

ROZPOZNAWALNOŚĆ TO NIE PRZYPADEK.

Jak zbudowałam markę osobistą od zera



Ilona Adamska

Autor książki: Ilona Adamska

Wydawca: Adamska Media

Projekt okładki: Wojciech Maciejczyk, WMSTUDIO

Skład i łamanie: Wojciech Maciejczyk, WMSTUDIO

Redaktor prowadzący: Mariola Będkowska

Wydawnictwo: Adamska Media

Copyright © Ilona Adamska 2026

ISBN 978-83-976356-2-3

ADAMSKA MEDIA

Janiszowska 10a/6, 02-264 Warszawa

info@adamskamedia.pl

tel. + 48 609 225 829

Spis treści

WSTĘP	5
Moja historia. Skąd pomysł na książkę?	7
Rozdział 1. Fałszywe przekonania i (nie)idealny wygląd – czyli co tak naprawdę powstrzymuje Cię przed zbudowaniem silnej marki osobistej	11
Rozdział 2. Porównywanie się, lęk przed hejtem i blokady w budowaniu marki osobistej	15
Rozdział 3. W zgodzie ze sobą. O odwadze, która buduje prawdziwą markę	20
Rozdział 4. Autentyczność i spójność w wizerunku. Styl jako język marki osobistej	25
Rozdział 5. Sztuka przeprosin w personal branding. Jak błędy zamienić w siłę	30
Rozdział 6. Siła obrazu – czyli o roli sesji biznesowej w budowaniu marki osobistej	34
Rozdział 7. Tworzenie marki osobistej to tworzenie i wyznaczanie trendów	41
Rozdział 8. Wystąpienia publiczne jako narzędzie budowania marki osobistej	46
Rozdział 9. Przygotowanie to Twoja tarcza. Ale czasem warto iść na żywioł... 57	
Rozdział 10. Teksty eksperckie jako narzędzie budowania marki osobistej	61
Rozdział 11. Jak świadomie budować markę? Dlaczego warto inwestować we współpracę z agencjami public relations?	67
Rozdział 12. Siła rekomendacji i sztuka proszenia o referencje	74

Rozdział 13. Dlaczego opinie sprzedają lepiej niż reklamy	79
Rozdział 14. Magia networkingu. Dlaczego warto... pojawiać się.....	83
Rozdział 15. Kluby biznesowe – Twoja społeczność, Twoja siła	87
Rozdział 16. Podcast jako potężne narzędzie budowania marki osobistej.....	92
Rozdział 17. CSR i filantropia jako narzędzie budowania marki osobistej....	97
Rozdział 18. Siła storytellingu – Twoja historia ma znaczenie	103
Rozdział 19. Spójność wizualna i obecność online – fundamenty silnej marki	108
Rozdział 20. Media społecznościowe jako strategiczne narzędzie marki	112
Rozdział 21. Blog – osobiste medium z ogromnym potencjałem.....	119
Rozdział 22. Dlaczego warto napisać książkę, gdy budujesz markę osobistą?.....	122
Rozdział 23. Gorący trend 2026 roku? Opiniotwórczość	126

WSTĘP

To nie jest poradnik. Nie znajdziesz tu przepisów na idealną markę osobistą ani strategii komunikacyjnych jak z agencji PR. Nie pisałam tej książki z myślą o specjalistach od marketingu.

To mój pamiętnik z misją. Zapis drogi, którą przeszłam – z całym jej pięknem, trudnościami, wzruszeniami i zwycięstwami. To książka o marce osobistej, ale i o życiu. O wartościach, emocjach, doświadczeniach, których nie da się zaplanować ani „zoptymalizować”. Książka, która powstała z serca – i dla serc.

Pomysł na tę publikację dojrzewał we mnie od dłuższego czasu. Czułam, że kiedyś przyjdzie moment, w którym będę gotowa podzielić się swoją drogą – bez filtrów, bez strategii, bez sztucznej narracji. I ten moment przyszedł podczas mojego letniego urlopu. Siedząc na plaży, wpatrzona w niebo, poczułam ogromną wdzięczność za wszystko, co przeżyłam. Za każde doświadczenia, także te trudne. Bo to właśnie one mnie ukształtowały. I właśnie w tym spokoju i ciszy zrodziła się pewność, że czas opowiedzieć moją historię.

