4 نصائح للمحافظة على سمعتك الشخصية كرجل أعمال

كتبه دوروثي ميتشل | 20 مايو ,2018

ترجمة حفصة جودة

عندما يبدأ العملاء في البحث عن منتج ما أو خدمة عبر الإنترنت فإنهم يبحثون عن شيئين مهمين، أولًا: من يقدم الخدمة التي يحتاجون إليها وثانيًا: سمعة مقدم الخدمة ومكانته، فوفقًا لتقرير "Edelman Trust Barometer" المنشور عام 2017 فإن 64% من المستخدمين يثقون في النتائج التي تظهر في محركات البحث في أثناء بحثهم عن الأعمال التجارية على الإنترنت، والأكثر إثارة أن 59% من هؤلاء المستخدمين يثقون في محركات البحث أكثر من المحررين البشر، والمشكلة هنا أن أكثر من نصف الأشخاص يجدون معلومات سلبية عن أنفسهم على الإنترنت.

بالنسبة لرواد الأعمال فإن فقدان الاحترام والمكانة على الإنترنت يؤدي إلى عواقب وخيمة، فقد اضطر الكثير من الرؤساء والمديرين إلى ترك مناصبهم بسبب سوء سلوكهم وقلة فهمهم وفقدانهم لإستراتيجية العلاقات العامة المناسبة وقت الأزمات.

مثال على ذلك المدير التنفيذي السابق لشركة "أوبر" ترافيس كالانيك اضطر للتخلي عن منصبه بعد ضغوط شديدة من المساهمين نتيجة لادعاءات التحرش الجنسي والتعامل المثير للجدل مع القوانين، وأيضًا بسبب السمعة العدوانية لكالانيك.

كرجل أعمال يجب أن تدرك أن الأمر لا يتطلب خطأً جسيمًا لتدمير سمعتك، فمجرد سوء فهم أو

خطأ بسيط أو الرد بغضب على أحد العملاء قد يتسبب في ضرر بالغ، لذا إليك بعض النصائح التي تساعدك في إدارة سمعتك الشخصية بنجاح وتجنب الوجود على عناوين الصحف الرئيسية لأسباب سيئة.

كن نشطًا على وسائل التواصل الاجتماعي، لكن اعرف حدودك

من الضروري أن تحافظ على سيطرتك الكاملة في الوجود على وسائل التواصل الاجتماعي، وحتى لو لم تكن تخطط للوجود على جميع قنوات التواصل فيجب أن تنشئ حسابًا وتربطه بالحسابات الخاصة باسمك وعملك، وإذا لم تفعل ذلك فيمكن لأي شخص أن ينشئ حسابًا ويتظاهر بأنه يمثلك أو يمثل شركتك، وسيتطلب الأمر وقتًا لإغلاق مثل هذه الحسابات المزيفة، وقد يطالبك بعضهم بمبلغ مالي كبير ليبيع لك الحساب، مما يضر بسمعتك كثيرًا حتى تنتهي تلك الأزمة.

> جزء من إدارة السمعة أن تتعلم كيف تتعامل مع الأشياء الخاطئة التي قامت بها شركتك بالفعل، فمبجرد أن تتأكد أنك قمت بتصرف خاطئ تأسف له، أفضل طريقة للتعامل مع ذلك الحديث عن الأمر بشفافية تامة

في أثناء وجودك على الإنترنت يجب أن تفصل بين عملك وحسابك الشخصي، واحذر أن تحول حساب شركتك على وسائل التواصل الاجتماعي إلى مساحة شخصية، فقد فصل المدير التنفيذي لشركة "Deciem" براندون تروكس فريق السوشيال ميديا وأدار الحساب بنفسه، فنشر صورًا غريبة على حساب الشركة على إنستغرام وأفرط في الكتابة عن قرارات الشركة وفلسفتها ونزاعاتها، ثم بعد ذلك برر سلوكه قائلًا بأن هذا بيته ومن لا يعجبه البيت فليغادره، وبالتأكيد أدى هذا التصريح إلى فقدانه الكثير من معجبي الشركة إلى الأبد.

