

DWUMIESIĘCZNIK **Business**

INTELLIGENCE

SYLWIA PLONA-ZDUŃCZYK

**AUTENTYCZNOŚĆ
JAKO ELEMENT
SKUTECZNEGO
BUDOWANIA MARKI**

EWA BROK

**SAVOIR-VIVRE
W BIZNESIE**

ILONA ADAMSKA

**BUDOWANIE MARKI
LUKSUSOWEJ**



**TWOJE NAZWISKO,
TWOJA MARKA**

WYWIAD Z PROF. JERZYM STUHREM

ORAZ BARBARĄ STUHR

REDAKTOR NACZELNA

Elżbieta Jachymczak

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

adw. Katarzyna Gumula-Kubicka

Barbara Stangret

Sabina Olesiak

Aleksandra Świąder

Sylwia Plona-Zduńczyk

dr Krzysztof Legutko

Ludmiła Petrenko

Mariusz Szymczyk

SKŁAD

Dorota Sosnowka

KOREKTA

Beata Chrapczyńska

Anna Golasińska

Agnieszka Henk

Małgorzata Hućko

Agnieszka Lewicka

Olga Smolec-Kmoch

PROJEKT OKŁADKI

Dorota Sosnowka

NA OKŁADCE

prof. Jerzy Stuhr, Barbara Stuhr

fot. Wiola Łabędź // No Drama

Production



Business Intelligence to nowy punkt widzenia

Dwumiesięcznik o tematyce biznesowej skierowany jest do przedsiębiorców, pracowników banków, instytucji finansowych i ubezpieczeniowych, pracowników korporacji oraz każdej osoby ceniącej sobie rzetelne źródło wiedzy. Znajdziesz w nim najnowsze informacje z dziedziny prawa, finansów, ubezpieczeń i nieruchomości. To potężna dawka praktycznej wiedzy o biznesie w nowym wydaniu.

Dwumiesięcznik ma zasięg ogólnopolski i jest dostępny w sprzedaży e-prasy na www.empik.com, w serwisie należącym do **AGORA** www.publio.pl, serwisie będącym częścią **EMPIK** www.virtualo.pl oraz w sklepie internetowym na www.jachymczak.pl/shop. Dystrybuowany jest w wersji elektronicznej, dlatego dociera do szerokiego grona czytelników.

Marshal Academy Sp. z o.o. www.business-intelligence.com.pl
Niepołomice, ul. Prosta 4a www.jachymczak.pl
tel. 793 144 371

Niniejsza publikacja ani żadna jej część nie mogą być kopiowane ani w jakkolwiek inny sposób reprodukowane, powielane czy odczytywane przez środki publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Wykonywanie kopii zarówno metodą kserograficzną, jak i fotograficzną oraz kopiowanie na nośniki filmowy, magnetyczny lub inny powodują naruszenie praw autorskich do niniejszej publikacji. Cytowane fragmenty nie mogą być zmieniane i muszą zawierać oznaczenie, skąd pochodzą. Wszystkie prawa zastrzeżone.

● MOJE NAZWISKO, MOJA MARKA



Każdy dzień jest nową szansą. Przyszłość jest dla nas prezentem, na który czekamy. Nigdy nie wiemy, co przyniesie jutro. Jednak mamy własne marzenia i pragnienia. Chcemy być zdrowi, szczęśliwi, radośni. Mieć dobre relacje z bliskimi i żyć w obfitości.

Od pomysłu do realizacji u mnie krótka droga. Jak pomyślałam, tak zrobiłam. 5 lutego 2018 roku, poniedziałek, początek nowego tygodnia. Ten dzień okazał się początkiem nowej mnie. Po trzynastu latach pracy w bankowości oraz edukacji, osiągnięciu wszystkich możliwych awansów i pieczętek „z ziemniaka” (to te ze zmianą stanowiska, za którą nie szło nic więcej) oraz narastającej frustracji przez brak nowych możliwości podjęłam decyzję o zmianie własnego życia. Napisałam trzyletni plan zbudowania własnej marki osobistej, a skoro dzielenie się wiedzą z tymi, którzy jej najbardziej potrzebują, jest moją misją, postanowiłam zostać dziennikarką. Właśnie mijają trzy lata, odkąd moje życie toczy się wokół pisania, redagowania, korekty, składu oraz współpracy z najlepszymi redaktorami i redakcjami ekonomicznymi. Proces budowania marki jest procesem ciągłym, który nigdy nie ustaje, a który możemy rozpocząć w dowolnym momencie. Przez ostatnie trzy lata z nikomu nieznanego pracownika korporacji stałam się dziennikarką ekonomiczną, redaktorem naczelną własnego magazynu oraz portalu www.business-intelligence.com.pl, który rusza już 31 marca 2021 roku. Byłam zapraszana w roli prelegentki na największe wydarzenia ekonomiczne w kraju i za granicą, np. na XXX Forum Ekonomiczne w Karpaczu.

Skuteczne budowanie marki to moja pasja, którą dzielę się z innymi. Ty również możesz to zrobić. Twoje nazwisko to Twoja marka. Zacznij budować ją już dziś.

Drogi Czytelniku, Droga Czytelniczko życzę Ci:

- odwagi w życiu, bo dzięki niej osiągniesz swoje kolejne cele,
- determinacji, bo ona pozwoli Ci wytrwale kroczyć po wyznaczonej drodze,
- cierpliwości, bez której nie powstanie żadna rzecz, o której właśnie myślisz,
- rzetelnego źródła wiedzy, które wesprze Cię wtedy, kiedy będziesz tego potrzebować, ale to już masz! Właśnie trzymasz je w swoich dłoniach.

Dobrej i owocnej lektury,

redaktor naczelna

W NUMERZE

● WYWIAD

Twoje nazwisko, Twoja marka Wywiad z prof. Jerzym Stuhrem oraz Barbarą Stuhr	5
---	---

● BIZNES

Budowanie marki luksusowej	14
Jak postępować w razie wypadku przy pracy? Wywiad z Cecylią Połuboczek	20
Grupa Mastermind sposób na rozwój Twojego biznesu	27
Jak nas widzą, tak nas piszą, czyli czym jest marka osobista	32
Savoir-vivre w biznesie	35
Rola strategii marketingowej w budowaniu marki osobistej	39

● PSYCHOLOGIA

Autentyczność jako element skutecznego budowania marki	43
--	----

● FINANSE

Bankierzy i filantropi cz. II – wywiad z Joanną Gajdą-Wróblewską	47
--	----

● UBEZPIECZENIA

Miej odwagę ubezpieczyć się	52
Dlaczego warto zadbać o ubezpieczenie grupowe w firmie?	55

● PRAWO

Prawa autorskie w budowaniu marki eksperta	59
--	----

● NIERUCHOMOŚCI

Ekonomia współdzielenia	64
-------------------------	----

● MODA, ZDROWIE I URODA

Autoempatia – bądź dla siebie przyjacielem!	69
W czym do pracy, czyli ABC wizerunku biznesowego	74

● Dodatek specjalny	79
---------------------	----

POKAŻ SIĘ W SIECI NA WIOSNĘ