حكمت الثقافة
الترويج
إحدى مبادرات الجود

الترويج الذاتي

الترويج الذاتي وإنشاء الهوية الفنية الخاصة للفنانين والمبدعين

الإصدار ٢٠٠ - فبراير ٢٠٢١

قائمة المحتويات

- ما هو الترويج الذاتي وصناعة الهوية الفنية الخاصة بك؟
- ١٠ مواضيع مهمة في الترويج الذاتي
- كيف نقوم بتطوير هوية فنية خاصة؟
- نصائح لبناء هويتك الفنية الخاصة على الإنترنت
- تمرين أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة

أسئلة ينبغي الإجابة عنها

- ما الذي يميزني كفنان أو مبدع؟
- ما هي الصورة الذهنية التي أريد أبنيها لدى جمهوري عني؟
- بماذا أريد أن يتذكرني الجمهور؟
- ما هي صفات شخصيتي الأساسية ونقاط قوتي؟
- بماذا ارتبط؟

”

تذكر دائمًا أن بناء الهوية
الفنية الخاصة
بك يعد من أثمن ما يمكن
أن تمتلكه في العالم ؛
أن تمتلك مساحه في
عقل شخص ما

“

٣ أسباب تحول بينك وبين بيع فنك ومنتجاتك الإبداعية

١. ليس لديك معجبين
٢. الجمهور لا يستطيع الوصول إليك.
٣. جمهورك لا يعرف عنك بعد!

لاحظ أن "عدم توفر المال"! لم يذكر كسبب.
إذا لم يكن لديك معجبين ... فلا بد من إيجاد حل لذلك وهذا ليس بالأمر المستحيل، فجميع عمليات التسويق تبدأ من فهم الجمهور وإيجاد الرابط بينك وبينه.
أما إذا كان جمهورك لا يعرف عنك .. ولا يستطيع الوصول إليك فإن الحل الأنسب لهذه التحديات يكمن في العمل على الترويج الذاتي وبناء هويتك الفنية الخاصة.. إذن ما هو الترويج الذاتي وصناعة الهوية الفنية الخاصة؟

من أنت؟ ماذا يميزك؟ وماذا تقدم للعالم؟ ما هو الترويج الذاتي وصناعة الهوية الفنية الخاصة بك؟

الترويج الذاتي هو السمعة والارتباط الواعي الذي تبنيه مع الناس من خلال إخبارهم "من أنت"، وما الذي يميزك، وماذا تقدم، وبماذا ترتبط.
إنها عملية مستمرة لتأسيس صورة ذهنية معينة لدى الآخرين عنك، وعن أعمالك ومشاريعك الفنية، تقوم خلالها بتقديم نفسك للآخرين عن طريق وسائل اتصال مختلفة، وتترك انطباعا مدروسا يرسخ في أذهانهم ويتذكرونك به.

يعد الترويج الذاتي أمرا مهما في تسويق نفسك وتحقيق النجاح، خاصة مع وجود الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، التي تتيح لك إمكانية التواصل مع جمهورك بشكل مستمر، وتمكنك من إنشاء مجتمع تفاعلي يقدرك ووفي لك.

يتطلب الترويج الذاتي اكتشاف نفسك ومعرفة قيمك وبماذا ترتبط، وماهي رسالتك وماهية مشروعك الفني.

١٠ مواضيع مهمة في الترويج الذاتي

١.شخصيتك

فكر في صفاتك التي تريد أن توصلها للناس والتي ستبني صورة لدى أي شخص يتعامل معك. هل أنت منظم؟ مضحك؟ مثابر؟ مزاجي؟ هادىء؟ حكيم؟ عميق؟ تحب البحر؟ مغامر؟ خجول؟ اجتماعي؟ انطوائي؟.... الخ

ضع قائمة بالكلمات التي تصف السمات المميزة لشخصيتك، واسأل نفسك كيف ستجعل الناس يشعرون عندما تصل إليهم؛ واسأل نفسك: ما هي الكلمات التي أريد أن يستخدمها الآخرون لوصفي.

مثال: عندما نفكر مثلا في الفنانة فاتن حمامة –سيدة الشاشة العربية– وشخصيتها سيتبادر إلى ذهننا: فنانة رومانسية، أداؤها التمثيلي عالي، تتمتع بأنوثة مميزة، رقيقة، خجولة، هادئة، شقية بعض الشيء، أنيقة...

حتى لو كنت لم تعايش الفترة التي عاشت فيها الفنانة فاتن حمامة وقدمت أعمال ناجحه خلالها، تستطيع من خلال متابعة أعمالها معرفة هذه الصفات عن شخصيتها.
فكر الآن في فنان تحبه وما هي الصفات التي تتبادر إلى ذهنك عندما تتذكره.
أيضا قم بوضع قائمة بالصفات التي تريد أن يعرفك الناس بها، وكيف يمكن أن تجعل هذه الصفات جزء من تفكيرهم من خلال تعاملك مع الآخرين، تنفيذ أعمالك الفنية، تواصلك مع الجمهور سواء على مواقع التواصل الاجتماعي أو بشكل شخصي، لبسك ، أناقتك، ظهورك في المقابلات الإعلامية ... الخ.

٢. قيمك

تعتبر القيم الأساسية البوصله التي توجه حياتنا؛ لأنها المحرك الداخلي لأفعالنا ومعظم حياتنا والمرجع الرئيسي لإتخاذ القرارات. كما تؤثر في كيفية الإحساس والتصرف والتفاعل مع مختلف الأمور
عندما نعيش بحسب قيمنا الأساسية، سنشعر بالطاقة والثقة وقدرتنا على الإنجاز.

