Define Your Areas of Expertise

The next big step in personal branding on social media is defining your specialties. This will help you define your brand.

Whether it is your personal or business brand, you need to showcase what you stand for and how people should recognize you.

Include your interests and skills in all of your social media profile descriptions. They will serve as keywords that will help your brand appear in relevant search results when people look for such information.

Develop a Strong Brand Statement

When you are branding yourself on social media, you want the audience to know you in order to feel better connected. When someone feels connected to a brand or personality, they are more likely to have better trust. A brand statement is one way to connect with your audience in a way that briefly, but clearly defines you as a brand. When creating a brand statement, remember that it should highlight your area of expertise, the values that you stand for, the mission you want to accomplish, and the vision that you embody.

A brand statement helps every business position itself in the society or marketplace at large. But it’s not just for businesses. There are many established personalities who have their own brand statement.

Now the question is: Should your brand statement be a manifestation of you and your capabilities alone?Not necessarily (جمله قرمز رنگ بصورت خبری ترجمه شود )

A personal brand statement works best when it embodies the interests of the people you are trying to reach. It should help you connect with your target audience.

**عرصه‌های تخصص‌تان را معین کنید**قدم بزرگ بعدی در برندسازیِ شخصی در شبکه‌های اجتماعی، تعیین تخصص‌هایتان است. این به شما کمک می‌کند تا برندتان را تعریف کنید.
این، چه برند شخصی شما باشد چه برند تجاری‌تان، لازم است چیزی که در آن ارائه می‌کنید و می‌خواهید مردم شما را با آن بشناسند، در ملأ عام قرار بدید.
تمایلات و مهارت‌هایتان را در پروفایل همه‌ی صفحات مجازی خود شرح دهید. آن‌ها در جامه‌ی کلمات کلیدی‌ در خدمت شما خواهند بود تا کمک کنند که برند شما در نتایج جستجوهای مرتبطِ کسانی که به دنبال چنین اطلاعاتی هستند ظاهر شود.
**برای برندتان یک شناسه‌ی قوی تشکیل دهید**وقتی در شبکه‌های اجتماعی برای خود برندسازی می‌کنید، برایتان مطلوب است که مخاطبان‌تان شما را بشناسد تا احساس نزدیکی بیش‌تری کنند. اگر کسی با یک برند یا شخص، احساس نزدیکی بیش‌تری کند، بیش‌تر راغب است که به آن اعتماد کند. یکی از راه‌های نزدیکی به مخاطب، شناسه‌ی برندتان است؛ به این صورت که خلاصه و مفید، شما را به عنوان یک برند معرفی می‌کند. هنگامی که شناسه‌ی خود را می‌سازید، در نظر داشته باشید که بهتر است عرصه‌های تخصصی‌تان، ارزش‌هایی که به آن‌ها اعتقاد دارید، مأموریت‌هایی که می‌خواهید به سرانجام برسانید و چشم‌اندازهایی که تجسم می‌کنید را طی آن برجسته کنید.
یک شناسه به هر کسب‌و‌کاری کمک می‌کند تا خود را تمام‌و‌کمال در جامعه یا بازار جای دهد. ولی شناسه فقط برای کسب‌و‌کار نیست. شخصیت‌های قابل احترام زیادی هستند که شناسه‌های خودشان را دارند.
لزوماً شناسه‌ی شما نباید فقط تجلی‌کننده‌ی شما و قابلیت‌هایتان باشد.
یک شناسه وقتی در بهترین حالت خود قرار می‌گیرد که علایق افرادی که می‌خواهید بر آن‌ها تأثیر بگذارید را متضمن شود. این به شما کمک خواهد کرد تا به مخاطبان هدف خود نزدیک شوید.