

# 퍼스널커리어디자인으로 ‘나’를 브랜딩하라!

Personal Career Design

더마니에듀 박숙희

# 뷰카시대(VUCA)

---

변동성(Volatile),  
불확실성(Uncertainty),  
복잡함(Complexity),  
모호성(Ambiguity)을 말하는 단어

알파고 등장, 4차산업혁명시대, 코로나 시대 등  
혼란스럽고 예측하기 어려운 시대를 일컫는 신조어!

세계동향 및 기업경영에서 자주 언급되는 용어임



# 지식 콘텐츠 시장

---

1. 1~2만불 이상의 시대가 도래!
2. 일반인과 최고 전문가 사이의 갭(GAP)이 너무 커서  
준 전문가에게 지식을 배우고자 하는 수요가 많아짐
3. 누구에게나 기회가 열려있다.
4. 1인 미디어 시장이 급성장: 개인 콘텐츠 기획 제작 유튜브, 블로그 등의  
SNS 소통이 이루어짐



이미지 출처: 네이버

# 퍼스널커리어디자인 (Personal Career Design)

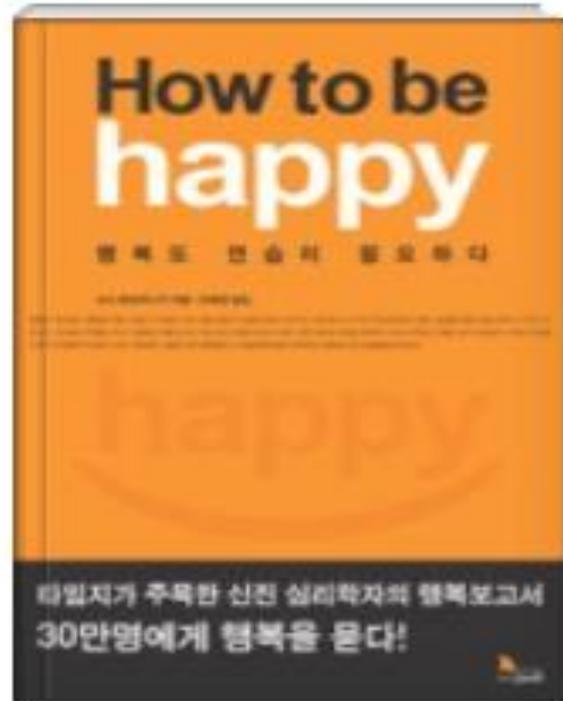
## 개인경력설계!

개인의 직업, 직무, 지식, 경험, 전문성  
일의 수행능력을 바탕으로  
또 다른 목적으로 계획을 세우는 것

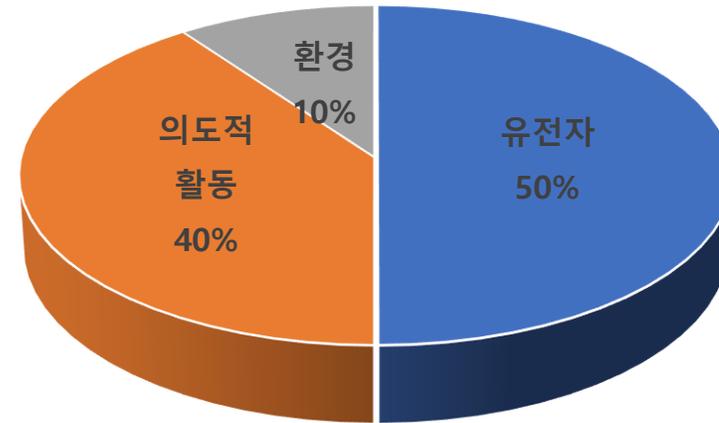


**Why?**

# 행복하기 위한 조건



Lyubomirsky(2005)  
How to be happy



- 의미 있는 새로운 것을 경험하라
- 지속적으로 배움을 경험하라
- 긍정적으로 생각하라
- 좋은 것을 실천하라

# 생애설계란?

---

성공적인 삶을 살기 위해 인생 사명을 확립하고  
생애 각 주기마다 사명 완수를 위한 목표를 설정하고  
목표 달성을 위한 실천 행동을 구체적으로 계획하는 것

