

Building Your Personal Brand

Asosiasi Konsultan Aktuaria Indonesia
Muhammad Ismail
Santhi Devi Rosedewayani

BRAND mewakili janji anda kepada klien, apa yang dapat klien harapkan dari produk anda, bagaimana anda memberikan jasa professional, pembeda dari pemberi jasa lainnya. Brand mewakili siapa anda sekarang dan akan menjadi siapa, dan **persepsi** klien mengenai Anda.
(John Williams dalam Basics of Branding)

“Your personal **brand**
is what **differentiates**
you from others.”









Mengapa brand personal itu penting bagi Aktuaris ?

- PMK No.137 / PMK.01 / 2016
 - tentang Aktuaris

- Aktuaris Publik bertanggung jawab penuh atas kualitas pekerjaan aktuarial

Sukses kantor konsultan aktuarial sangat bergantung pada kesuksesan Aktuaris Publik dan tim konsultan aktuarialnya



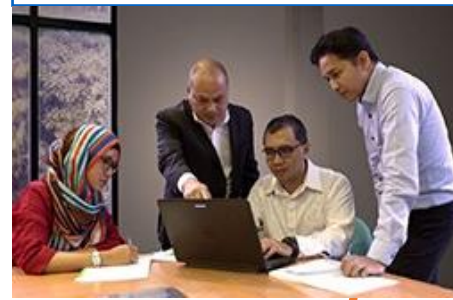
Brand personal adalah wajah profesi Aktuaris mewakili himpunan atribut bagi kesuksesan berkelanjutan dalam memberikan kepuasan kepada klien (stakeholder)

Manfaat *Brand Personal*

Dapat mewakili anda,
bahkan tanpa
atau sebelum bertemu



Sebagai kompas atau
peta perjalanan
profesional anda,
pembentuk karakter



Menjadi pembeda,
faktor diferensial



Brand personal yang sukses memberikan



Ciri-Ciri Umum *Brand* yang Sukses

Pemahaman Pasar	Produk dan cara penyampaiannya (laporan dan analisisnya) mencerminkan kedalaman pengetahuan tentang pasar yang dilayaninya, yang bersifat khas; selain ketentuan standar profesional.
Keunikan	Memiliki kekhasan dari yang lain, apa kelebihanannya dari yang lain
Minat	Hasil minat dan ketekunan yang kuat melewati waktu yang panjang pada umumnya. Etos kerja yang tinggi.
Konsistensi	Produk secara konsisten memenuhi standar mutu yang tinggi, memenuhi standar Keunggulan Profesional
Daya Saing	Upaya peningkatan berkesinambungan (dinamis) sehingga senantiasa melebihi dan jauh diatas harapan klien
Jangkauan yang luas	Jangkauan yang luas dalam basis klien, area praktek kerja, team kerja, menciptakan brand personal Aktuaris
Terkelola	Pengembangan keunggulan brand perlu pengelolaan efektif (T&D yang sistematis dan berkelanjutan, e.g. CPD)
Partnership	Lingkungan perusahaan dimana aktuaris tumbuh dan berpartner penting membentuk brand personalnya. Perusahaan menyediakan sistem manajemen pengembangan mutu, perangkat pendukung untuk pekerjaan berkualitas

Komponen *Brand Personal*



PENAMPILAN

Paling mudah terlihat. Penampilan dan Bahasa tubuh, Energi, minat dan spirit, lingkungan termasuk ruang kerja



PERKATAAN

pola bicara dan kualitas vocal, tone suara yang merepresentasikan sikap, pilihan kata dan penggunaan bahasa, kemampuan melakukan diskusi



PIKIRAN

daya fikir strategis, kemampuan menyusun ide secara koheren, kemampuan berfikir secara jelas dibawah tekanan (daya fikir kritis dan awas dalam desakan deadline)



TINDAKAN

kemampuan bertindak konsisten dan berintegritas, kemauan mendengarkan ide orang lain, alami dan terlibat dengan lainnya, rendah hati dan rasa humor, kompeten dan bertanggung jawab atas pekerjaannya

Langkah – Langkah Pembentukan dan Pengembangan *Brand*

Identifikasi keunggulan diri – dalam bidang / hal apa aktuaris dapat menghasilkan produk bermutu



Pengokohan *Brand*

- Peningkatan **kontribusi** secara kontinyu serta menjaga kualitas dan integritas.
- Komunikasi Brand Personal secara efektif.



Takeaway point

Next level of professionalism could mean making ***significant contribution*** in the actuarial profession through establishing ***personal brand***