استخدم "Google Alerts" لاسمك واسم شركتك

ربما تكون تستخدمه بالفعل لمتابعة الأخبار الجديدة المتعلقة بصناعتك ولمتابعة منافسيك والبقاء على قمة الموضوعات الشائعة، ومن الجيد استخدامه أيضًا لمتابعة القصص التي تُنشر عنك وعن شركتك، وبذلك عند انتشار أي خبر ما فسوف تعرف به مبكرًا.

يقول مارتين ميكلن المدير التنفيذي لشركة "Eventum": "عندما يتعلق الأمر بإدارة السمعة فالتوقيت هو المفتاح الرئيسي، وكلما كان رد فعلك تراجعيًا أضرّ ذلك بسمعتك، وبقليل من الخبرة في تلك الأمور سوف تتعلم التحكم في الأشياء وتجنب هيمنة ثرثرة وسائل الإعلام".

كن صريحًا واعترف بخطأك

جزء من إدارة السمعة أن تتعلم كيف تتعامل مع الأشياء الخاطئة التي قامت بها شركتك بالفعل، فمبجرد أن تتأكد أنك قمت بتصرف خاطئ تأسف له، أفضل طريقة للتعامل مع ذلك الحديث عن

الأمر بشفافية تامة.

أحد الأمثلة العظيمة على ذلك كانت من كارستن سبور المدير التنفيذي لشركة "Lufthansa" للطيران، فبعد أن حطم أحد طياري الشركة طائرة عمدًا وقتل 150 راكبًا، ظهر سبور في خطاب أعرب فيه عن تعاطفه مع الضحايا وقدم اعتذارًا مناسبًا رغم أنه لم يكن مسؤولًا بشكل مباشر عن الحادث.

> يجب أن تكون مهمة إدارة سمعتك مهمة استباقية، واهتم بالأخبار التي تُنشر عنك وعن شركتك وتعامل بشكل مناسب مع المشاكل وتعلم السيطرة الكاملة على وجودك على الإنترنت حتى لا تصبح سمعتك قضية رئيسية

أما سلسلة مطاعم "Chipotle" فقد تعرضت سمعتها للخطر بعد عدة حوادث تسمم غذائي، لكنهم تعاونوا مع الوكالات الصحية والمحققين وأغلقوا العديد من فروع المطاعم وقدموا بيانًا للجمهور بشأن الخطوات التي سيتخذونها لحل تلك المشاكل وضمان تقديم خدمة غذائية آمنة في المستقبل.

تمهل وخذ نفسًا عميقًا قبل القيام بأي تواصل

يحدث هذا الأمر مع جميع رجال الأعمال، فقد تدخل على الإنترنت لتجد أن أحدهم لم يترك فقط مراجعة سلبية بل مراجعة غير صادقة ومبتذلة وبذيئة، وقد تفتح بريدك الإلكتروني لتجد رسالة من أحد العملاء تحتوي على إهانة شخصية.

في تلك الحالة تشعر بالإهانة والغضب وترغب في الرد سريعًا على ذلك، لكن هذا التصرف أسوأ ما يمكن أن تقوم به، فالتواصل باحتراف من الأشياء المهمة في عالم الأعمال، وتذكر دائمًا هذا القول لميشيل أوباما: "عندما ينحدرون نرتفع نحن"، لذا كن مهذبًا في ردك وتعامل بالحقائق واجعل ردك في العلن.

يجب أن تكون مهمة إدارة سمعتك مهمة استباقية، واهتم بالأخبار التي تُنشر عنك وعن شركتك وتعامل بشكل مناسب مع المشاكل وتعلم السيطرة الكاملة على وجودك على الإنترنت حتى لا تصبح سمعتك قضية رئيسية.

المصدر: إنترينيور

رابط المقال : https://www.noonpost.com/23384/