生

# 100세 시대 평생현역으로 살아가기

---



1. 변화관리
2. 경력관리
3. 건강관리
4. 네트워크 관리

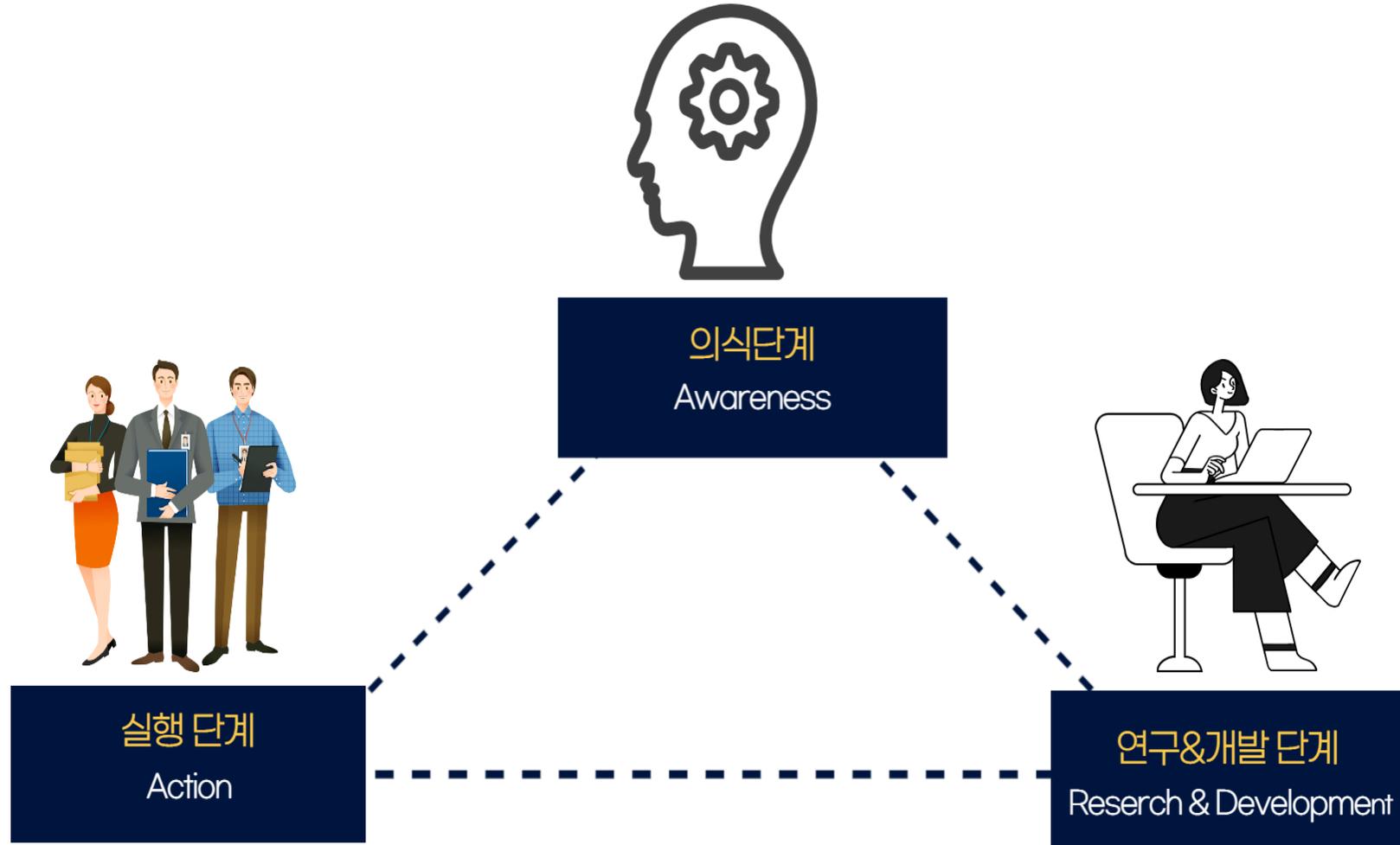
# PCD(개인경력설계) 시스템

---

1. 의식 단계 (**A**wareness): 자기탐색
2. 연구 & 개발 단계(**R**eserch & **D**evelopment)
3. 실행 단계 (**A**ction)

