

ОСНОВЫ ЛИЧНОГО БРЕНДА: ЧТО ЭТО ТАКОЕ И КАК ЕГО СОЗДАТЬ

Спикер Ирина Хорхоль



Обо мне



Маркетолог с опытом работы 15 лет в топовых российских и международных корпорациях (LG Electronics, CoMagic, Срос и другие), эксперт по личному бренду и сооснователь проекта “Имиджмаркетинг”, основатель маркетингового агентства “Norhol&Partners”, ведущая бизнес-мероприятий, преподаватель по интернет-маркетингу, а также ментор и наставник.

Образование:

РУДН по специальности “Связи с общественностью”. А также множество курсов по повышению квалификации.

О чем будем говорить

- Что такое личный бренд
- Для чего он нужен
- Какие задачи с помощью его формирования можно решить
- Каков ваш личный бренд сейчас
- С чего начать работу над ним и какие есть инструменты

Реализация в работе

Существует 2 основных вида реализации:

1. Профессиональная
2. Карьерная реализация

Сегодня мы говорим исключительно про карьеру.

Определение личного бренда

“Личный бренд - это маркетинговый инструмент, управляемый инструмент для достижения ваших личных целей с помощью создания определенного имиджа, образа и репутации, а также его грамотного и системного продвижения».

Крутая цитата о личном бренде

Как сказал **Джефф Безос** основатель Amazon, «**личный бренд** — это то, что о вас говорят люди, когда вас нет в комнате».

Элементы личного бренда

- Внешний имидж
- Профессионализм
- Ораторское мастерство
- Этикет
- Психология/мышление
- Ресурс
- Упаковка
- Продвижение

С чего начать?

- Целеполагание
- Анализ
- Выбор инструментов
- “Базовые настройки”
- Упаковка

Целеполагание

Целеполагание — это умение осознанно ставить цели и планировать их достижение.

Так как это инструмент, сначала ставим цель.
Сначала подумайте какую задачу с его помощью вы хотите решить!

Примеры самых популярных бизнес-целей:

- материальное благополучие и достаток;
- известность;
- социальный капитал.

Как правильно ставить цель - техника SMART!
(Обязательно изучите и применяйте ее в жизни и в работе):

- specific — конкретная;
- measurable — измеримая;
- attainable — достижимая;
- relevant — уместная или актуальная;
- time-bound — ограниченная по времени.

Разные примеры личного бренда

- Светлана Бокальчук, основатель Wildberries
- Ирина Хакамада, советский и российский экономист, политический и государственный деятель, журналист, публицист, писательница, теле- и радиоведущая.
- Ирина Хорхоль, маркетолог

Анализ

Что и зачем анализировать?

1. Свои социальные сети

Смотрим что не так

Чистим и корректируем

- аватарка
- шапка
- все ли инструменты используем и как

1. Поисковики (это про масштаб)

- регулярно вводить свое имя и фамилию и смотреть что о вас появляется в выдаче и появляется ли вообще

1. Конкурентов

- какие они используют фишки
- что у них лучше всего работает

1. Целевую аудиторию

- чем они интересуются
- чем живут

Инструменты

Какие бывают инструменты:

- Нетворкинг (Посещение мероприятий, выстраивание связей)
- SMM (Социальные сети)
- Мероприятия (спикерство)
- PR (Публикации в онлайн и офлайн изданиях)
- Книга (Вашего авторства)

Чтобы понять какие инструменты нужны именно вам, посмотрите на вашу цель и скорее всего там и получите ответ. :-)

Базовые настройки

1. Проверить в каких соц сетях вы уже есть
2. Аватарка: портрет, четко видно ваше лицо, взгляд в камеру, контрастный однотонный фон, желательно без дополнительных деталей.
3. Как они называются: рекомендую имя и фамилия, можно и псевдоним, но помните, что скорее всего он с вами до конца. :-)
4. Шапка профиля: ФИО + профессия.
5. Описание профиля: понятно кто вы.
6. Ссылки на сайт, лендинг и другие соц сети (экосистема).
7. Чистка контента: убрать фото с алкоголем и в купальниках (если вы думаете, что ваши будущие работодатели не проверяют ваши соц сети - это глубокое заблуждение!).

Запомните!

- Любят настоящих: естественных и аутентичных
- Лучший контент: юмор

Внешний имидж

- Книгу судят по обложке
- У нас есть всего 3 секунды, чтобы произвести впечатление. Тоже самое касается и соц сетей и сайта
- Хороший пример Стив Джобс: несмотря на его простой внешний вид - образ ему составлял известный дизайнер Йоджи Ямамото исходя из интересов его целевой аудитории и позиционирования. То есть не такой уж этот образ и простой. :-)

Этикет

- Приветствие
- Поведение за столом
- Речь
- Поведение в общественных местах
- Одежда
- И многое другое

Рекомендация: прочитать книгу Ольги Шевелевой “На уровень выше: 25 правил вежливых и успешных людей.” Книга из подборки Игоря Мана (маркетолог №1 в России).

Хейт и критика

- Отличить одно от другого
- Выявить свои точки роста
- Отсеять лишнее и не реагировать

Запомните:

Хейт - это не плохо! Это лакмусовая бумажка успеха

Запретные и спорные темы

- Политика
- Религия

Видео как выходить из неудобной и провокационной ситуации на примере [Джей Ло](#)

Социальная ответственность

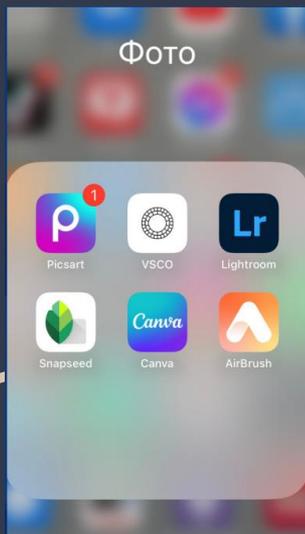
Помните: как только вы становитесь публичными, на вас ложится дополнительная социальная ответственность. Думайте, пожалуйста, что вы транслируете. Вам самим потом в этом жить. :-)



Книги для саморазвития

- Писать крутые тексты (даже электронные письма): "Пиши и сокращай", "Ясно, понятно" - Максим Ильяхов
- Этикет: "На уровень выше: 25 правил вежливых и успешных людей" - Ольга Шевелева
- Для крутых публичных выступлений: "TED TALKS. Слова меняют мир. Первое официальное руководство по публичным выступлениям" - Крис Андерсон
- Для крутых переговоров: "Психология влияния" - Роберт Чалдини
- Для веры в себя: "Как перестать беспокоиться и начать жить" - Дейл Карнеги
- Когда сложно: "К себе нежно. Книга о том, как ценить и беречь себя" - Ольга Примаченко

Приложения и сервисы для формирования контента



ФОТО

- Picsart
- VSCO
- Lightroom
- Snapseed
- Canva
- AirBrush

ВИДЕО

- VN
- CapCut
- InShot

ТЕКСТЫ

- <https://glvrd.ru/> - с этим сервисом сверяются даже самые крутые контент-менеджеры и копирайтеры :-)

Спасибо за внимание!



*Искренне верю, что рано или поздно этот материал
вам пригодится! :-)*

Другие темы:

- *Продвижение в Инстаграм*
- *Внешний имидж (вебинар партнёра)*