

* Создай свой бренд

г. Суворов, Тарасов И.С., гр. магистратура

* Это образ, который возникает у людей при упоминании имени того или иного человека Это материальный актив человека или компании Это то, что известно о вас как о личности и профессионале



* Определение личного бренда



- * Сохранение вашего статуса и независимости в любой компании
- * Вы становитесь более интересным и уникальным человеком
- * Публичная репутация вас, как профессионала с громким именем
- * Быстрое расширение круга знакомств



- * Любая промашка может разрушить бренд
- * Не будет возможности жить скромной жизнью
- * Повышенное внимание и публичность

* Плюсы и минусы бренда

Структура личного бренда



Как построить личный бренд? С чего начать?

- **Шаг 1. Определите область, в которой вы будете строить личный бренд.** Нельзя строить личный бренд сразу в нескольких отраслях. Невозможно быть отличным юристом и супер гениальным фотографом. Вы должны четко обозначить свою сферу.
- **Шаг 2. Ответьте себе на вопросы:** Что вы можете предложить? В чем ценность, уникальность ваших услуг? Какую проблему клиента вы можете решить? Что работает на вас, а что против вас? Ответы объективно покажут, чем вы выгодно отличаетесь от остальных.
- **Шаг 3. Сформулируйте посыл, который вы хотите донести своему потенциальному клиенту.** Определите, что вы будете транслировать и как вы при этом будете выглядеть на фоне конкурентов.
- **Шаг 4. Определите свою целевую аудиторию.** Вы должны четко знать, кто ваш потенциальный клиент, на кого следует ориентироваться при построении личного бренда. Вы должны досконально понимать его потребности, что для него важно, что его привлекает, чего он опасается.

Этап 1.

- На первом этапе необходимо составить mind-map (с целью выявить индивидуальные черты, описать особенности, которые вас отличают).
- Профессионально описать ваши ценности и убеждения. Первый этап полностью сосредоточен на построении видения, целей, задач и обходных путей возможных препятствий.
- В персональном бренде точкой отсчёта являются ваши истинные **ценности**.
- К примеру, у политиков точкой отсчёта является рынок. Т.е. политики говорят не то, что хотят, а то, что хотят слышать люди. И их клятвенные убеждения меняются от дуновения ветерка - политики представляют обществу не свои ценности.

Этап 2.

- И затем позиционировать бренд в своей определённой нише (чётко определить, описать её и обязательно согласовать с результатами первого этапа). Выявить непосредственную целевую аудиторию в рамках определённого сегмента вашей ниши.
- На этом этапе очень сильно могут помочь техники НЛП (нейролингвистического программирования).
- Как результат – определение узкой экспертной области. Это очень важно, так как именно на этом этапе люди делают большинство ошибок, за которые приходится отвечать потом.
- Что является вашим призванием?
- Что вам нравится делать, даже если бесплатно?

Этап 3.

- Пора начинать создавать, по крупицам. Разрабатывать обещание бренда, разрабатывать миссию, создавать легенду и формулировать слоган.
- А так же выбирать правильные ритуалы, хобби, привычки, обычаи и эффективные убеждения.
- Правильные стандарты речи, походку, жестикуляцию, манеры и мимику. В большинстве случаев - после повысить цены на вас, ваши услуги/товары. И определить, как будете именоваться. Реальное имя, или псевдоним (к примеру, настоящее имя Дженнифер Энистон – Дженнифер Анастассакис).
- Как лучший результат работы на четвёртом этапе - заявление о своём лидерстве в выбранной нише.

Этап 4.

- Одна из частей вашего бэкграунда.
- Пора создавать подкасты, писать статьи, заметки, обзоры, тем самым подкрепляя заявление о лидерстве в нише. Возможно, это будут какие-то семинары или интернет-встречи.
- Необходимо понять правильные алгоритмы написания, а так же составить список тем и названий на ближайшие несколько месяцев вперёд, т.е. составить чёткую программу информационной поддержки, которой мы будем следовать.

Этап 5.

- Всё, что видит и как представляет вас целевая аудитория.
- Вы (причёска, стиль одежды, аксессуары, ваш мобильный телефон, автомобиль и т.д.). Ваше представление (собственный логотип, блог, сайт, имиджевые фотографии, визитки, презентационный видеоролик).
- Необходимо предпринять шаги по разработке дизайна и оформления, а так же определить необходимый минимум работ

Этап 6.

- Непосредственно, продвижение бренда, т.е. как люди будут о вас узнавать.
- Необходимо разработать план продвижения в сети и следовать ему.
- Создавать комьюнити и работать с ним. Создать публичные страницы социальных сетях. Размещать статьи в интернет-СМИ и на личном сайте (блоге).
- Выбирать профессиональные сообщества, планировать и инициировать мероприятия вокруг себя.
- Какое продвижение будет самое эффективное? Партнёрские сети или контекстная реклама? Или выступления на радио? Или..

Как построить личный бренд? С чего начать?