من المهم جدا الوعي اتجاه قيمنا بحيث لا نجعل الظروف هي من تُحركنا تجاه فعل مالا نريد ..!

فيما يلي قائمة بقيم عامة أساسية:

١. العمل
٢. الصحة
٣. الأسرة
٤. الحب
٥. السلام
٦. الجمال
٧. العطاء
٨. الصداقة
٩. الترفيه
١٠. الإبداع
١١. التجدد
١٢. المغامرة

إسأل نفسك عن القيم التي تحتل الأولوية في حياتك والتي لا تستطيع العيش إلا معها، واختر ٧ قيم أساسية عن طريق مفاضلة القيم مع بعضها، بحيث تصبح هذه القيم هي المعيار لقرارتك وتفضيلاتك في الحياة.
مثال: إذا كانت قيمة الأسرة بالنسبة لديك أعلى من قيمة العمل، فإذا ظهر ظرف عائلي قد يمنعك ذلك من العمل لفترة، فسوف تختار البقاء مع الأسرة.

هذه القائمة في النهاية هي قائمة تخصك أنت، وبالتالي احرص على أن تكون هذه القيم حقيقية لتكون مدركا بشكل حقيقي لما يحركك في الحياة، وحتى تعكس هذه القيم من خلال تواصلك مع جمهورك.

٣. شغفك واهتماماتك

إن اهتماماتنا وشغفنا هي الأشياء التي تحفزنا إلى توجيه طاقتنا نحوها، وهي التي تجعلنا أكثر جاذبيه للآخرين، وإلى الفئه التي نريد أن نصل إليها.
إذا كان لديك أكثر من اهتمام أو هواية، اجعل واحدة هي الأساسية وركز عليها. في حال تعدد الاهتمامات تستطيع في كل مرحلة التركيز على واحدة، وهذا كله يعود إلى الإجابة عن الأسئلة: من أنا؟ ماذا أقدم للعالم، وبماذا أريد أن يعرفني أو يتذكرني الجمهور؟

مثال: فايا يونان
هي مغنيه سوريه بدأت شُهرة فايا يونان بالظهور بشكل واسع في عام ٢٠١٤ بعد إطلاقها أغنية مُشتركة مع أختها ريحان يونان بعنوان "لبلادي" على يوتيوب حيثُ استعرضوا فيها آثار الحَرب والدمار على الشُعوب، وقد تُرجمت هذه الأغنية إلى عدة لُغات وتم بثها عبر قنوات تلفزيونية عالمية كما عُرضت في عدد من المدارس. وجدت فايا دعماً كبيراً وجمهوراً شجعها على مواصلة رحلتها في الغناء. كان لنجاح الفيديو الأثر الأكبر على قرارها بتحويل الغناء من مجرد هواية إلى عمل رئيسي.
في عام ٢٠١٥ فتحت فايا باب التبرع لأغنيتها الأولى على موقع "زومال" للتمويل الجماعي crowd funding

في عام ٢٠١٥ فتحت فايا باب التبرع لأغنيتها الأولى على موقع "زومال" للتمويل الجماعي، وتبرع ١١١ شخص لها وجمعت حوالي ٢٥ ألف دولار من التبرع، وبعد حملة التمويل الجماعي الناجحة، أصدرت فايا أغنيتها المنفردة الأولى "أحب يديك" متبوعة بأغنيتين منفردين آخرين. ودخلت في موسوعة غينيس للأرقام القياسية كأول فنانة من الشرق الأوسط تمول أغنيتها الأولى. هذا يجعل فايا أول مُغنية عربية تدخل موسوعة غينيس للأرقام القياسية
بعدها شاركت فايا بأعمال مميزة والحفلات الموسيقيه والمهرجانات السينمائيه وأصدرت البومان
سخرت فايا قوة التواصل الإجتماعي لايصال صوتها وخدمتها للوصول إلى هدفها
واستعملت بطريقه ذكيه وجريئه التفاعل مع جمهورها للوصول إلى نجاحها الذي حققته من الصفر

أكتب الآن قائمة باهتماماتك وهواياتك التي تمارسها، وحدد شغفك بوضوح لتكون "الصورة الأساسية" فيما تريد إيصاله لجمهورك المستهدف.

٤.نقاط القوة

من المهم تحديد نقاط القوة لديك، والصفات التي تحملها والتي ستعزز بدورها تواصلك مع الجمهور، ورسائلك التي تريد إيصالها للجمهور.
قم بتقييم وتحديد كل ما يخص تواصلك مع الآخرن من نمطك الخاص Style، ولغة جسدك، وحتى صفات اللغة التي تخاطب بها الناس سواء كانت مكتوبة أو مسموعة والتي تعبر عن صوتك الداخلي، ملابسك...نبرة صوتك عند الحديث، وحتى كيف تتواصل عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف.

٦. المؤثرون والملهمون

ما هي قصتك؟ كيف تعرفت على شغفك؟ ما هي رؤيتك لنفسك في الفن والإبداع؟ كيف وصلت إلى ما أنت عليه اليوم؟ ما هي التحديات التي واجهتها وكيف تعاملت معها؟ من ساعدك؟ من لم يساعدك؟ كيف طورت مهاراتك؟ ماذا تعلمت ومن علمك؟ ما هي المهارات التي ساعدتك؟

جمعيها أمور من المهم مشاركتها مع جمهورك لنقل قصتك إليهم..فأنت في النهاية حصيلة ما قررت أن تفعله وما حصل معك، وليس كافيا أن تعرض أعمالك فقط، بل نقل قصتك يعد أمرا مهما لأنها وراء إنجازك، وقد تكون ملهمة للآخرين.

