

"Я - успешный Бренд! Секреты самопиара"



"От хорошего бренда во многом зависит успех человека.

Неудачный бренд во многом определяет провал.

У всех есть свой бренд - хороший или плохой, личный или корпоративный.

Осознаем мы это или нет, но бренд есть у каждого!"

К. Хилицки

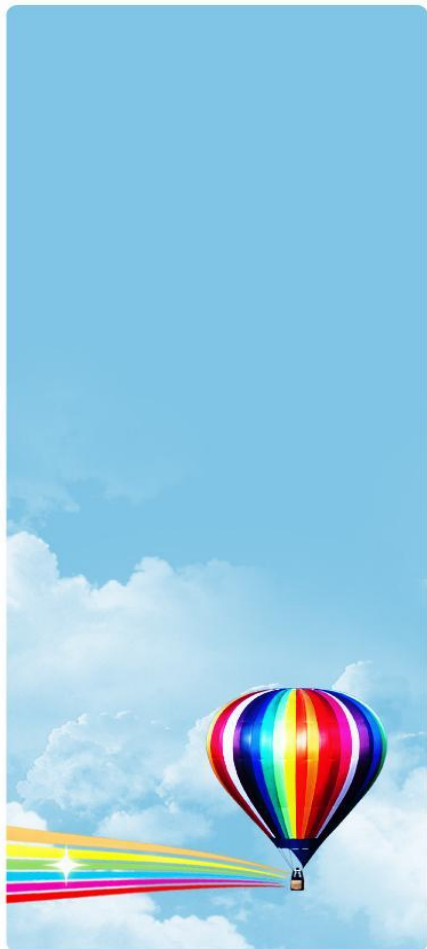
ЧТО ТАКОЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД?

Ваш персональный бренд - это то, что люди думают о вас

Это то, что вы как личность вызываете в человеке на эмоциональном уровне

Это то, что о вас говорят и что думают, когда слышат ваше имя, сталкиваются с результатами вашей деятельности и вами лично

Те чувства, которые ваше присутствие или мысли о вас вызывают у других людей, и есть ваш бренд



Чем быстрее вы выясните и опишите:

- кто вы на самом деле?
- что для вас ценно и важно
- каковы ваши убеждения



Тем быстрее поймете как именно вы влияете на свой профессиональный и личностный успех

Сила брендов определяется сочетанием трех ключевых характеристик:

Отличительностью

Значимостью

Последовательностью

Отличительность бренда

Согласно Элу Райзу и Джеку Трауту, «товар только тогда может претендовать на успех, если способен объяснить, зачем он нужен и чем отличается от подобных ему конкурентов»

Сильные персональные бренды также всегда отличительны. Люди, обладающие таким брендом, выделяются из общей массы.

Значимость бренда

«Большинство брендов никоим образом не интересуют большинство людей, т.к. не входят в зону их интересов.

Здесь действует разумная защитная система: если я не хочу (или не могу) это получить, то зачем думать об этом? Для того, чтобы потребитель почувствовал бренд своим, необходимо, чтобы он обладал значимыми свойствами»

(«Анатомия бренда», Л.Мамлеева, В.Перция)

Ваша значимость для клиентов определяется не только предлагаемым продуктом или услугой, но и тем, насколько эффективно они решают их проблемы и удовлетворяют их потребности.

Чем больше значимость, тем сильнее ваш бренд!

Последовательность

Свойство всех сильных брендов – делать вещи отличительные и значимые последовательно, ВНОВЬ И ВНОВЬ

Последовательность определяется как надежность. Если люди убеждаются в предсказуемости ваших действий, они начинают вам верить.

И всякий раз, когда вы поступаете так, как этого ожидают люди, вы укрепляете свой персональный бренд

ПАРАМЕТРЫ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА

- Компетентность
- Стандарты
- Стиль

Компетентность



Какими бы не были ваши стиль и стандарты, необходимо владеть определенным уровнем квалификации в той области, которая интересна клиентам

Стандарты



Как вы ведете себя каждый день, как выполняете свои функции, как действуете – все это является стандартами вашего бренда. Стандарты существенно влияют на восприятие вас другими людьми

Стиль



Стиль – это то, как вы взаимодействуете с другими людьми. Это именно то, что в полной мере передает индивидуальность личного бренда и придает ему окраску

6 шагов построения личного бренда



-Опишите, чем вы выделяетесь на фоне других людей, в чем ваши отличительные особенности?

