# Õpetaja, kui oma kooli brändisaadik ja muutuste elluviija

signe Ventsel.

# Lugu Signest

- **Visioon** - #oleniseendaboss
- **Mida teen** - aitan inimestel ja meeskondadel eristuda
- **Minu unikaalsus** - #minupersoonibränd
- **Kes ma olen** - mitme kirega ettevõtja, aktiivne ja otsekohene
- **Kellele loon väärtust** - juhtidele ja meeskondadele, kes on uudishimulikud
- **Minu moto** - #mõtlentegutsedes

**Kust mind leiab:**
**Instagram:** @signeventsel @oleniseendaboss
**Linkedin:** www.linkedin.com/in/signe-ventsel
www.signeventsel.ee
**Kirjuta:** signe@signeventsel.ee

# Kirjutatud artiklid

Sina?

Sina kui hariduse populariseerija

Sina kui kooli brändi arendaja

Sina kui iseenda brändijuht

Sina + kool = Sinu visiooni elluviimine

**Persoonibränd = enesareng = eesmärkide saavutamine!**

# MIKS on bränding tähtis?

**Kooli bränd = juhi bränd + töötajate persoonibrändid**

**SINA KUI haridustöötaja**

Organisatsiooni ÄGEDUS on vaja väga **teadlikult** välja näidata!

**Tööandja bränding on parim viis võtmaks kontrolli organisatsiooni kuvandi üle!**

Siis saab olla kindel, et praegustele ja potentsiaalsetele töötajatele jõudvad sõnumid, mis annavad lubadusi, selgeid ootusi

ja

peegeldavad reaalset töötamise kujutluspilti.

# Õpetaja kui suunamudija ehk kooli brändisaadik

# KES ON TÖÖANDJA SAADIK?

**BRÄNDI SAADIK on - ... on organisatsioonis töötav isik,** kui tööandja, toote/teenuse brändi loomisele kaasa aitavat käitumist. Töötaja panus, et aidata organisatsiooni brändi tugevdamisele, see hõlmab käitumust nii tööl, kui ka positiivsete sõnumite levitamist väljaspool tööd (Smilansky 2009).

(Melián-González, Bulchand-Gidumal 2017).

# Brändisaadikute tüübid (Tomczak 2009)

1. **Rahulolevad kliendid/koostööpartnerid,** kes jagavad oma võrgustikus brändi väärtusi
2. **Organisatsiooni töötajad** (rollis saadik ja väljaspool rolli saadik)
3. **Brändisaadik kui värbaja** (pikem tööstaaž, paremad tulemus, rahulolu)

eestienergia • Following

Eelnevalt juhtis Liis Enefit Greeni kommunikatsiooni ning teadis igat käeliigutust taastuvenergia valdkonnas. Jaanuarist saadik on Liis aga asunud Eesti Energia tütarettevõtte Enefit Connecti kommunikatsiooni- ja turundusjuhiks.

Liisi kommentaari muutuse kohta saad lugeda meie storyst 😉

Kui tekib küsimus, mis või kes on Enefit Connect siis vastuse leiad meie bios olevalt lingilt.

#energyhero #energiakangelane #greenenergy

3w

75 likes

FEBRUARY 5

Add a comment... Post

Eesti Energia

**Kasutavad suunaviitasid:**

**#eneryhero**

**#energiakangelane**

**#energiarahvas**

# IRONMAN TALLINN saadikud

**IRONMAN Estonia**
February 8 at 8:43 PM ·

👇Triatloniakadeemia blogi alustab👇

Raudne naine Luisa Rõivas kirjeldab 2021. aasta IRONMAN 70.3 Tallinna võistluskogemust kui esinemist suurel festivalil. Ta sõnas, et see on kirjeldamatu tunne rajal – suur toetus ja kaasaelamine nii pealtvaatajate kui korraldustiimi poolt.

"Mina olen taas treeninglainel ja 7. augustil ka IRONMAN 70.3 Tallinna stardijoonel. Tule ka ja ma luban, et sinu enesekindlus ja teadmine, et oled nüüd kõigeks valmis kasvab 100%."... **See more**

TRIATLONIAKADEEMIA.EE
**Mõtteid IRONMAN 70.3 teekonnast - Luisa Värk**
Aeg on alustada taas treenimist, sest kes tahab augustis IRONMAN 70.3le min...