مثال: الموسيقي بشر أبو طالب من الأردن، بدأت قصته مع الموسيقى عندما كان صغيراً، احترف الموسيقى مع مشاركته مع مجموعة "رم" طارق الناصر وكان يعزف فيها الجيتار ويغني، اضطر لترك الموسيقى فترة من الزمن وأسس مشروعه "إعزف" الذي يعمل على تدريس الموسيقى خاصة الشرقية والعزف على الآلات على الإنترنت.
بعد مدة عاد للغناء وإصدار الأغنيات الخاصة به، وأصدر أول ألبوم، وأصبحت أغنيات له تحظى بملايين المستمعين على يوتيوب.

هذه القصة قد تكون ملهمة لآخرين للعودة إلى شغفهم في مجال الفنون والإبداع، حتى لو تركوا ما يحبونه في فترة ما.

٦. المؤثرون والملهمون

من هو الشخص الذي تنظر إليه كمثال وتطمح إلى محاكاته في مجال عملك (على المستوى المحلي أو العالمي)؟ تابع على وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية المختلفة من تشعر أنهم يلهمونك أو تريد الوصول إلى مكان شبيه بمكانهم.
اكتب الأمور التي يشاركونها مع الناس والصورة الذهنية التي يقومون ببنائها والتي ستساعدك في بناء صورتك أنت.

٧. مظهرك وملابسك

فكر في ملابسك وشعرك / مكياجك وإكسسواراتك والنمط الذي تخرج به للناس، فهذا جزء من شخصيتك ويُكون انطباعا عنك.
وبغض النظر عن نوع الفن الذي تمتهنه ، يجب أن يكون لديك "مظهر" خاص بك، مرتبطًا بهويتك الفنية وشخصيتك.

مثال: إذا نظرنا إلى فرقة "تريو جبران" فإنك دائما ستجدهم يلبسون ملابس باللون الأسود أو الأبيض أو الاثنين معا... هكذا يظهرون ثلاثتهم مع أعوادهم، وهذه هي الصورة التي ارتسمت في ذهن الكثيرين عنهم.

٨. أهدافك

الآن بعد أن فهمت من أنت ، يمكنك الانتقال إلى مرحلة معرفة المكان الذي تطمح أن تصل إليه... ماذا تريد أن تفعل في غضون ألـ ٣-٥ سنوات القادمة؟
أين ترى نفسك؟
قم بإجراء تحليل سوات Analysis SWOT واكتشف ما تحتاج إلى تحقيقه، وسيكون هذا جزءا من قصتك التي سترويها، وربما ستلهم آخرين.

مثال: قد يكون هدفك خلال الثلاث سنوات القادمة بناء الهوية الفنية الرقمية لك، وهذا يتطلب منك جهد يومي وخطة كاملة لإطلاق موقع إلكتروني ولتكون متواجد على منصات التواصل الاجتماعي بشكل مدروس.
وقد تكون فنان تشكيلي وهدفك خلال الثلاث سنوات القادمة المشاركة في ١٥ معرض عربي وعالمي والانتقال بأعمالك إلى أسواق جديدة.
وقد تكون عازفا على العود، تقدم دروس فردية في العزف، وهدفك هو بناء قاعدة جمهور لك من الأطفال واليافعين والكبار.

فكر جديا بأهدافك خلال السنوات القادمة ولا تنسها

٩. الجمهور المستهدف

فكر في جمهورك المستهدف وكيف يمكن التواصل معه... وفكر بالأشياء التي تعبر عنك وتهم الجمهور في نفس الوقت. أنت بحاجة للتواصل بشكل مستمر معه وبناء علاقة تفاعلية ومستمرة.

يمكنك الاطلاع على كتيب خاص في هذا الموضوع والمنشور على موقع حكمت الثقافة " LINKكيف نبني جمهور للفن ونعمل على توسعة قاعدته"

١٠. الشراكات

ضع قائمة بالأشخاص والشركات والمؤسسات المناسبة لك ولعملك والذين ممكن أن تقوم ببناء شراكات معها، لتقوم بالاتصال بهم ومخاطبتهم في هذا الخصوص.
إنها طريقة قوية وفعالة تعزز الصورة التي تريد أن تكونها عن نفسك وتصل من خلالها إلى جمهور أوسع.
عندما تصبح الشراكات على أرض الواقع أخبر جمهورك بها.

كيف نقوم بتطوير هوية فنية خاصة؟

تحدثنا من قبل أن الهوية الفنية الخاصة هي الارتباط الواعي الذي يجمع اسمك بجمهورك، ويجعلهم يتذكرونك بما يميزك. الآن سنتحدث عن طرق عملية لتنفيذ ذلك سواء كان ذلك على مواقع التواصل الاجتماعي أو في مكان العمل أو تعاملك مع الأشخاص.

١."الثيمة" الخاصة بك

اختر كلمة أو عبارة تحدد الثيمة الخاصة بك، ولتكن مفهوما شاملا مع تفاصيل واضحة المعالم.
قد يكون لديك اهتمامات مختلفة، إلا أنه هنالك دائمًا شغف أساسي واحد يجمع جميع تلك الاهتمامات.

