

ИМИДЖ ПЕРВОГО ЛИЦА: ОЧКИ, ГАЛСТУК ...IPAD

«...В отличие от любой иной революции, ядро трансформации, которую мы переживаем теперь, связано с технологиями обработки информации и коммуникацией».

*Мануэль Кастельс,
профессор Калифорнийского университета в Беркли , ведущий
аналитик сетевого общества.*

СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОММУНИКАЦИИ И "НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ"

▣ *«The Medium is the Message»*

Маршалл Маклюэн

▣ *«Мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация. Напротив, мы обитаем в мире, созданном информацией»*

Мишель Фуко

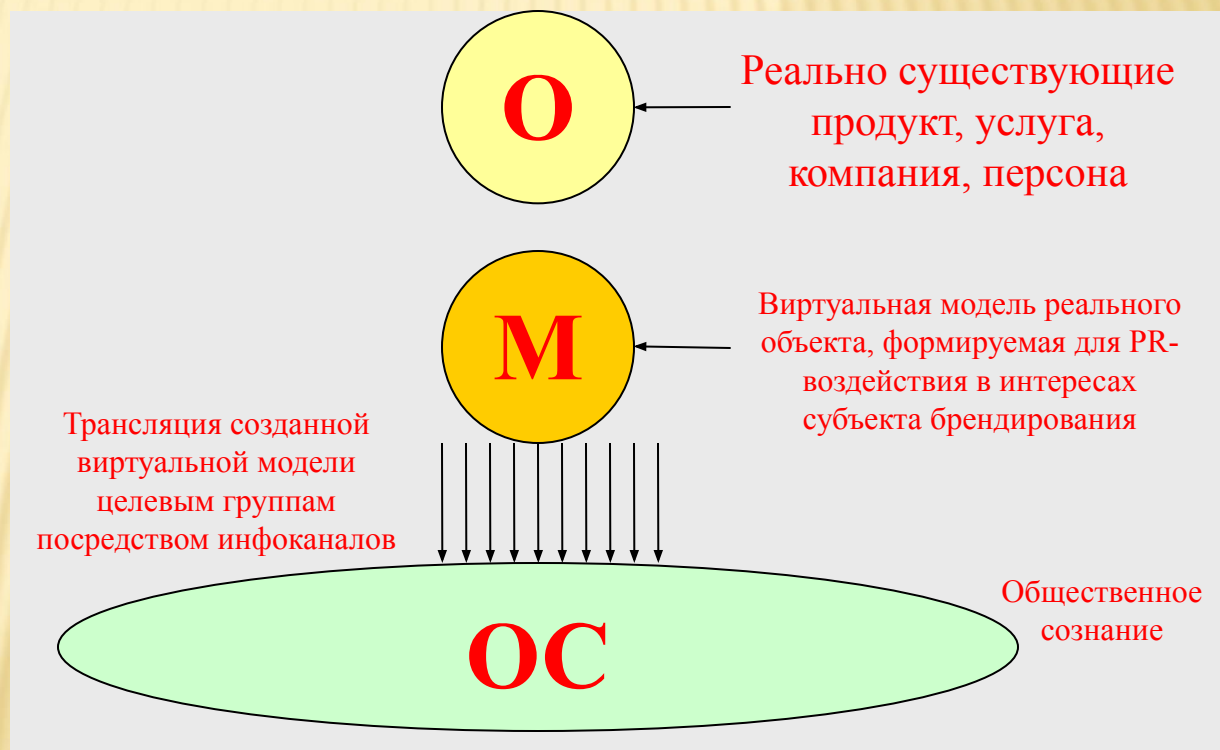
▣ *«Наверное, нет сегодня большей власти, чем власть виртуальная... Власть образов – это не менее страшная сила, чем власть денег или власть силы».*

Е.Б. Шестопал

СХЕМА ПОДМЕНЫ РЕАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ ВИРТУАЛЬНОЙ МОДЕЛЬЮ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА

1 этап :
Создание
содержательной
модели;

