



JAK BÝT V TOP 10



**OSOBNÍ ZNAČKU
BUDUJETE
KAŽDOU VTEŘINOU.**

**“Osobní značka je to,
co si o vás lidé říkají,
když nejste v místnosti.”**

Jeff Bezos

**“Značka je to, co vám
zůstane, když vám shoří
továrna.”**

David Ogilvy

Osobní značka je zhmotnění existujících osobnostní rysů a nastavení komunikace tak, abychom dokázali ŘÍDIT svoji pověst. Ukazujeme to, co chceme, aby si o nás ostatní lidé mysleli.















JAK VNÍMÁTE ZNAČKU

TOMÁŠ KUČERA?

TOMÁŠ RUSŇÁK?



Tajemství osobní značky

24^{HD}

Tajemství osobní značky



A photograph of a man with a beard, wearing a dark blue jacket, holding a young child. The child is wearing a bright orange puffer jacket and a blue beanie. Both are laughing and looking at each other. The background is a blurred park with trees and a path. The text 'Tajemství osobní značky' is overlaid in the bottom left corner.

Tajemství osobní značky

A bride and groom are shown in a close-up, smiling as they cut a multi-layered wedding cake. The groom is wearing a white shirt, a blue vest, and a white bow tie. The bride is wearing a white lace dress. The cake is decorated with white frosting, pink flowers, and greenery. In the background, there is a building with a red-tiled roof and other guests in formal attire. The scene is set outdoors during the day.

Tajemství osobní značky

Tajemství osobní značky

STŘEDA
6:46

Tomáš Kučera
realitní expert



Tajemství osobní značky

**RE-START
MAKLÉŘE**
KNIHA
PRO MAKLÉŘE,
KTERÍ CHTĚJÍ
RE-STARTOVAT
SVŮJ BYZNYS!



Tajemství osobní značky

Frekvence

1

TO NEJLEPŠÍ
Z MUZIKY

www.frekvence1.cz

1
Frekvence

A man in a blue suit and light-colored trousers stands on a stage, holding a tablet and addressing a large audience seated at round tables in a conference hall. The room has a high, vaulted ceiling with a grid of lights. The audience is diverse and attentive. In the foreground, a small clock and a power strip are visible on the floor.

Tajemství osobní značky



Tajemství osobní značky

**PROČ BUDOVAT
OSOBNÍ
ZNAČKU?**

- získáváte důvěryhodnost, autoritu a respekt
- dostáváte do médií a na akce či konference
- vytváříte si síť kontaktů, na které se pak můžete obrátit
- dostáváte se k zajímavějším lidem a zakázkám
- roste vaše hodnota = TOP 10
- **vyděláváte více peněz**

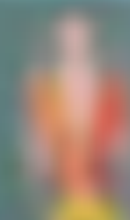




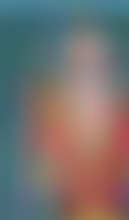
UEFA EURO 2020



BUDAPEST



UEFA EURO 2020



BUDAPEST

**10 TIPŮ
K BUDOVÁNÍ
SILNÉ OSOBNÍ
ZNAČKY**

KOMUNIKUJI
FORMOU,
KTERÁ MI SEDÍ

1

- **Audio** (podcast, audiokniha, rozhovory)
- **Video** (YouTube kanál, videotypy, webináře, Vlog, Reels, Shorts, TikTok)
- **Texty** (blog, newsletter, příspěvky na síti)

Vyberte si formát, který je pro vás nejvíce přirozený, kde se cítíte dobře a komfortně, kde máte sebevědomí.



Tone of voice

Tone of voice je způsob, jakým vaše značka komunikuje s lidmi. Pomáhá definovat styl, osobnost a náladu vaší značky a určuje, jakým způsobem budou vaše zprávy a komunikace vnímány.

Zamyslete se nad tím, jaké slovní spojení, výrazy a tón komunikace nejlépe odpovídají vaší značce a ideálním klientům. Cílem je vytvořit konzistentní a příjemnou zkušenost pro klienty a vytvořit pevný vztah a loajalitu s publikem.



Využijte svou osobnost na maximum!

- Nikoho nekopírujte, nebude vám to fungovat
- Najděte si **vlastní jedinečnou cestu**
- Využijte potenciál vaší osobnosti na maximum
- Komunikujte pokud možno **slušně**
 - Někdy je to těžké, sám občas ulítnu
 - Dobré je umět uznat chybu, klidně veřejně

**“Zvedni zadek,
rozum se přidá.”**

Tomáš Kučera

KOMUNIKOVAT
K CÍLOVÉ
SKUPINĚ

2

**“Marketing je boj o
pozornost a emoce
těch správných lidí.”**

Filip Kahoun

CÍLOVÁ SKUPINA



"MUSÍTE VĚDĚT, PRO KOHO TEN BYZNYS DĚLÁTE"