نصائح لاختيار ثيمة الخاصة بك:

- اختر ألوان محددة ستستخدمها في الثيمة (ينصح باختيار ٣ ألوان).
- استخدم تصاميم ثابتة كل فترة، واحرص على وجود اللوغو الخاص بك عليها.
- اجعل تصاميمك بسيطة ذات روح واحدة بحيث تنقل انطباعا عنك يشعر به جمهورك.
- حاول الكتابة بلغة قصصية.

٢. نقاط تميزك واختلافك

بعد أن حددت ثيمتك الخاصة، عليك أن تحدد ما يميزك ولماذا على الناس متابعة أعمالك وشرائها؟ وهذه النقطة هي من النقاط الأساسية التي ستجعل جمهورك يشتري منتجاتك الفنية ويتابع أعمالك.

اكتب نقاط تميزك يجب أن يكون واضحا ما تريد أن توصله لجمهورك.

قد تكون فنان رسم .. وهنالك الكثير من فناني الرسم في مدينتك وفي العالم... إسأل نفسك ما الذي تقدمه بشكل مختلف ويميز عملك أنت بالتحديد؟

مثال:
قد تكون موسيقي متخصص بتأليف الموسيقى التصويرية بشكل خاص، ولك أعمال موسيقية أخرى، لكن ما يميزك هو عملك في الموسيقى التصويرية ودمج آلات غربية وآلات عربية في التوزيع الموسيقي.

٣. بيان الهوية الفنية الخاصة

بعد أن حددت الثيمة الخاصة بك ونقاط تميزك، عليك كتابة "بيان الهوية الفنية الخاصة بك"؛

وهو عبارة عن جملة واحدة أو جملتين تلخص بدقة ما تفعله وما تمثله، وميزتك التنافسية التي تميزك عن الآخرين.

فكر في الأمر على أنه شعارك.

نتوقع أن تشعر بالسعادة والحماس وأنت تكتبه .. لأنه يجمع رؤيتك ومواهبك ورسائلك.

مثال:
إذا كنت رساما للمناظر الطبيعية ومهتما بالقضايا البيئية، فقد يبدو بيان علامتك التجارية كما يلي: "رسام يعشق الطبيعة وصديق للبيئة. نصنع سلاما مع الأرض من خلال الألوان المشرقة".

٤. الإنطباع الأولي عنك ومظهرك مثال

ما هو الأمر الذي يلاحظه الآخرين عنك حتى قبل أن تتحدث؟
عند التفكير في الانطباعات الأولى (سواء كانت عبر الإنترنت أو خارجه) ، فلا شيء يوضح هويتك أكثر من الطريقة التي تقدم بها نفسك.

مثال:
اختر ثلاث كلمات رئيسية تحدد البعد غير المرئي لهويتك الفنية الخاصة، يمكن مثلا أن تكون: " مبدع، حر، ملهم". ثم فكر كيف يمكن أن تنعكس هذه الكلمات والصفات على مظهرك وتواصلك مع الآخرين من خلال ملابسك، حديثك، تصاميمك، ألوانك، محتواك.... الخ

٥. صوت شخصيتك ولغتك الخاصة

هنالك لغة خاصة بكل شخص ومفردات يستخدمها في خطابه مع الناس.
سواء كان حديثك/خطابك مكتوبا أو منطوقا، تأكد من أن لغتك تمثلك وتمثل شخصيتك وأنها أيضا "مناسبة للجمهور" لتحقيق أقصى قدر من التأثير.

تذكر أنه كلما كنت حقيقيا وتتحدث من القلب عما تحب وعن نفسك وقصتك ستكون أقرب من الناس، ويزداد تأثيرك عليهم.

اختر كلماتك بعناية ولتكن تعكس شخصيتك... فالكلمات التي تستخدمها تجسد "صوت" هويتك الفنية الخاصة ... ولك أن تبدأ باختيار كيف ترحب بالناس: مرحبا، أهلا بكم، صباح الحب، صباح الخير، صباح الفن .... الخ

أيضا عليك تحديد "نبرة اللغة" التي تخاطب بها الناس .. هل هي بسيطة .. اجتماعية.. رسمية ... شبابية؟ لتكون هذه النبرة ثابتة وتمثلك.

تأكد أيضا أنك تستطيع تقديم نفسك في أي مقابلة أو فعالية، وينصح الخبراء بأهمية اتقان "حديث المصعد" Elevator Pitch التي من خلالها عليك تقديم نفسك ومشروعك خلال دقيقة وإذا سنح الظرف يمكن أن تكون المدة أطول.
تدرب على "حديث المصعد" بحيث يصبح أمر سهل بالنسبة لك، وتستطيع تقديمه أمام أي شخص وتعطي فكرة شاملة وسريعة عنك وعن ماذا تفعل.

٦. دائرة أقرانك وشبكتك الاجتماعية

أقرانك هم الأشخاص الذين يساعدونك في تحديد نفسك ومن أين أتيت. قد يكون هؤلاء مرشدين وأصدقاء في نفس قطاع عملك وأي شخص آخر يساعدك في تحديد هويتك وماذا تفعل.
لمقابلة الأشخاص المناسبين في مجموعة أقرانك ، اتبع هواياتك، وهذا سيجعلك تلتقي دائمًا بشخص له نفس التفكير وتبدأ محادثة من هناك.
احرص على توسيع شبكتك الاجتماعية مع الأشخاص الذين يرفعونك ، ويقدمون لك ملاحظات صادقة وهذا يساعدك على النمو بطرق ميسره. اسأل نفسك: هل أنا شخص أفضل بعد هذا التفاعل؟
وجودك مع أقرانك يشكل جزءا من الصورة التي تكونها عنك لدى الذين يتابعونك.

