

# 퍼스널 브랜딩 캔버스

디자인 하고자 하는 나의 이미지:

작성인:

On:  Month  Day  Year

Iteration:  N°

## 나는 누구인가 (Identity)



무엇이 나를 특별하게 하는가?

- 외관적 특징과 스타일
- 성격
- 개인적 & 전문적 이력
- 문화, 교육, 관심사 및 열정
- 가치관, 목적과 비전

## 내가 (제공)하는 일 (Offering)



나의 청중이 가치 있게 보는 특징과 능력은?  
내가 제공하는 서비스와 제품 중 연관된 것은?

- 서비스 & 제품
- Hard 스킬 Soft 스킬
- 고객관계 형성 스타일

## 어떤 효익 (Key Benefits)



고객이 나를 통해 얻는 효익은 무엇인가?

- 기능적 (문제해결 and/or 욕구충족)
- 감정적 (상대가 느끼는 것)
- 자기표현 (이상형에 가까워 짐)
- 사회적 (연결되고 싶은 대상)

## 내가 되어야 하는 이유 (Positioning)



청중에게 어필 할 수 있는 내가 가진 경쟁적 차별화된 요소는 무엇인가? 나의 모습은 경쟁자 대비 청중의 마음속에 어떻게 자리 잡혀 있나?

- 신뢰할 수 있고 특출 한가?
- 고객의 니즈와 연관된 것인가?
- 명확한 효익을 제시하고 있는가?
- 프리미엄 가격에 대한 타당성과 합리적인가?
- 경쟁자의 고쳐지지 않는 약점의 보완책이 되는가?
- 경쟁자가 도용할 수 있는가?
- 고객이 가진 동인의 뒤 배경은 무엇인가?

## 나에 대해 알아야 하는 사람들 (Audience)



가치를 창조하는 대상은 누구인가?  
가장 중요한 고객 세그먼트는?  
고객에게 영향력을 행사하는 것은 무엇인가?  
브랜드 형성에 도움을 주는 이는 누구인가?

- 고객 세그먼트?
- 인플루언서
- 온라인 및 오프라인 커뮤니티
- 대중의 의견

## 내가 믿을 만한 이유 (Reasons to believe)



왜 나는 믿음만한 존재인가?

- 이력서 포트폴리오 및 경력기술서
- 자격증, 교육 수료증
- 사회공헌 활동에서 나의 역할
- 주요 이해관계자의 추천
- 고객관계 형성 스타일
- 전문영역에서의 역할 및 퍼블리싱
- 보유 특허 및 전문 리소스

## 나를 인지하게 되는 방식 (Communication)



나를 청중에게 어떻게 알릴 것인가? 청중에게 다가가는 채널은 무엇인가? 청중과 관계는 어떻게 형성하는가?

- 비주얼 및 표현적 아이덴티티 (로고, 태그 라인 등)
- 스토리텔링
- PR, 네트워킹
- 스폰서십 및 광고
- 연사 및 강의
- 디지털 마케팅

## 내가 필요한 것들 (Investments)

성공적인 브랜딩을 위해 어떤 파트너와 어떤 활동 및 자원에 투자를 해야하는가?

- 마케팅과 의사소통
- 물리적인 자원
- 공급자, 컨설턴트 및 파트너십
- 교육 및 트레이닝
- 특허



## 내가 얻게 되는 것들 (Results)



퍼스널 브랜딩을 통해 얻고 자하는 결과 또는 효익은 무엇인가?  
나는 어떻게 인식되고 있는가? 어떻게 인식되어지고 싶은가?  
나의 무슨 이야기들을 하고 있나? 나에 대하여 어떤 것을 이야기했으면 하는가?

카테고리:

- 가시도 (Visibility), 인지도, 알려지고 기억 될만한 정도
- 리더십, 존경, 이미지 그리고 평판
- 차별성, 인지 가치, 관여도
- 프리미엄 가격, 시장 점유율
- 로열티, 유지 그리고 열 성팬