DLOUHODOBĚ
BUDUJTE
DŮVĚRU

3

Bud'te autentiční a upřímni

- nechejte nahlídnout pod pokličku vaší osobnosti
- chtějí o vás něco vědět, než vám svěří do rukou jednu z největších událostí v jejich životě
- bud'te sami sebou, na nic si nehrajte, nikoho nekopírujte

Bud'te konzistentní

- V komunikaci, ve vizuálech, v obsahu
- **snažte se být dobře zapamatovatelní**
- **TIP:** velmi úspěšná akce - "nacpat" všude můj obličej - na začátku mi to bylo velmi nepříjemné, ale dnes mě díky tomu na nejrůznějších akcích lidé poznávají

Bud'te transparentní

- Komunikujte maximálně otevřeně (veřejně i na schůzkách)
- **nikdy nelžete, vždy přiznejte, když se něco nepovede**
- Nebojte se říct, že něco nevíte nebo neumíte

Ukažte odbornost

- Ukažte lidem, že máte profesní kvality
- Lidé musí mít pocit, že jsou u vás v bezpečí
- Musí chápat, že uděláte naprosté maximum pro dosažení **JEJICH** cíle, ne vašeho (výdělku)

**TVOŘTE
HODNOTNÝ
OBSAH**

4

Příspěvek zveřejnil(a) **Tomáš Rusňák** • 8 měs.



Dneska mě Robin (syn, jsou mu čerstvě 4 roky) úplně "rozsekal".

Nastoupíme do auta, připoutám ho do sedačky a vyraz ... zobrazit více

3 263

133 komentářů

▲ **159 762**
zobrazení reklamy

Příspěvek zveřejnil(a) **Tomáš Rusňák** • 11 měs.



Sice nás to čeká až za 2 roky, ale už teď se o tom s **Bc. Martina Rusňáková Korejčková, DiS.** bavíme.

...

... zobrazit více

141

198 komentářů

▲ **36 585**
zobrazení reklamy

Příspěvek zveřejnil(a) **Tomáš Rusňák** • 8 měs.



FAKT TO NECHÁPU!

Nechápu, jak můžou někteří lidé s klidným svědomím r ... zobrazit více

214

113 komentářů

▲ **26 363**
zobrazení reklamy

NEBERTE SE

TAK MOC

VÁŽNĚ

5



Tomáš Rusňák

Hypoteční specialista |
tvůrce HYPOTÉCAST |
hypotéky za 1,4 miliardy Kč
| TAURUM finance | Realitní
fórum | #hypoinfluencer |
tomasrusnak.cz

Sledující uživatelé **6 794**

Koncepty **3**

Mluví o #finance, #podcast,
#hypotéka, #nemovitosti a
#hypotécast



Tomáš Rusňák · Vy

Hypoteční specialista | tvůrce HYPOTÉCAST | hypotéky za 1,4 ...
21 hod. · Upraveno ·

Umělá inteligence **#Midjourney** mi pomohla s grafikou.
#chatGPT mi upravil text

...zobrazit více



Jan Sušánka, EFP a 53 dalších

11 komentářů

Předvolby pro reklamu

Obchodní služby

Stáhněte si aplikaci Link

LinkedIn LinkedIn Corpor



TOMÁŠ RUSŇÁK

HYPOTÉČNÍ SPECIALISTA

HYPO

STA

TAURUM

FINANCE

REALITNÍ

FÓRUM

#hypoinfluencer

tomasrusnak.cz

Tomáš Rusňák

👉 Hypoteční specialista |
tvůrce HYPOTÉCAST |
hypotéky za 1,4 miliardy Kč
| TAURUM finance | Realitní
fórum | #hypoinfluencer |
tomasrusnak.cz

Sledující uživatelé 6 794

Koncepty 3

Mluví o #finance, #podcast,
#hypotéka, #nemovitosti a
#hypotécast



Tomáš Rusňák · Vy

👉 Hypoteční specialista | tvůrce HYPOTÉCAST | hypotéky za 1,4 ...

3 týdny · 🌐

V Čechách se úspěch moc neodpouští.

Když se někdo veřejně pochvává, je většinou za arogantního ...zobrazit více

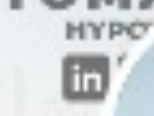


👍👎🗨️ Veronika Kalátová, MBA, EFA a 123 dalších

61 komentářů



TOMÁŠ RUSŇÁK



Tomáš Rusňák

👉 Hypoteční specialista |
tvůrce HYPOTÉCAST |
hypotéky za 1,4 miliardy Kč
| TAURUM finance | Realitní
fórum | #hypoinfluencer |
tomasrusnak.cz

Sledující uživatelé **6 794**

Koncepty **3**

Mluví o #finance, #podcast,
#hypotéka, #nemovitosti a
#hypotécast



Tomáš Rusňák · Vy



👉 Hypoteční specialista | tvůrce HYPOTÉCAST | hypotéky za 1,4 ...