2 этап :
Трансляция модели
в сознание
представителей
целевой аудитории



СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОММУНИКАЦИИ И "НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ"

- ▣ *«В конце концов, живых политиков окончательно вытеснят их образы в СМИ. И первым останется только благодарить вторых за свое изгнание из эфира, поскольку зажившие своей жизнью образы в масс-медиа смогут сделать столько, сколько политику-человеку и не снилось».*

Маршалл Маклюэн

СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОММУНИКАЦИИ И "НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ"

- ▣ ***«Не существует объективной реальности. Не существует лучших продуктов. Не существует фактов. Единственное, что существует <...> — это восприятия в сознании потребителей или потенциальных клиентов. Восприятие — вот реальность. Все остальное — иллюзия».***

Джек Траут

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕРВОГО ЛИЦА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕЛЯХ



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕРВОГО ЛИЦА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕЛЯХ



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕРВОГО ЛИЦА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕЛЯХ



А ЕЩЕ МЫ УМЕЕМ ТАК 😊



Успокою всех!

ЛДПР
Макаров

Константин Александрович
кандидат в Думу Великого Новгорода
по избирательному округу № 24

**За все
ответите!**

Бюрократов - на север!
Жуликов за решетку!
Я за бедных, я за русских!

Макаров Константин Александрович, дата рождения 11 января 1974 г., образование высшее профессиональное, временно не работает, место жительства Новгородская область, г. Великий Новгород. Женат сыну 6 лет.

Иллюстрация: иллюстрация художника. Фотографии: фотографии кандидата. © 2011 Константин Макаров и ЛДПР. Все права защищены. Сайт: www.ldpr.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕРВОГО ЛИЦА В БИЗНЕС-ЦЕЛЯХ

Как заработать первый миллион,
не имея
стартового
капитала

Читайте
и действуйте!



**ВЛАДИМИР
ДОВГАНЬ**
при участии Елены Минилбаевой

The image shows a promotional poster for Vladimir Dovgan. It features a man in a blue shirt and red tie, resting his chin on his hand. The text is in Russian, advertising a way to earn a million without starting capital. The name 'ВЛАДИМИР ДОВГАНЬ' is prominently displayed in large white letters on a red background at the bottom.



ИМИДЖ ПЕРВОГО ЛИЦА...

- Ведущий специалист в области исследования коммуникаций Шолтен:
- для успешного развития компании необходимо «быть хорошей» и «быть видимой». **Being good** – предоставлять хорошие товары и услуги, придерживаться высоких социальных стандартов. **Being visible** – товары и услуги, а также система ценностей и внешний имидж компании хорошо известны обществу и целевым аудиториям
- Аналогично: первое лицо компании, политической, управленческой структуры (топ-менеджер, политик, чиновник) должен быть good and visible
- Компания, структура – суть отражение первого лица; стратегия развития, корпоративная культура – суть отражение его ценностей и установок ..

ИМИДЖ ПЕРВОГО ЛИЦА...

- Оценка личностных характеристик первого лица:
 - Лидерские качества
 - Образование, интеллект
 - Менеджерские качества
 - Лоббистские возможности
 - Профессиональный опыт
 - Человеческие качества...
-
- Что является важным для целевых аудиторий?
 - Не «я думаю, что они думают обо мне и возглавляемой мной структуре», а «важно знать, что они думают на самом деле».

ИМИДЖ ПЕРВОГО ЛИЦА...

- ▣ **«Бренды вышли за границы "хозяйственного" мира. Политики, артисты, ученые, чиновники убедились, что создание и постоянное укрепление их личного бренда — это ключ к успеху. А высокая конкурентоспособность бренда их корпорации, партии, сферы искусства и даже города и целой страны — ключ к еще большему успеху».**

Томас Гэд

ИМИДЖ ПЕРВОГО ЛИЦА...



G3 Коммуникационная группа **Innovation PR & Branding**

© 2010 «Коммуникационная группа
G3»

+7 (495) 718-18-80

www.g3-group.ru

info@g3-group.ru