Dopiero pisząc tę książkę, zobaczyłam, jak bogate mam doświadczenie. Ile przeżyłam. Ile mogę dać czytelnikom. Łączę w niej dziennikarstwo, modeling, PR, pracę z kobietami, działalność społeczną, branding, emocje i wartości. To kobieca książka – ale nie tylko dla kobiet. To także opowieść, która może zainspirować mężczyzn.

Każdego, kto czuje, że ma w sobie coś do powiedzenia – ale nie wie jeszcze, jak ubrać to w markę osobistą. Ta książka to nie kreacja. To odbicie tego, kim naprawdę jestem.

Bo marka osobista to nie produkt. Nie usługa. To opinia, jaką inni mają o Tobie – suma skojarzeń, emocji, wartości i działań, które konsekwentnie komunikujesz. A jeśli opowiesz ją po swojemu – nikt nie będzie mógł Cię skopiować.

Może nie zawarłam tu wszystkiego, co wypadałoby opisać w książce o personal branding. Może czegoś zabrakło. Ale jestem przekonana, że powiedziałam o tym, co najważniejsze: jak budować markę osobistą w zgodzie ze sobą, z sercem, z doświadczeniem. Jak nie bać się mówić o porażkach. Jak znajdować siłę w swoich historiach. Jak dawać wartość i nie zatracić autentyczności.

Znajdziesz tu moje osobiste opowieści, przykłady z życia, cytaty, które mnie inspirują, zadania coachingowe i checklisty. Nie po to, byś kopiował moją drogę – ale byś odnalazł własną. Swoją prawdę. Swoją siłę.

Zachęcam Cię – z całą miłością i odpowiedzialnością – byś odważył się zbudować markę osobistą na tym, co w Tobie najpiękniejsze, najbardziej prawdziwe, najbardziej ludzkie.

Nie dla poklasku. Dla sensu. Dla wpływu. Dla zmiany.

Ilona Adamska

Autorka, wydawca książki, pomysłodawczyni kampanii „Nie hejtuję – motywuję”

Moja historia. Skąd pomysł na książkę?

Po sześciu intensywnych latach prowadzenia Europejskiego Klubu Kobiet Biznesu w 2025 roku świadomie podjęłam decyzję o jego zamknięciu.

Gdy tworzyłam EKKB, przyświecała mi jasna misja – wspieranie kobiet z sektora MŚP, dawanie im przestrzeni do budowania własnego wizerunku, prezentowania osiągnięć i dzielenia się wiedzą. Robiłam to z serca, z pasji, z głębokiego przekonania, że kobiety zasługują na widoczność, szacunek i profesjonalne wsparcie. Organizowałam ogólnopolskie gale, sesje zdjęciowe, książki konferencje i kampanie, dumą obserwując, jak kobiety rozwijają skrzydła.

Jednak przyszedł moment, w którym zadałam sobie pytanie: „A co z Tobą? Co z Twoim głosem, z Twoją historią, z Twoją misją?”.

To właśnie wtedy narodziła się idea, by z pełnym zaangażowaniem zacząć budować moją osobistą markę jako ekspertki ds. przeciwdziałania mowie nienawiści. Temat, który wcześniej był mi bliiski, teraz stał się moim głównym polem działania. Zgłębiałam go nie tylko intelektualnie, ale również emocjonalnie – poprzez bezpośredni kontakt z ofiarami hejtu, uczniami, nauczycielami, kobietami pracującymi w biznesie, a także przez realne działania społeczne i edukacyjne.

To, co wydarzyło się w ostatnich miesiącach, przerosło moje oczekiwania. Zostałam zaproszona jako ekspertka do kilkunastu programów telewizyjnych – m.in. TVN24 („Tak jest”), TVN („Fakty”, „Dzień Dobry TVN”), TVP2 („Pytanie na Śniadanie”), Polsat Cafe, TVP Polonia, a także do podcastów (np. Forbes Women), audycji radiowych i licznych publikacji prasowych.

Udzielałam komentarzy m.in. dla RMF FM, Radio Plus, Czwórki, Trójki, Onetu. Regularnie piszę dla „Wprost”. Artykuły o kampanii pojawiły się m.in. na stronie WWW „Zwierciadła”, „Wysokich Obcasów”, „Rzeczpospolitej” czy „Pulsu Biznesu”.