٧. الصور

تعد الصور الخاصة ببناء الهوية الفنية الخاصة من العناصر المهمة التي تربطك مع جمهورك. وتجذب الصور التي تنشر على الإنترنت سواء على مواقع التواصل الاجتماعي أو الموقع الإلكتروني الانتباه وتعتبر وسيلة مهمة للتعبير عنك، وعن شخصيتك وأعمالك وكيف تقضي وقتك ومع من تلتقي.

احرص على أن تكون الصور احترافية وفكر بمحتوى الصورة، ماذا سترتدي، أين ستأخذ الصورة، ومع من ستأخذها، وكلما كانت الصور مميزة وفريدة تركت أثرا في ذاكرة الجمهور.

ضع خطة مميزه للصور التي ستلتقطها وأخرج عن المألوف وأبدع في نقل شخصيتك وهويتك إلى العالم!

٨. الألوان

تعد الألوان أداة قوية في علم الاتصال والتسويق، فلكل لون طاقته الخاصة ويتميز بجذب المشاعر ويترك انطباعا مهما عنك عند جمهورك.
واللون هو عنصر أساسي من مكونات هويتك البصرية، ويجب أن ينعكس على تصاميمك وصورك وماذا تلبس، كما له علاقة عميقة بشخصيتك وبما تحب.
اختر ألوانك الخاصة التي ستستخدمها في هويتك الفنية بما يجعلك تشعر بالراحة والثقة.
ينصح الخبراء باختيار ٣ ألوان أساسية تكون أيضا مرتبطة بشعارك والتصاميم التي ستطورها.

٩. الشعار

يعتبر الشعار أمر أساسي يحفظ الجمهور عن ظهر غيب ويربطوك فيه إذا ما انتشر فور مشاهدته. وأهمية الشعار لا تكمن فقط للعلامات التجارية والمنتجات، ففي المجال الفني والإبداعي فإن "اسمك" فعليا هو "العلامة التجارية".

يمكن يكون شعارك اسمك، أو شكلاً أو رمزًا له معنى ذو علاقة بك وبشخصيتك.
كثير من الفنانين والمبدعين يختارون خيار الاسم، بحيث يتم كتابته بخط معين ويمكن وضعه في تصميم بسيط. إذا اخترت الشكل، فاختاره عن دراية بماذا يرتبط؛ فمثلا، المستطيل يرمز إلى الاستقرار ، والدائرة ترمز إلى الإنسجام والاستمرارية.

تأكد من استخدام الشعار في كافة ما تتواصل به مع الجمهور، سواء بوستات على مواقع التواصل الاجتماعي، أو توقيع البريد الإلكتروني الخاص بك، أو تصاميم معينة موجودة في فعالية معينة (خاصة إذا كانت على مسرح)، أو على لوحاتك أو صورك إن كنت رساما أو مصورا.

١٠. السمعة

من المؤكد أن سمعتك وما يقوله الآخرون عنك مهم لبناء هويتك الفنية الخاصة، وتعتبر الطريقة المؤكدة للحفاظ على سمعة قوية هي الالتزام بتسليم عملك وتقديم خدمة حقيقية وصادقة.

أيضا فكر كيف يمكنك مساعدة الآخرين، يقول المختصون "حوّل رغبتك في بناء الثروة إلى رغبتك في مساعدة المزيد من الأشخاص من خلال طرح سؤال: كيف يمكنني مساعدتك؟".
يمكن أن تقوم بنشر بوست عن هذا الموضوع على صفحاتك الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي مرة في الأسبوع، وقدم خلالها استشارة مجانية في مجال عملك.

من شأن هذا الأمر أن يساهم في بناء مجتمعك وجمهورك وتوسعته.

نصائح لبناء هويتك الفنية الخاصة على الإنترنت

يعتبر التواجد على الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل لبناء هوية فنية خاصة، إذ أنه يتيح لك بناء مجتمع وفي يتفاعل معك بشكل مستمر، ويسهم في نقل أعمالك إلى العالم وتعريف الناس بها وبيعها؛ فالإنترنت يتيح فرص شبه متساوية لجميع الناس بشرط أن يقوموا بفهم هذه الفرصة وتنفيذ ما يتطلبه نجاح هذا التواجد.

١. اسم تواجدك على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي

تأكد من أن عنوانك على الإنترنت @hikmatculture على سبيل المثال، هو اسم موحد على جميع المنصات. يمكنك استخدام موقع namecheckr.com، والذي يتيح لك إمكانية البحث في جميع منصات التواصل الاجتماعي والتأكد من وجود اسم موحد عليها.

ايضا احجز اسم الموقع الإلكتروني الخاص بك من خلال www. godaddy.com

٢. تصميم صفحات منصات التواصل الاجتماعي

تأكد من أن ثيتمك وألوانك وشعارك موجودون بشكل واضح على صفحاتك الخاصة على منصات التواصل الاجتماعي واجعل ألـ profile picture و cover photoموحدين، لكن بحسب القياسات المطلوبة لكل منصة.