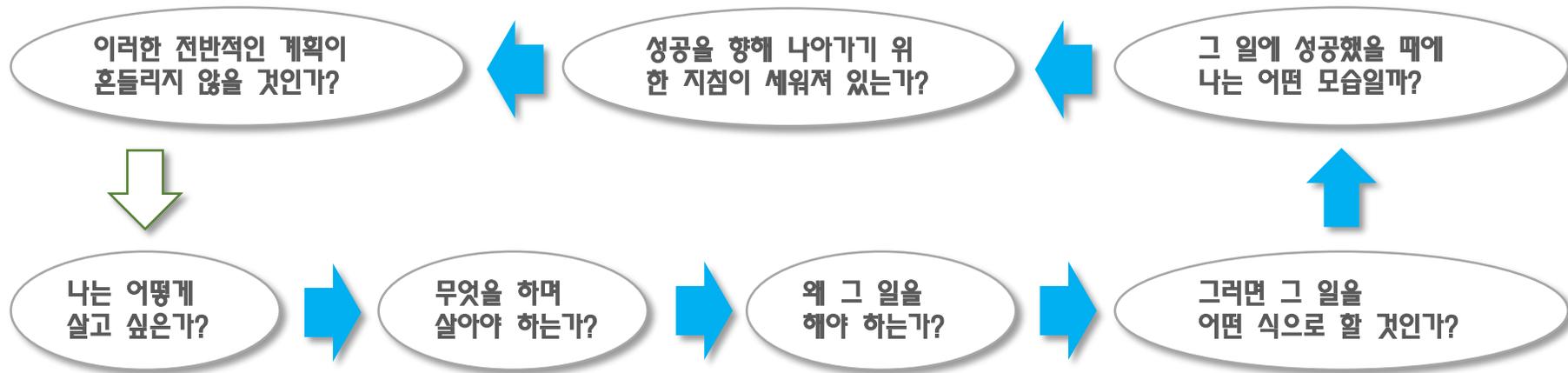
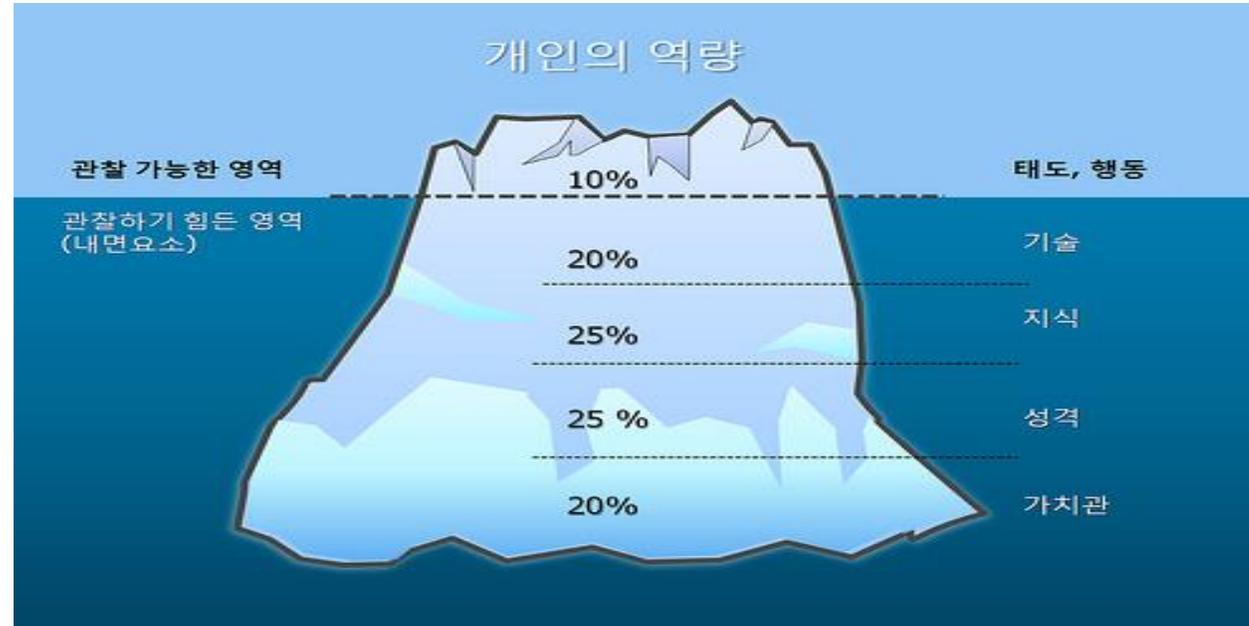
**아라다 (ARDA) 과정**