- **Шаг 5. Продумайте ваше позиционирование, ваш образ и стиль. Каким вы хотите, чтобы вас воспринимали ваши клиенты?** Обдумайте все возможные атрибуты: внешний вид (прическа, одежда, аксессуары), стиль ведения дел, манера разговора и жестикация. Подтверждайте уровень вашего профессионализма убедительными фактами: составьте список личных достижений и компетенций (дипломы, сертификаты, звания, награды, рекомендации, премии, истории успехов ваших клиентов).
- **Шаг 6. Оцените свои сильные и слабые стороны как профессиональные, так и личные. Проведите личный SWOT-анализ.** Развивайте навыки, которые могут понадобиться вам в работе: ораторское мастерство, нетворкинг, копирайт и т.д. Не стесняйтесь своего несовершенства, ведь люди, которые непрерывно работают над собой, вызывают уважение.
- **Шаг 7. Определите каналы коммуникации с вашими потенциальными клиентами и методы донесения информации о вас как о бренде.** В зависимости от характера целевой аудитории необходимо определить наиболее эффективные каналы коммуникации. Это могут быть традиционные СМИ (статьи, интервью, комментарии), участие в качестве докладчика или участника на различных мероприятиях (конференциях, круглых столах, вебинарах, ворк-шопах), продвижение через социальные сети и блоги (личные или официальные страницы, блоги), работа с общественными организациями или любые другие действенные каналы.

Личный бренд — отличная возможность инвестировать в себя и свой бизнес.



Личный бренд

От внутреннего сияния
к внешнему



Внутри

Миссия
Принципы

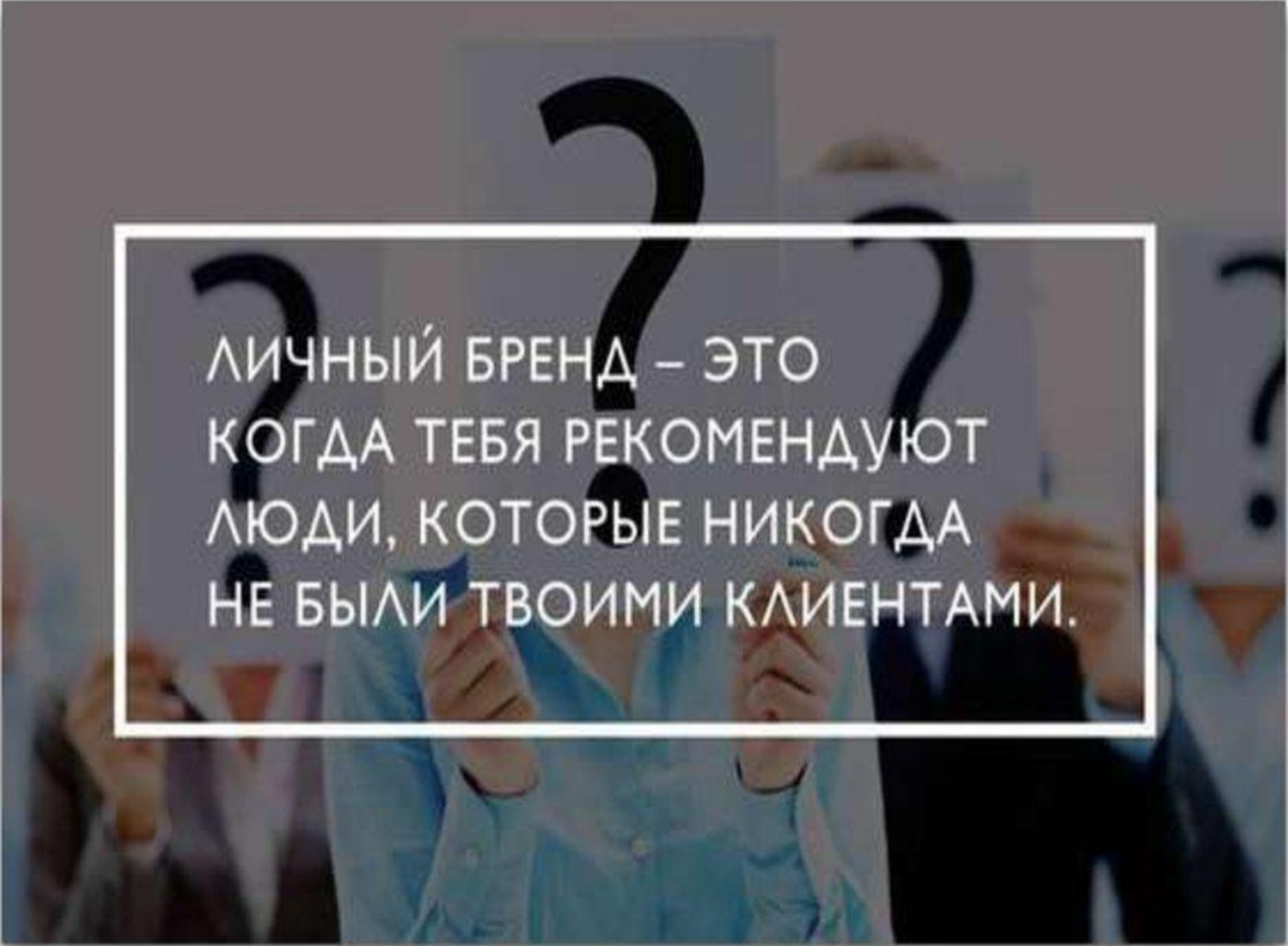
Снаружи

Образ
Атрибутика

Маркетинг

Позиционирование
Продвижение





ЛИЧНЫЙ БРЕНД – ЭТО
КОГДА ТЕБЯ РЕКОМЕНДУЮТ
ЛЮДИ, КОТОРЫЕ НИКОГДА
НЕ БЫЛИ ТВОИМИ КЛИЕНТАМИ.

*** Спасибо за внимание**