1 týden · Upraveno · 🌐

🚫 Tento příspěvek nemá skoro žádnou přidanou hodnotu! Proto byste ho měli dočíst až do konce. Ve čtení pokračujte pouze na vlastní odpovědnost. Vystavujete se riziku prudkých a nekontrolo' ...zobrazit více

FINANČNĚ-PORADENSKÝ BIZÁR



Michal Kuzněcov a 107 dalších

48 komentářů



Líbí se



Komentář



Přesdílet



Odeslat

9 640 zobrazení

[Zobrazit statistiky](#)





ANKETA

aneb prosba na vládu ČR:
prosíme umožněte pracovat kadeřnicím.

A) Souhlas = like

B) Chci háro = žádný like



Tomáš Kučera
1. dubna 2020 · 🌐


Upravit

👍👎 90

41 🗨️

👍 To se mi líbí 🗨️ Okomentovat 🗑️ Sdílet


Zobrazit 28 předchozích komentářů Nejrelevantnější

 Pavla Asaad
Náhodou, Tome, třisku gelu na konečky a je absolutně stylové...
Mně se to teda líbí moc... 🥰


To se mi líbí · Odpovědět · 3 r

 Martin Strečok
Fešák


To se mi líbí · Odpovědět · 3 r

 Dana Videnská
Chybí mi kadeřnice, kosmetička,
nové nehty.... 😞😞😞

To se mi líbí · Odpovědět · 3 r

 Romana Kolářová
Opravdu dobrý 👍

To se mi líbí · Odpovědět · 3 r

 Veroni Ymanni Siri



Napište komentář...



**NEŘEŠTĚ, CO
SI O VÁS
DRUZÍ MYSLÍ**

6



“Pokud si 50 % lidí bude myslet, že jsem debil, tak to znamená, že 50 % si to myslet nebude. A to je skupina, která mě zajímá.”

Tomáš Rusňák

CO
NÁM
FUNGUJE

7

- Být aktivní
- Investovat do toho čas a později i peníze
- Snažím se být vtipný, zapojovat se do diskuzí, odpovídat na všechny komentáře a zprávy
- Budování sítě, komunity a „fanoušků“
- Tvořit zajímavý obsah a sdílet své názory a myšlenky
 - Pokud si na tvorbu obsahu zatím nevěříte, tak zajímavý obsah alespoň sdílejte
 - Přidejte k tomu svůj komentář, svůj pohled na věc
 - Hospodářské noviny, E15, ekonom, novinky.cz, seznamzpravy.cz atd., nebo obsah, kteří tvoří zajímaví a úspěšní lidé ve vašem oboru
- Být trpělivý, netlačit na pilu, „neprodávat“ v příspěvcích ani ve zprávách

CO
NÁM

NEFUNGUJE

88

- **Prodej rovnou, aniž bychom se znali nebo projevil jakýkoliv zájem**
 - Je jedno, jestli osobně nebo online
- **Neosobní zprávy / automatické zprávy**
 - Vyzkoušeno na LinkedInu – bez úspěchu
 - Ani se nedivím, mě osobně to také otravuje, když mi podobná zpráva přijde
- **Cold calling ve stylu call center**
 - Tohle jsem si vyzkoušel kdysi dávno a úspěšnost byla malá
 - = otrávenost – nebavilo mě to

JAK

KOMUNIKOVAT

KE KLIENTŮM

9

- Je dobré držet **jednotný komunikační tón**
- **Jednotný grafický vizuál**
 - Člověk je pak lépe zapamatovatelný
 - Tady nejsem dobrým příkladem, vizuální identitu nemám vůbec jednotnou
- Komunikace **edukativního typu**, žádný prodej a reklamy
- Ukazujte svou **přidanou hodnotu**, v čem je vaše **služba jedinečná / jiná = USP**
- **Používejte příběhy a díky nim ukazujte, jak můžete ostatním pomoci**
- **Vyjadřujte své názory a nebojte se za ně postavit**

**SLEDUJTE
ÚSPĚŠNÉ LIDI
KOLEM SEBE**

10

ZÁVĚR

A photograph of two men standing on a paved road that stretches into the distance under a cloudy sky. The man on the left has a disproportionately large head, wears glasses, and a teal suit. The man on the right has a smaller head, a beard, and a black t-shirt. The text 'Máte z toho VELKOU hlavu?' is overlaid at the bottom.

Máte z toho VELKOU hlavu?

Máte z toho VELKOU hlavu?

Tak postupně:

- REVIZE stávajícího – co kde a jak komunikuju?
- GRAFIKA – mám to ucelené, nebo „každá ves, jiný pes“?
- SJEDNOCENÍ – co si srovnám „do latě“?
- 1 až 3 KOMUNIKAČNÍ linky aneb co „budu tlačit“
- VYTRVEJTE – pravidelně a dlouho

DISKUSE

Napište do chatu:

V čem jste silní?

Co je typické pro vaši značku?

O co se můžete „opřít“?