Dziś – po czterech latach nieustannej pracy nad sobą i nad kampanią społeczną „Nie hejtuję – motywuję” – czuję się gotowa, by dzielić się swoją wiedzą, doświadczeniem i kompetencjami. Wiem, czym jest świadome budowanie marki. Wiem, jak mówić własnym głosem, bez kalkulacji, bez sztucznej strategii, ale z pełną autentycznością i w zgodzie ze sobą.

Na kartach tej książki znajdziesz wiele odniesień do historii powstania kampanii „Nie hejtuję – motywuję”, a także do działań podejmowanych w ramach Fundacji W zgodzie ze sobą Ilony Adamskiej. To projekt, który powstał z potrzeby serca. W ciągu zaledwie trzech lat udział w nim wzięło blisko 40 000 uczniów z 190 szkół w Polsce oraz 3 szkół w Wielkiej Brytanii. Prowadzę warsztaty motywacyjne i profilaktyczne poświęcone hejtowi oraz budowaniu poczucia własnej wartości nie tylko w Polsce, ale także poza granicami kraju.

W marcu 2025 roku zainicjowałam warsztaty dla pracowników administracji publicznej, prywatnych firm oraz korporacji, poszerzając tym samym zakres działań kampanii. Projekt uzyskał honorowy patronat Ministerstwa Edukacji Narodowej, Ministerstwa Sprawiedliwości, Rzecznika Praw Dziecka, a także 5 marszałków wojewódzkich – o które sama zabiegałam. Ambasadorami kampanii zostały cenione osoby ze świata mediów i kultury, m.in.: Teresa i Weronika Rosati, Beata Sadowska, Piotr Kupicha, Paweł Rurak-Sokal, Dominika Gawęda, Katarzyna Pakosińska, Anna Korcz, Krystian Wieczorek, Jacek Santorski, Luna czy Jasiak Mela.

Jestem również inicjatorką trzech ogólnopolskich badań:

- „Hejt w Internecie. Postawy, opinie i różnice w postrzeganiu przez Polki i Polaków”
- „Hejt w biznesie 2025”
- „Nie porównuj się z innymi. Bądź sobą. Presja społeczna i emocje mężczyzn”.

Raporty z badań dostępne są na stronie www.fundacjawzgodziezesoba.pl.

Napisałam także książkę „Siła pozytywnego nastawienia. Jak skutecznie radzić sobie z hejtem i wzmocnić poczucie własnej wartości”, która stała się ważnym elementem budowania mojej marki osobistej oraz narzędziem wsparcia dla osób dotkniętych hejtem.

To wszystko sprawiło, że zostałam dziś uznana przez media za jedną z najbardziej cenionych ekspertek w obszarze przeciwdziałania

mowie nienawiści. Regularnie proszona jestem o komentarze eksperckie na tematy związane z hejtem, przemocą w sieci, etyką i kulturą słowa.

Ale moja droga do miejsca, w którym dziś się znajduję, nie była przypadkowa. Ukończyłam filozofię (specjalizacja: etyka) na Uniwersytecie Papieskim w Krakowie, odbyłam trzyletni kurs doktorancki na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, a także dwuletnie studium pedagogiczne, które dziś stanowi nieocenione wsparcie w pracy z dziećmi i młodzieżą.

Dlaczego powstała książka, którą trzymasz w rękach? Bo wiem, jak wiele osób – szczególnie kobiet – szuka dzisiaj swojej drogi. Chce działać autentycznie, spójnie i z misją. Chce budować markę osobistą, która będzie wiarygodna, mocna i oparta na wartościach.

Zapraszam Cię do lektury tej publikacji, w której dzielę się nie tylko sprawdzonymi strategiami, lecz także moją osobistą historią. Poznaj najważniejsze elementy budowania marki – od podszewki, szczerze, krok po kroku. Mam nadzieję, że stanie się ona dla Ciebie inspiracją do działania w zgodzie ze sobą – bez hejtu, bez presji, z mocą i wiarą we własny głos.

Rozdział 1

Fałszywe przekonania i (nie)idealny wygląd –
czyli co tak naprawdę powstrzymuje Cię
przed zbudowaniem silnej marki osobistej

Ten rozdział chciałabym zacząć od bardzo prostej, ale ogromnie ważnej myśli: niezależnie od tego, kim jesteś, masz w sobie wszystko, czego potrzebujesz, aby odnieść sukces i zostać uznaną(-ym) za ekspertkę / eksperta w swojej dziedzinie. Jest w Tobie siła, o której być może nawet jeszcze nie wiesz. Ta siła stanie się dostępna wtedy, gdy zmienisz przekonania na swój temat.