Nelli Nilson, Raivo E. Tamm and 335 others  11 Comments 5 Shares

# Brändisaadik haridusvaldkonnas

I AM A
BRAND

# ÕPETAJA persoonibränd - miks see üldse vajalik on?

# Michelle Obama tsitaat:

*“Kui sa ei lähe ja ei määratle ennast ise, siis määratlevad sind kiiresti ja ebatäpselt teised.”*

# Miks vaid vähesed julgevad?

- Hirmud
- Pole aega
- Ei nähta kohest kasu
- Teadmatus
- Segane minapilt
- Järjepidevuse puudus
- Valed arusaamad

# Tugeva persoonibrändi boonused

- Karjääriredelil liikumine
- Klientide rohkus ja valikuvõimalus
- Partnerlus ja koostöövõimalused
- Käive
- Esinemised
- Tuntus valdkonna eksperdina
- Kasumlikkus
- Usaldusväärsus

- **EESTI JUHTIDE persoonibrändi uuring**
- september 2020
- 101 juhti

## Juhi persoonibrändi arendamisest sõltub:

101 responses

# Uuringus kõige enim mainitud juht on Mihkel Tammo

*“Kui tunnen, et mõni teema on oluline või midagi võiks teisiti olla, siis ma ütlen selle alati välja. Ning tugev persoonibränd võimaldab mul nendes valdkondades luua muutusi, ilma persoonibrändita oleks see kindlasti raskem,” sõnas oma persoonibrändi kirjeldades **Mihkel Tammo** ning lisas, et tema jaoks on erinevad sotsiaalmeediakanalid strateegilised tööriistad ning nendes tuleb olla sama autentne kui ka päriselus.*

**Mihkli arvates sellise teema avamine Eesti ühiskonnas laiemalt on samm edasi parema juhtimiskultuuri poole ka. Tugeva ja teadlikult juhitud persoonibrändiga juht on oma sõnade ja tegevuse eest vastutav juht.**

# Mõned definitsioonid ka ...

**Goffmani** enesepresentatsiooni teooria järgi on enesepresentatsioon teistele inimestele endast pildi loomine käitumisvalikute läbi, mis on lahutamatu osa inimese identiteedist.

**Hines järgi** on persoonibränd on teadmine, **kes sa oled, mida sa hästi teha oskad ning selle info teistele edastamine.**

**Montoya** ütleb, et persoonibränd on nagu **muusikateos**, mis on paberil kirjas, teos võib olla lõpetatud, kuid see ei ole täielikult ellu viidud ennem, kui see jõuab publiku kõrvadesse läbi esitluse.

**Friedmani** järgi on persoonibränd midagi, mida sa aktiivselt haldad **online, offline enda organisatsioonis, tegevusharus ja sotsiaalmeedias.**

# Õpetaja Laur

Logo

Nimi

Lugu

“Hääletoon” ja pildikeel

Õpetaja Laur

Visuaalne identiteet

Kaubamärk

# Millest koosneb persoonibränd?

# KAKS olulist KÜSIMUST:

KUIDAS SA TAHAD, ET SIND TUNTAKSE?

KUIDAS SA TEAD, ET SA OLED KOHALE JÕUDNUD?

**Mis on sinu persoonibrändi arendamise eesmärk?**

# PERSOONIBRÄNDI - 1 fookus

- Kes sa oled?
- Sinu hoiak, iseloom, isiksus, sinu huvid?
- Väärtused?

# PERSOONIBRÄNDI - 2 fookus

- Mida Sa oskad?
- Sinu oskused ja teadmised,
- kogemused, spetsialiseerumine? Talent?
- Sinu tugevused?

Kõikidel on see “miski” olemas!

# PERSOONIBRÄNDI - 3 fookus

- Kellele selle suunad - sihtrühm?
- Kliendid, koostööpartnerid?
- Mida turul vajatakse ja otsitakse?
- Milline on sinu väärtuspakkumine?

