任	效益
探索	忠誠	直率	決斷
透明度	學習	偉大	意識
決斷力	堅韌	玩興	平衡
活力	熟練	才華	堅忍
傳統	堅強	貢獻	樂觀
理解	幸福	結構	仁慈
禮貌	享受	感謝	嚴格
能力	創造力	和諧	同情心
經驗	平等	驅動力	
堅忍	一貫性	智慧	

支柱 特點

選擇三或四項適合您個人品牌的支柱。這樣可以展現您的目標和使命

- | | |
|----------|------|
| 保健 | 激勵 |
| 養生 | 結果導向 |
| 家庭 | 自力更生 |
| 自由 | 負責任 |
| 空閒時間 | 表現 |
| 企業精神 | 團隊合作 |
| 社區 | 領導 |
| 優質補充品 | 獨立 |
| 有科學根據的產品 | 產能 |
| 精英運動員 | 成功 |
| 信任 | 管理 |
| 自我賦能 | 業績 |
| 熱情 | 賦能 |
| 獨特的商機 | 成就 |
| 從零開始建立 | |



USANA.com

跟着我们

 /USANAHealthSciences

 @USANAinc

 @USANAinc

 /USANA

 whatsappUSANA.com