# 아라다 (ARDA) 트라이앵글



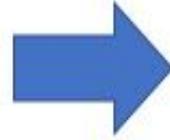


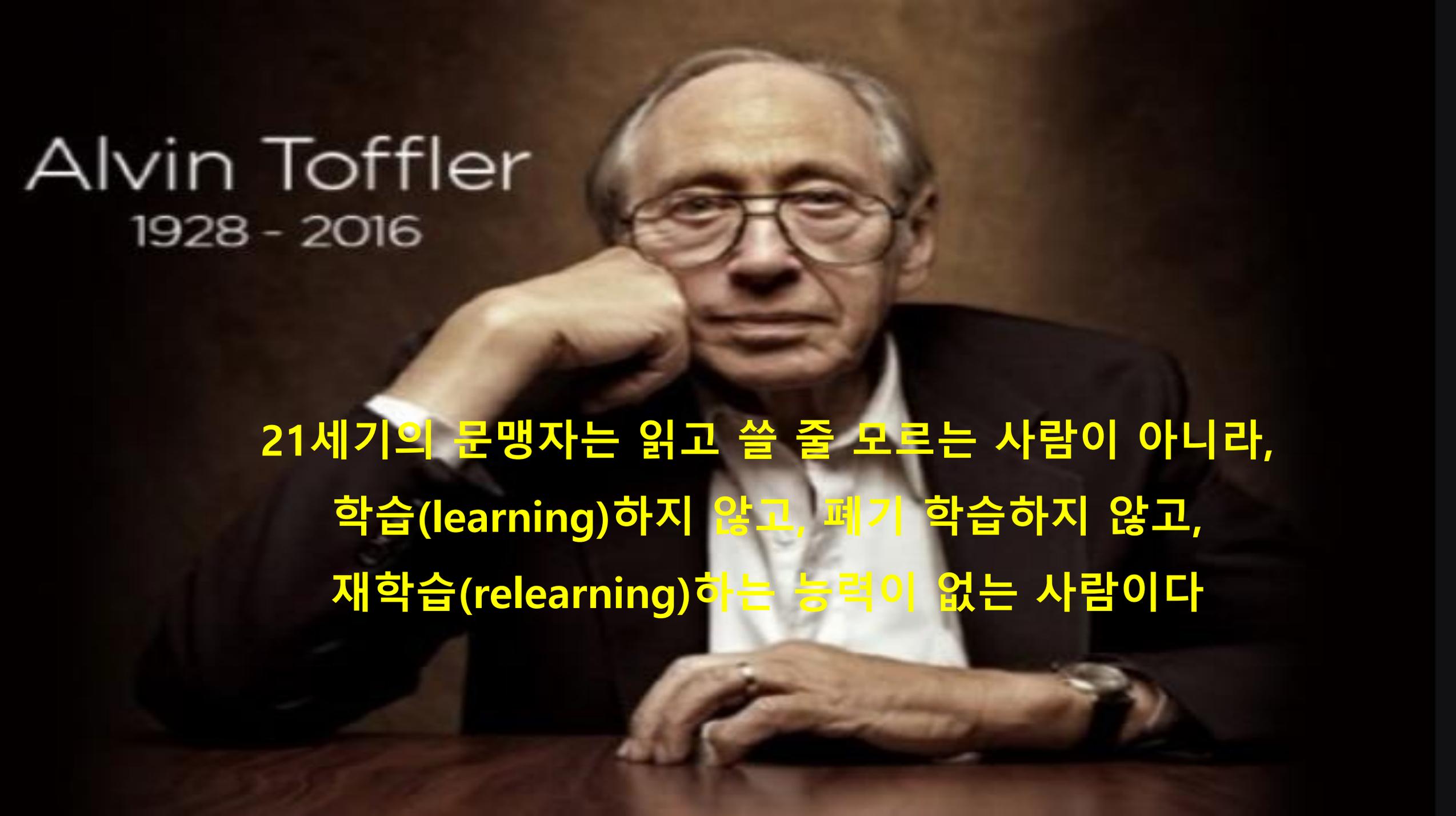
# 자신의 패러다임 분석하기



# 장점과 강점의 차이점

---



A portrait of Alvin Toffler, an elderly man with glasses, resting his chin on his hand. He is wearing a dark suit jacket over a white shirt. The background is a dark, textured wall.

Alvin Toffler

1928 - 2016

21세기의 문맹자는 읽고 쓸 줄 모르는 사람이 아니라,  
학습(learning)하지 않고, 폐기 학습하지 않고,  
재학습(relearning)하는 능력이 없는 사람이다

# '어떤 사람'?

## 이라고 정의 된다는 것은?

개인적 본질 + 직업적 본질 뒤섞여  
오랫동안 일관되게 나타나는 '어떠한 이미지' 로 완성!



## 21년 예술가의 전성 주기 그래프

---

자신의 직업(비즈니스)는  
전성기 주기 그래프 중  
어디에 해당되는



# 브랜드(BRAND)란?

---