# Mis on Sinu väärtuspakkumine? Sõnasta!

***Väärtuspakkumine tähendab:***

- *eelkõige oma pakkumise näitamist ülekaalukalt paremana ja/või erinevamana konkurentide*
- *pakkumistest.*

*sinu pakkumise unikaalsus, sinu eelis(t)e tuum, mida sa saad sõnastada paljudel eri viisidel.*

# PERSOONIBRÄNDI - 4 fookus

- Mainekujundus, eneseturundus.
- Milline on sinu kommunikatsiooniplaan, turundusplaan?
- Kuidas sinust teada saadakse?
- Võrgustiku loomine, suhtlemine, nähtavuse tagamine.

# Eneseturunduslikud tegevused on ...

….portfoolio, koduleht, **lugude rääkimine**, **liftikõne, blogi**, **sotsiaalmeedia**, **avalik esinemine**, heade esitluste läbiviimine, vabatahtlik töö, visiitkaart, **pildid**, flaierid, tutvustusmaterjalid, Webinarid, videod, **suhtlusvõrgustiku loomine** jms.

# MIDA siis teha?

EVERYONE
HAS A
STORY

# Mis on Sinu miks? Mis on Sinu lugu?

## The Golden Circle

Simon Sinek discusses the principal behind every successful person and business. A simple but powerful model for how leaders inspire action, starting with a "Golden Circle" and the question "Why? "

"First why and then trust."
*- Simon Sinek*

**What**
Every organization on the planet knows WHAT they do. These are products they sell or the services they offer.

**How**
Some organizations know HOW they do it. These are the things that make them special or set them apart from their competition.

**Why**
Very few organizations know WHY they do what they do. WHY is not about making money. That's a result. It's a purpose, cause or belief. It's the very reason your organization exists.

Infographic published by Neil Beyersdorf
linkedin.com/in/neilbeyersdorf

© 2013 Simon Sinek, Inc.

# Sotsiaalmeedia ja persoonibränd

- Annab nimele näo ja hääle, et sind kuuldaks
- Võimalus kanalid ise valida
- Aitab luua paremaid suhteid
- Aitab võrgustuda
- Aitab leida brändisaadikud äri arendamiseks
- Võimalus rääkida ise lugusid
- Võimalus olla läbipaistev
- Võimalus tegevuste ajalugu nähtavana hoida
- Kontaktipagasi laiendamine

**NB! Miks sa kasutad sotsiaalmeediat?**

*“Keegi ei hakka sind jälgima,*

*kui sa ise ka ei tea, millises suunas sa liigud!”*

Jack Trout

# Kes Sa oled sotsiaalmeedias?

# Sinu põhimõtted sotsiaalmeedias

- Autentsus - online ja offline tasakaal
- Oluline on, et juhi eripära ja kirg ka välja tuleks
- Julgeda avaldada ka negatiivseid postitusi, tuues tagamaa välja
- Avalik kanal (ükskõik millised on privaatsussätted)
- Pane paika max 1-2 kanalit
- Väärtused nähtavaks - kaasa ja tegutse läbi väärtuste
- Paku väärt soovitusi või nõuandeid
- Nalja võib ka visata, kui see on teemakohane või õpetlik
- Tunnusta ja too esile oma silmapaistvamaid valdkonna tegijaid
- Igat postitust alusta huvi tekitava pealkirjaga
- **ALATI PILT**

# Pildid

# Kokkuvõtvalt siis…

**Persoonibrändi arendamine ja tööandja saadikuks kujunetakse läbi tegevuste - katsetad, õpid ennast tundma, arutad kolleegiga, astud julgemaid samme läbi, saad uusi kogemusi ja disainid oma tööelu.**

# AITÄH KUULAMAST!
# Küsimused?

**Kirjuta:** signe@signeventsel.ee
**Vaata blogi:** https://signeventsel.ee/blogi/

**Kust mind leiab:**
**Instagram:** @signeventsel @oleniseendaboss
**Linkedin:** www.linkedin.com/in/signe-ventsel