Wiele kobiet – i wiem to zarówno z własnego doświadczenia, jak i z rozmów z innymi – tkwi w błędnym przekonaniu, że „nie są wystarczająco dobre”, „nie potrafią”, „nie zasługują”. To nieprawda. To tylko głos wewnętrznego krytyka, który bazuje na przeszłych doświadczeniach, wychowaniu, ocenach innych ludzi i – niestety – często również na hejcie.

Dr Maxwell Maltz, autor kultowej książki *Psychocybernetyka*, pisał, że kluczem do sukcesu w każdej dziedzinie życia jest obraz samego siebie, który kształtuje się w oparciu o nasze przekonania. I nie chodzi tu o powierzchowną samoocenę, ale o to, jak napraw-

dę siebie widzimy – głęboko w środku. Maltz podkreślał, że: „Obraz samego siebie stanowi fundament, na którym opiera się twoja osobowość, zachowanie, a nawet sytuacja życiowa”.

I właśnie dlatego piszę o tym w książce o budowaniu marki osobistej. Bo możesz mieć najlepszy plan, strategię i świetnego doradcę od PR-u, ale jeśli nie czujesz się ze sobą dobrze, jeśli nie wierzysz w siebie – nie zrobisz nawet pierwszego kroku. To obraz siebie określa granice Twoich możliwości, wyznacza Twój „obszar działania”. Jeśli sama / sam nie nazwiesz siebie ekspertką / ekspertem, nie uwierzysz w swoją wartość – nikt nie zrobi tego za Ciebie.

W 2023 roku moja serdeczna znajoma, Ola Gościński – redaktorka naczelna magazynu „Girlbosskie” – przeprowadziła ogólnopolskie badania pod tytułem „Jesteś ekspertką. Uwierz w to”. Wyniki były przytłaczające. Aż 60% kobiet uważa, że ich wiedza jest niewystarczająca, by być ekspertką. 63% boi się krytyki kompetencji, 58% odczuwa lęk przed porażką, a 32% boi się... krytyki swojego wyglądu.

To jest właśnie powód, dla którego tak wiele kobiet nie pokazuje się w mediach, nie bierze udziału w konferencjach, nie buduje widoczności online. Boją się, że zostaną ocenione. Że ktoś powie: „ona nie wygląda jak ekspertka”. A przecież bycie ekspertką nie ma rozmiaru, nie ma wieku, nie ma idealnej twarzy z okładki. Ma za to doświadczenie, wiedzę i serce.

Pozwól, że podzielę się osobistą historią...

W 2022 roku doświadczyłam hejtu, który zmienił wiele w moim życiu – niestety, nie na lepsze. Przez trzy miesiące byłam celem ataków ze strony trzech dobrze znanych mi osób. Nie chcę opowiadać szczegółów, bo ten e-book nie jest o nich. Ale to doświadczenie doprowadziło mnie na skraj załamania. W krótkim czasie przytyłam prawie 20 kilogramów, zaczęłam mieć stany lękowe, bezsenność, ataki paniki. Musiałam rozpocząć terapię, bo nie radziłam sobie z emocjami, które zajaśniały. Poszłam w tzw. kompulsywne jedzenie.

Dla byłej modelki, która przez ponad 20 lat żyła w świecie, gdzie „bycie szczupłą” było normą – to był cios. Zaczęłam się chować. Unikałam eventów, mediów, chowałam się za szerokimi ubraniami, wrzucałam tylko selfie, bo na nich łatwiej ukryć to, czego nie chciałam pokazać. Wróciłam do punktu wyjścia: musiałam nauczyć się akceptować siebie na nowo. W większym rozmiarze. W innej skórze. I wtedy zaczęły przychodzić zaproszenia do telewizji. I przyznam szczerze – bałam się. Paraliżowała mnie myśl: „kamera doda mi jeszcze 5 kilogramów”. Ale wiedziałam też jedno – jeśli zacznę odmawiać, te zaproszenia przestaną przychodzić. Albo przełamie swój lęk, albo zniknę.

Mój narzeczony bardzo mnie wspierał. Powtarzał: „Nie wygląd się liczy. Liczy się to, co mówisz”. I miał rację.

Zresztą, to samo pisał dr Maltz w swojej książce, przytaczając historię pacjenta, który chciał zostać mówcą, ale czuł się „zbyt prze-