노르웨이의 Baradr + 고대영어 Brinnan  
'불로 지지다' '불타는 나무' 를 의미

고대 유럽에서 소, 말 등의 가축에 불로 달구어  
상징을 표시한 쇠붙이를 달아 놓음  
소유물이 분실, 타인에게 점유 되었을 경우  
그 '쇠붙이' 는 자신의 소유임을 증명하는 수단

**즉, 소유권을 뜻하는 개념이 브랜드임!!**

# 브랜드란?

브랜드 = 제품+의미(가치)  
브랜드 의미(가치)는  
기업이 말하는 무엇인가가 아니라  
**소비자,고객이**  
**인식하는 그 어떤 것!**



이미지 출처: 픽사베이

기업의 **생산현장**에서 만들어지는 것 '**제품**'

기업의 **고객접점**에서 만들어지는 것 '**서비스**'

고객의 **마음과 뇌**에서 만들어지는 것 '**브랜드**'

# 퍼스널브랜드는 어떻게 만들어지는가?

## 1. 경험

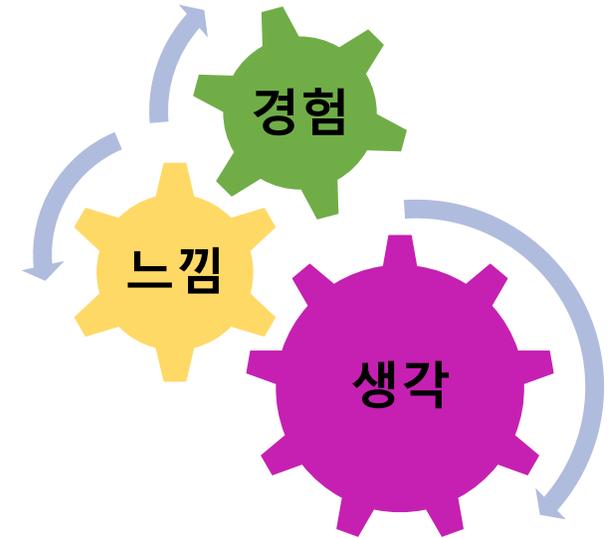
- 다양한 루트를 통해 당신에 대한 직접적 간접적경험이 쌓인다.
- 이를 소비자 경험이라고 함

## 2. 느낌

- 당신에 대한 느낌, 즉 따뜻하다, 멋있다, 좋다, 싫다 등의 느낌!
- 이는 SNS에 드러나는 콘텐츠 글 이미지 사진으로 느낄 수 있다
- 느낌은 주로 형용사로 표현, 당신의 **개인적 본질**에 해당