- В чем вы исключительно хороши?

Шаг
№1

Шаг
№2

Шаг
№3

Шаг
№4

Шаг
№5

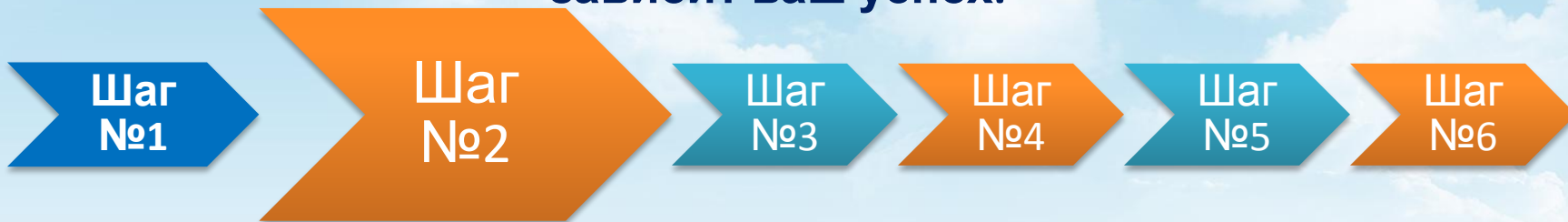
Шаг
№6

Изучение целевой аудитории



- Какое значение люди придают тому, что вы для них делаете?
- Их оценки тому, как вы это делаете?
- Знаете ли вы потребности и интересы вашей целевой аудитории***?
- Каковы они?
- Какие ваши сильные стороны и возможности соотносятся с потребностями и интересами целевой аудитории?

Определение вашей целевой аудитории должно быть максимально понятным и иметь четкие границы. От этого зависит ваш успех.



Последовательность



- Проанализируйте последовательны ли ваши действия?
- Всегда ли они предсказуемы для целевой аудитории?
- Насколько последовательно ваше поведение?



Компетентность



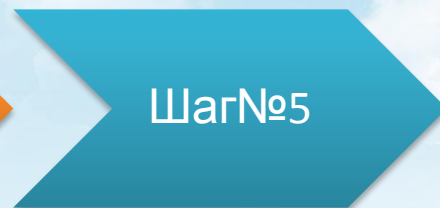
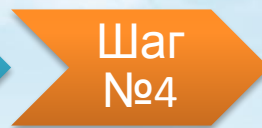
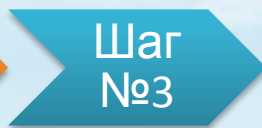
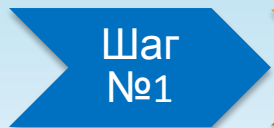
- Определите, в чем вы наиболее компетентны?
- Каких компетенций ожидает от вас ваша целевая аудитория?
- Оцените уровень вашей внутренней готовности предложить людям необходимый уровень компетентности



Стандарты



- Определите стандарты своего персонального бренда. Чем они отличительны и значимы?
- Как действуют ваши стандарты на отношения с целевой аудиторией?
- Как данные стандарты влияют на восприятие вас другими людьми?



Стиль



- Каким образом вы взаимодействуете с целевой аудиторией?
- Какими эпитетами можно описать стиль вашего взаимодействия?
- Насколько эти эпитеты сильны и эмоциональны?

Шаг
№1

Шаг
№2

Шаг
№3

Шаг
№4

Шаг
№5

Шаг
№6

Развитый бренд даст вам инструменты, позволяющие:

- 1. Значительно повысить финансовое благополучие**
- 2. Заниматься только той деятельностью, которая приносит удовольствие**
- 3. Во много раз увеличить свою стоимость на рынке труда**
- 4. Добиться признания в профессиональных кругах**
- 5. Сделать мощный карьерный скачок**
- 6. Создать собственный успешный бизнес**
- 7. Повысить чувство собственного достоинства и уважения к себе**

«Я – успешный Бренд! Секреты самопиара»

10 декабря 2011 года в Киеве состоится тренинг о том, как:

- зарабатывать деньги, занимаясь Любимым Делом
- получать заказы, не делая продаж и холодных звонков
- уверенно и спокойно назначать достойную цену своей работе
- работать с удовольствием, самостоятельно планируя график и нагрузку
- быть обеспеченным и свободным

www.coach-100.com

**Люди часто не реализовывают свои
желания и не находят любимого
дела...**

Не откладывайте жизнь на потом!

Действуйте!