٣. هدفك الحالي من التواجد على منصات التواصل الاجتماعي والإنترنت

حدد هدفك الحالي من التواجد على الإنترنت، هل هو تعريف الناس بك، الحديث عن مشروع معين؟

من خلال تحديد هدفك تستطيع تحديد وكتابة الرسائل التي تريد إيصالها للجمهور والتي ستنعكس بدورها على استراتيجية المحتوى.

٤. فهم جمهورك المستهدف

يعد فهم جمهورك المستهدف بشكل جيد جدا من أهم العناصر التي تحدد نجاح بناء وتطوير هويتك الفنية الخاصة.

ننصحك بالإطلاع على كتيب كامل أعددناه عن هذا الموضوع (رابط)

٥. استراتيجية المحتوى

يتطلب تنفيذ تطوير هوية فنية خاصة عكس كل ما ذكر سابقا ضمن استراتيجية محتوى.

استراتيجية المحتوى تتضمن بشكل أساسي:

١. تحديد مواعيد نشر المحتوى

٢. تطوير خطة للمحتوى (محتوى اجتماعي وتفاعلي، محتوى عن قطاع العمل، ومحتوى عنك).

٣. مراقبة تفاعل الجمهور ومراقبة البوستات الأكثر تفاعلا وما يحبه الناس والتطوير المستمر على خطة المحتوى.

بعد أن حددت هدفك الحالي عليك بناء استراتيجية محتوى تلبي ما تطمح أن توصله لجمهورك المستهدف.

٦. كن عضوا في المجموعات على فيسبوك ولينكدإن المتعلقه بطبيعة عملك

ابحث عن المجموعات على فيسبوك ولينكدإن المرتبطه بما تفعله وعرف بنفسك وأصبح عضوا فاعلا عليها.

إبحث عن هذه المجموعات من خلال الكلمات المفتاحية، وبعدما تبدأ بالانضمام إلى بعض المجموعات ستقترح عليك المنصات مجموعات أخرى.

٧. العلاقة مع المؤثرين

ابنِ علاقة مع المؤثرين الذي يؤمنون بعملك ويسعادونك في الانتشار بشكل أوسع، وقدم لهم خدمات معينة مقابل أن يقوموا بالترويج لك ولأعمالك.

أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة

قام Luigi Centenaro بإنشاء أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة لمساعدة الأفراد على التفكير بشكل منهجي في هويتهم الفنية وتحسينها، وتقديم أنفسهم بشكل أفضل في السوق.

الشيء الذي يميزهذه الأداة هو أنها شاملة حيث يمكنك وضع جميع عناصر هويتك الفنية الخاصة في صفحة واحدة فقط.

إنها أداة عملية للغاية وسهلة الاستخدام لأنها تمنحك نظرة عامة إستراتيجية حول أفضل طريقة يمكنك من خلالها وضع نفسك ومهاراتك ومعرفتك وتقديمها لجمهورك المستهدف.

٩ مكونات أساسية في أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة

١. من أنت Core Identity؟
٢. ماذا تقدم (نوع الفن الذي تقدمه /مشروعك الفني)؟
٣. لماذا على الناس تصديقك والتعامل معك؟
٤. ما هي القيمة المضافة التي تقدمها؟ (عرض القيمة)
٥. ما هو موقعك في السوق Positioning؟
٦. كيف يستطيع الجمهور التواصل معك؟
٧. من هو جمهورك المستهدف؟
٨. ما الذي تحتاجه (من جمهورك؟ من مستثمر في مشروعك؟)
٩. ما هي النتائج التي ستحصل عليها؟

أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة

قام Luigi Centenaro بإنشاء أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة لمساعدة الأفراد على التفكير بشكل منهجي في هويتهم الفنية وتحسينها، وتقديم أنفسهم بشكل أفضل في السوق.

الشيء الذي يميزهذه الأداة هو أنها شاملة حيث يمكنك وضع جميع عناصر هويتك الفنية الخاصة في صفحة واحدة فقط.

إنها أداة عملية للغاية وسهلة الاستخدام لأنها تمنحك نظرة عامة إستراتيجية حول أفضل طريقة يمكنك من خلالها وضع نفسك ومهاراتك ومعرفتك وتقديمها لجمهورك المستهدف.

٩ مكونات أساسية في أداة إنشاء الهوية الفنية الخاصة

١. من أنت Core Identity؟
٢. ماذا تقدم (نوع الفن الذي تقدمه /مشروعك الفني)؟
٣. لماذا على الناس تصديقك والتعامل معك؟
٤. ما هي القيمة المضافة التي تقدمها؟ (عرض القيمة)
٥. ما هو موقعك في السوق Positioning؟
٦. كيف يستطيع الجمهور التواصل معك؟
٧. من هو جمهورك المستهدف؟
٨. ما الذي تحتاجه (من جمهورك؟ من مستثمر في مشروعك؟)
٩. ما هي النتائج التي ستحصل عليها؟

من أنا؟

-فنان رسم تشكيلي.
-ولدت في الأردن، في مدينة إربد المعروفة بتاريخها العريق وقربها من الشام، والطبيعة الخلابة فيها وولادة الفنانين فيها.
-تخرجت ببكالوريس "فنون جميلة" من جامعة اليرموك.
-**قيمي الأساسية:** الإبداع، الفضول، التجريب.

