

JAY SHETTY

LONDON
SPEAKER
BUREAU

- Award-winning digital strategist turned social media influencer and viral content creator



Topics

- Digital
- Environment
- Future
- Society
- Technology

Jay Shetty adalah kelahiran Inggris, mantan biksu & ahli strategi digital pemenang penghargaan yang berubah menjadi influencer media sosial dan pencipta konten viral yang menawan. Sejak meluncurkan saluran videonya pada tahun 2016, video kebijaksanaan viral Jay telah mengumpulkan lebih dari 2 MILIAR penayangan dan memperoleh lebih dari 15 JUTA pengikut di seluruh dunia.

Jay dinamai dalam Forbes 30 Under 30 Class 2017 karena menjadi pengubah permainan dan influencer di dunia Media. Pertunjukan harian Jay di HuffPost Live #FollowTheReader, tempat ia mewawancarai orang-orang seperti Russell Brand, Tim Ferris, Dr. Shefali, Simon Sinek, dan Deepak Chopra, mencapai satu juta orang setiap hari. Jay bertujuan untuk memberikan konten yang mendidik dan berwawasan luas dalam format yang menghibur dan meneguhkan - dengan misi membuat kebijaksanaan menjadi viral. Jangkauan video inspirasinya dikenal melejit ke atas dari 35 hingga 100 juta tampilan dalam waktu tujuh hari sejak diluncurkan. Dia telah membuat konten untuk dan bermitra dengan orang-orang seperti Snapchat & Facebook dan melayani di National Geographic Chasing Genius Council.

Setelah bertemu seorang bhikkhu pada usia 18 tahun, Jay berusaha mendefinisikan kembali kesuksesan pribadi. Dia terinspirasi oleh kehidupan pelayanan, dampak, dan gairah yang bertentangan dengan uang, ketenaran dan kekuasaan. Setelah lulus dengan gelar BSc (Hons) kelas satu dalam Ilmu Perilaku dari Cass Business School, ia menolak tawaran pekerjaan yang menguntungkan dari perusahaan-perusahaan bergengsi, pindah ke India dan hidup sebagai biarawan. Dia menukar pakaiannya dengan jubah, mencukur rambutnya, tidur di lantai dan tinggal di luar loker gym. Jay bermeditasi selama 4-8 jam sehari dan mempelajari filsafat kuno. Setengah hari dihabiskan untuk pertumbuhan pribadi dan yang lainnya untuk membantu orang lain. Ini termasuk semuanya, mulai dari meditasi pribadi dan kolektif, studi dan refleksi hingga pengajaran dan filantropi. Selama tiga tahun, Jay membantu membangun desa yang berkelanjutan, program makanan yang mendistribusikan lebih dari satu juta makanan per hari dan melatih generasi millennial di seluruh India dan Eropa.

Jay menerima proposal dari gurunya yang percaya dia bisa membagikan apa yang telah dia pelajari jika dia meninggalkan jalan. Jay pindah kembali ke London bersama orang tuanya, dalam utang besar tanpa keterampilan yang dapat dikenali dalam resumennya. Untungnya, teman-temannya, yang sekarang bekerja untuk organisasi terbesar di dunia namun mengalami tekanan dan tekanan yang luar biasa, mengundang Jay untuk melatih mereka tentang kesejahteraan, tujuan, dan perhatian. Jay mulai berbagi pengalamannya sebagai seorang biarawan di perusahaan-perusahaan terbesar di dunia termasuk EY dan Nasdaq.

Didorong oleh keinginan untuk berbagi pembelajarannya dengan sebanyak mungkin orang, ia kembali terlibat dengan dunia dan terjun terlebih dahulu untuk

mempelajari tentang alat dan teknik yang memungkinkan pengetahuan menyebar secepat hiburan. Dia bergabung dengan Accenture, membantu mereka membangun divisi digital mereka sambil belajar tentang kekuatan yang membentuk lanskap digital baru. Dia dengan cepat menjadi influencer media sosial # 1 mereka, di sebuah perusahaan dengan 400.000 orang. Sepanjang jalan, ia menyarankan lebih dari 150 eksekutif pada merek pribadi mereka, yang menyediakan basis yang sangat luas untuk menguji teori. Dia memanfaatkan temuannya untuk meluncurkan halaman Facebook-nya sendiri pada tahun 2016, yang meledak.

Video Jay ditonton oleh Arianna Huffington, yang memintanya untuk membuat seri untuk HuffPost. Empat video pertamanya mencapai lebih dari 50 juta tampilan - HuffPost tertinggi yang pernah diterima. Arianna mengundang Jay ke New York untuk menjadi Host & Produser Senior untuk HuffPost Live di mana ia menciptakan #FollowTheReader. Facebook Live Daily Talk Show, menampilkan penulis dan ide-ide yang mengubah hidup, menjadi # 1 untuk keterlibatan audiens - dengan tema yang mencakup gairah, tujuan, perhatian, ketahanan, kegagalan, dan komunikasi.

Hari-hari ini, Jay terus mengembangkan mereknya melalui agensi video viral, pelatihan & lokakarya kelompok.