## 3. 생각

- 당신의 경험과 느낌의 이미지는 어떤 생각으로 귀결된다
- 전문적이다, 대단하다, 신뢰가 간다, 함께하고 싶다, 배우고 싶다** 등
- 상대방에게 행동을 유발하는 동사와 연결된다. **직업적 본질**에 해당



**생각은 당신을 선택할 것인지 아닌지의 행동으로 연결된다**

“당신이 무엇을 상징하고 있는지를  
고객들이 인식해야만 한다”



STARBUCKS CEO

- Howard Schultz -



# 브랜드 아이덴티티의 정의

---

아이덴티티

정체성이란 '변하지 아니하는 존재의 본질을 깨닫는 성질,  
또는 그 성질을 가진 독립적 존재'를 의미

**한다미로 말하면 'OO다움' 자기다움**

브랜드  
아이덴티티

현재 그리고 미래의 소비자에게 제시할 브랜드의 모습이자 비전,  
목표이며 브랜드 관리자에 의해 창조되고 관리되어야 하는

**그 브랜드만의**

**독특한 연상 이미지들(promise of value & benefit)의 집합**

**당신이 누구인지  
단 한문장으로  
설명해주세요!**

# 인포프래너란?

---

'인포프래너(INFORPRENEUR)'는

정보(INFORMATION)란 말에 기업가(ENTREPRENEUR)란 말을 더해 만든 신조어이다.

한마디로 말하면, '**지식이나 정보를 파는 1인 기업가**'라고 할 수 있다.

# 나의 재능이 정보 상품이 되는 3단계

---

## 1단계 : 경험 속 암묵지를 형식지로

- 사전적의미 : 학습과 경험을 통해 개인에게 체화되어 있지만, 겉으로 드러나지 않는 지식
- 암묵적 지식은 듣거나 배워서 아는 지식이 아닌, 직접 경험 함으로써 체득한 지식
- 오랜 시간 경험함으로써 얻어진 시행착오와 지혜를 바탕으로 다져진 안목과 노하우
- 형식지는 문서나 매뉴얼과 같이 형식을 갖추어 외부로 표출되어 여러 사람이 공유할 수 있는 지식