مساهماتي:

١.لوحات فن تشكيلي استخدمت فيها مواد مختلفة من ألوان إلى قطع خردة.
٢.منحوتات تم تصميمها وتنفيذها لأماكن عامة مختلفة.
٣.معارض شخصية ومعارض مشتركة في الأردن وخارجه.
٤.كتابات نقدية في مجال الفن التشكيلي نشرت في مواقع ثقافية وصحف يومية.
الهوايات: الاستماع إلى الموسيقى، القراءة، الطبخ.

ماذا أقدم؟

- رسم لوحات وأعمال فنية باستخدام الألوان، قطع مختلفة من الخردة والخشب اوالحديد.
- ديكورات مصممة من نفس المواد تقريبا (واجهات، أبواب، رسم على الجدران.. الخ)
- منحوتات مصممة خصيصا خارجية أو داخلية.

لماذا على الناس التعامل معي؟

- لوحات وتصاميم أصلية.
- دقة في المواعيد.
- لدي تواجد على السوشال ميديا واكثر من ١٥ ألف متابع على إنستغرام.

القيمة المضافة التي أقدمها

- رسم لوحات وأعمال فنية باستخدام الألوان، قطع مختلفة من الخردة والخشب اوالحديد.
- ديكورات مصممة من نفس المواد تقريبا (واجهات، أبواب، رسم على الجدران.. الخ)
- منحوتات مصممة خصيصا خارجية أو داخلية.

ما هو موقعي في السوق؟

أقدم أعمال فنية مطورة بتقنيات خاصة وأوظف الألوان والمواد التي أستخدمها في لوحاتي وأعمالي بطريقة تمثلني.

كيف للجمهور التواصل معي؟

عبر حساباتي على مواقع التواصل الاجتماعي وموقعي الإلكتروني والبريد الإلكتروني.

من هو جمهوري المستهدف؟

١. متذوقي الفن وفن الرسم بشكل خاص.
٢. محبي الفن التشكيلي الذين على استعداد لدفع $٣٠٠ دولار ثمن لوحة/ عمل فني فما أكثر.
٣. المؤسسات الداعمة للفنون والصناعات الإبداعية.
٤. المؤسسات الحكومية التي تنفذ مشاريع فنية في المدن والمحافظات.
٥. معارض الرسم.

ما الذي تحتاجه (من جمهورك؟ من يستثمر في مشروعك؟)

١. توعيه أكثر بأعمالي الفنية.
٢. بيع أعمالي الفنية.
٣. استثمار لمشروع فني جديد.

ما هي النتائج التي سأحصل عليها؟

١. زيادة ١٥% في مبيعات أعمالي الفنية خلال سنة.
٢. الحصول على دعم بمقدار ٢٥ الف دينار لتطوير مشروع فني جديد.

١. الشخصية المتمردة

لدى هذه الشخصة الرغبة في تغيير العالم إلى الأفضل وهم لا يحبون القوانين، ولا أي أمر يحد من حريتهم. وهم أشخاص طيبون إلا أن الغضب جزء من ما يحركهم.
تشعر هذه الشخصية بالضياع دون أمر تقاتل من أجله.

الشخصية المتمردة	
التمرد	
"لقد تم وضع القوانين حتى يتم كسرها"	
صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
مبتكر مخرب متمرد مقاتل	لست مضطرا للقبول بوضعك الراهن، فقط اطلب أكثر وامض للحصول عليه.

٢. شخصية الساحر

تسعى هذه الشخصية إلى تحقيق أحلامها بطريقتها الخاصة، ولديها القدرة على أخذ الناس في رحلة وتجربة من خلال اختبار لحظات ساحرة. لدى هذه الشخصية حب كبير للمعرفة، ومع ذلك فهم لا يشاركونها، لكنهم يستخدمونها لتحقيق رؤيتهم.

شخصية الساحر	
القوة	
"إنها ستتحقق وستحدث"	
صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
روحاني مطمئن على إطلاع	غدا أجمل من اليوم، وكل أحلامك ستتحقق إذا آمنت بها.

٣. شخصية البطل

إن المحرك الأساسي لهذه الشخصية هو إثبات وجودها من خلال الشجاعة والإصرار. إنهم يعملون بجد ويشعرون بالفخر بأن تميزهم يجعلهم مختلفين عن الآخرين.

شخصية البطل
التفوق ببراعة
"أينما وجدت الرغبة، وجد الطريق"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
صادق صريح شجاع	نستطيع أن نجعل هذا العالم أفضل.نملك المثابرة والإصرار لتحقيق ما نريد.

٤. شخصية المحب

تحب هذه الشخصية أن تكون محبوبة، ويعتنون بأنفسهم وشكلهم من أجل جذب الآخرين. تخاف هذه الشخصية من أن تكون غير معروفة وغير مرغوب بها، وحتى لو حققوا أهدافهم فهم يخافون خسارة ذلك.

شخصية المحب
المودة والعلاقات الحميمية
لدي عينان لك فقط

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
حسي متعاطف مريح	إنه من المستحيل تجاهل جمالك الملفت.

٥. شخصية المهرج

تتمحور هذه الشخصية حول العيش بمرح والاستمتاع باللحظة، وهم لا يحبون المرح لأنفسهم فقط، بل يشعرون أن من واجبهم أن يمنحوا ذلك للآخرين. وهم أشخاص متفائلون، في حاله شباب دائم ويعودون دائما لشخصيتهم المليئة بفرح الأطفال.
ولأن أغلب الناس يحبون الضحك، فإن مصادفتهم وتعاملهم مع هذه الشخصية سيكون أمر لا ينسى.

