

# 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

<b>Pemahaman Pasar</b>	Produk dan cara penyampaiannya (laporan dan analisisnya) mencerminkan kedalaman pengetahuan tentang pasar yang dilayaninya, yang bersifat khas; selain ketentuan standar profesional.
<b>Keunikan</b>	Memiliki kekhasan dari yang lain, apa kelebihanannya dari yang lain
<b>Minat</b>	Hasil minat dan ketekunan yang kuat melewati waktu yang panjang pada umumnya. Etos kerja yang tinggi.
<b>Konsistensi</b>	Produk secara konsisten memenuhi standar mutu yang tinggi, memenuhi standar Keunggulan Profesional
<b>Daya Saing</b>	Upaya peningkatan berkesinambungan (dinamis) sehingga senantiasa melebihi dan jauh diatas harapan klien
<b>Jangkauan yang luas</b>	Jangkauan yang luas dalam basis klien, area praktek kerja, team kerja, menciptakan brand personal Aktuaris
<b>Terkelola</b>	Pengembangan keunggulan brand perlu pengelolaan efektif (T&D yang sistematis dan berkelanjutan, e.g. CPD)
<b>Partnership</b>	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***