# 나의 재능이 정보 상품이 되는 3단계

---

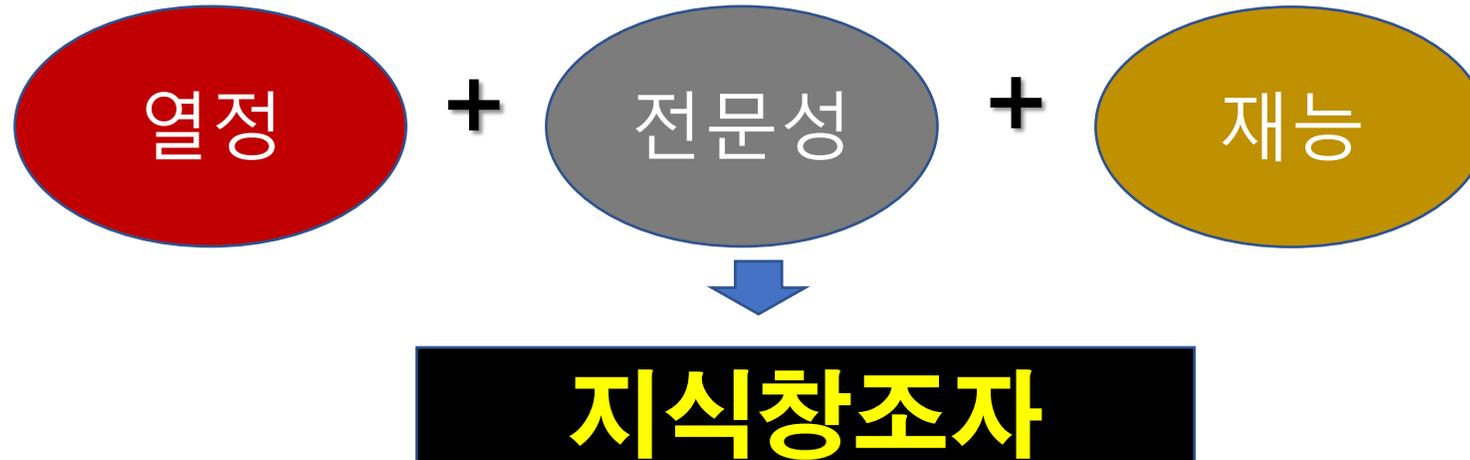
## 2단계 :형식지를 고객을 위한 솔루션으로 제시하기

- 암묵적 지식을 채굴해 '무엇을 어떻게 왜?' 라는 명료한 형식지로 만들었다면 누구라도 이 형식지를 통해 성과를 낼 수 있도록 해야 한다.
- 이 노하우, 해결책이 바로 솔루션이다.
- 누구라도 쉽고 빠르게 동일한 결과를 만들어낼 수 있는 레시피!

# 나의 재능이 정보 상품이 되는 3단계

## 3단계 : 솔루션을 매뉴얼로 만들어 상품으로 포장하기

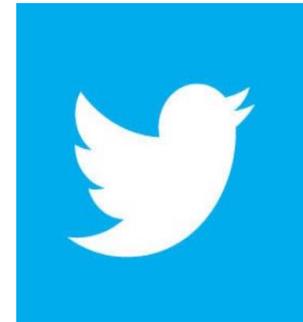
- 해결책이 상품으로 포장해 출시되어야만 고객이 상품을 구입한다.
- 다른 사람의 손을 빌리거나 돈을 들이지 않고 정보상품을 적절히 포장해 고객의 구매를 유도할 수 있는 방법이 바로 인터넷, 블로그, SNS
- 나만의 재능, 경험, 전문성을 고객이 사고 싶어 하게끔 콘텐츠로 변환하고 상품화하는 과정



# 디지털 플랫폼에 기록을 남겨라<디지털 평판>

---

## 다양한 SNS채널 활용



# O2O

Online to Offline

**오프라인의 잡(job)을 프로젝트로 인식하여 퍼블리싱  
(Publishing): 온라인에 공식적으로 발행**

**포트폴리오를 만들어라. 디지털 알고리즘이 인식할때까지**

아마추어는 **사람**과 경쟁하지만

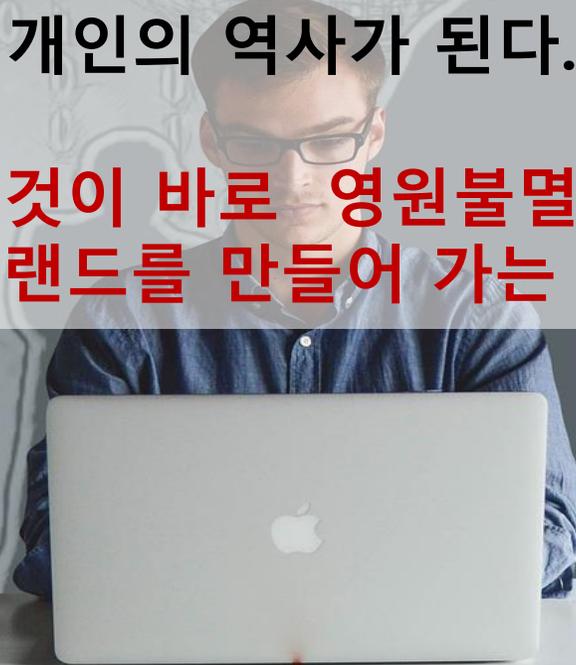
프로는 **자기 자신**과 경쟁한다



**퍼스널커리어를 디자인하라!  
그 이력을 데이터에 쌓아라!**

모든 과정이 데이터에 기록되어  
개인의 포트폴리오가 되고,  
개인의 평판이 되고  
개인의 역사가 된다.

**이것이 바로 영원불멸한  
퍼스널브랜드를 만들어 가는 과정이다**



**여러분의 비전을 응원합니다!**



**꿈을 향해  
당신의 멋진 모습을  
보여주세요!**



*Thank You!*

**더마니에듀 대표 /교육학박사  
박 숙 희**

**연락처: 010-9986-9171**

**메 일: [marri1030@naver.com](mailto:marri1030@naver.com)**

**카 페 : 네이버검색창에  
더마니에듀더마니캠퍼스 검색**