شخصية المهرج
المرح والمتعة
"إذا لم أستطع الرقص، فأنا لست جزء من الأمر"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
مرح متفائل	نحن هنا لوقت قصير، لذلك لا تضيع الوقت وعش حياتك.

٦. كل رجُل

إنهم ببساطة يريدون الإنتماء، ولا يريدون أن يكونوا مختلفين عن البقية. يتمتعون بشخصية لطيفة ويتعاملون باعتدال. بشكل عام هم شخصية إيجابية، يستلطفها معظم الناس، إلا أنهم لا يتذكرونها دائما.

كل رجُل	
الإنتماء	
"أنت مثلي، وأنا مثلك"	
صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
ودود متواضع أصلي	عندما نعامل بعضنا البعض بإستقامة وإخلاص نستطيع أن نعيش مع بعضنا البعض بتناغم.

٧. شخصية مقدم الرعاية

إن ما يحرك هذه الشخصة تقديم العناية والرعاية للآخرين، خاصة الذين يحتاجون لذلك. إنهم يأخذون من هم بحاجة للرعاية تحت جناحهم حتى يصبحوا أقوى ويستطيعوا الإعتناء بأنفسهم.

شخصية مقدم الرعاية	
الخدمة	
" أحب جارك كما تحب نفسك"	
صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
دافىء مطمئن	الجميع يستحق الرعاية وعلينا جميعا العمل على تقديم الخدمة لبعضنا البعض.

٨. شخصية الحاكم

تهتم هذه الشخصية بالسيطرة والتحكم، ولديها طابع مهيمن، وهم يهدفون لتحقيق النجاح والإزدهار. تتمتع هذه الشخصية بالثقة وتحمل مسؤولية حياتهم، ولديهم رغبة بأن يشعروا بأنهم "سوبر".

شخصية الحاكم
السيطرة
" إن القوة هي كل شيء"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
آمر مفصلي	أنت ناجح في حياتك وعملك، كافيء تميزك وإنجازاتك.

٩. شخصية المبتكر

لدى هذه الشخصية الرغبة في خلق وتكوين أمور جديدة وغير عادية. وهم أشخاص يعبرون عن أنفسهم من خلال إبداعاتهم ويحققون رؤيتهم أيضا من خلالها.

شخصية المبتكر	
الإبداع والابتكار	
"إذا يمكنك تخيل الأمر، يمكنك جعله حقيقة"	
صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
ملهم جريء سباق	أنظر إلى الفرص من حولك ....واكشف الأصالة من خلال خيال متحرر.

١٠. شخصية البريء

إنها شخصية إيجابية ذات نظرة متفائلة إلى الحياة. أنهم يريدون السلامة بشدة، وفي نفس الوقت يريدون أن يكونوا سعداء مع الجميع. يتمتعون بالصراحة ولا يحملون في قلوبهم أي ضغينة أو مشاعر سلبية تجاه أي شخص، ويؤمنون أن لكل شخص الحق بأن يكون من هو حقيقة.

شخصية البريء
السلامة والأمان
"إن أفضل الأشياء في الحياة هي الأشياء الخالصة والنقية"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
متفائل صريح متواضع	أنظر إلى الفرص من حولك ....واكشف الأصالة من خلال خيال متحرر.

١١. شخصية الحكيم

إنها شخصية تسعى لنيل المعرفة والوصول إلى الحقيقة والحكمة. يدفعهم حب فهم العالم ومشاركة هذا الفهم مع الآخرين. هم دائمو التعلم ويحبون التعبير عما يجول في خاطرهم من خلال نقاش فلسفي، كما يفضلون نقل المعلومات إلى شخص يمكن أن يغير العالم على أن يقوموا هم بتغييره.

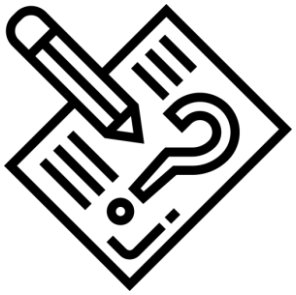
شخصية الحكيم
التفاهم
"إن الحقيقة ستطلق حرا"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
واسع المعرفة متأكد مرشد	إن المعرفة هي الطريق إلى الحكمة، وفي الحكمة تكمن الأجوبة.

١٢. شخصية المكتشف

شخصية المكتشف
الحرية
" لا تقحمني في الأمر"

صوتك الخاص	رسالتك الخاصة
الإثارة عدم الخوف الجرأة	لديك حياة واحدة، اصنع منها شيء ذا قيمة.



أسئلة ينبغي طرحها والإجابة عنها

- ما الإطار الجغرافي للسوق المستهدفة؟
- ما عدد الأسواق المستهدفة؟
- ما خصائص هذه السوق المستهدفة؟ أهي سوق أفراد أم شركات؟
- ما الاتجاهات في هذه السوق؟
- من هم أهم اللاعبين والمنافسين في هذه السوق؟
- ما منصات التواصل الاجتماعي التي ستعتمدها لتسويق منتجاتك/خدماتك؟ لماذا؟

المراجع

المراجع

١

التسويق على منصات التواصل الاجتماعي، حاتم الكاملي

٢

https://diytoolkit.org/tools/personas/

تواصل مع
حكمت الثقافة

+9625661784
info@hikmatculture.org
www.hikmatculture.org
@hikmatculture

حكمت الثقافة
إحدى مبادرات الجود