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

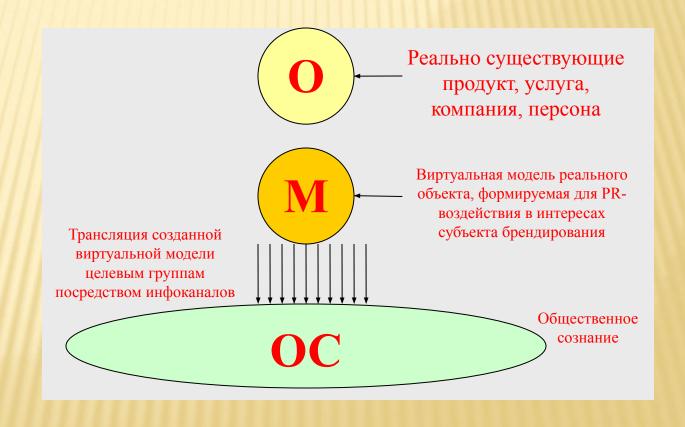
СХЕМА ПОДМЕНЫ РЕАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ ВИРТУАЛЬНОЙ МОДЕЛЬЮ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА

1 этап:

Создание содержательной модели;

2 этап:

Трансляция модели в сознание представителей целевой аудитории



СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОММУНИКАЦИИ И "НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ"

п «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 политикучеловеку 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 😌



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕРВОГО ЛИЦА В БИЗНЕС-ЦЕЛЯХ





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...

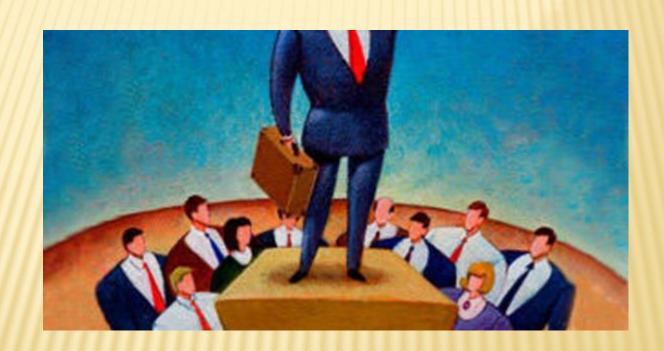
- Оценка личностных характеристик первого лица:
- Лидерские качества
- □ Образование, ителлект
- Менеджерские качества
- Лоббитстские возможности
- Профессиональный опыт
- Человеческие качества...
- Что является важным для целевых аудиторий?
- Не «я думаю, что они думают обо мне и возглавляемой мной 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...



СЗ Kommyникационная группа Innovation PR & Branding

© 2010 «Коммуникационная группа G3» +7 (495) 718-18-80 www.g3-group.ru

info@g3-group.ru