

100+ КЕЙСОВ
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Мария
АЗАРЕНОК

Екатерина
АЗИЗОВА

АКТИВИРУЙ СВОЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД



МОСКВА
2019

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

УДК 65.01
ББК 65.290-2
А35

Художественное оформление *Сергея Третьякова*

Фото на обложке из личных архивов авторов

В оформлении обложки использована фотография:

Digital Storm / Shutterstock.com

Используется по лицензии от Shutterstock.com

Азаренок, Мария Александровна.

А35 Активируй свой персональный бренд! 100 кейсов для повышения эффективности бизнеса / Мария Азаренок, Екатерина Азизова. — Москва : Эксмо, 2019. — 480 с. — (Бизнес Молодость. Книги для начинающих предпринимателей).

ISBN 978-5-04-098171-7

Настольная инструкция предпринимателя и самозанятого человека о том, как и зачем строить личный бренд. 100 самых острых и часто встречающихся вопросов про личный бренд из онлайн и офлайн практики Марии Азаренок, на них даны инструкции-ответы, подкрепленные живыми историями и примерами людей — брендов из авторского подкаста <http://podcast.azarenokpro.com>

УДК 65.01
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-098171-7

© Азаренок М., 2019
© Азизова Е., 2019
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

ВВЕДЕНИЕ

Мы живем в удивительное время. С каждым годом мир стремительно меняется, и скорость этих изменений только нарастает.

Знакомы ли вы с понятием «информационный взрыв»? Этот термин используют для иллюстрации лавинообразного нарастания массы разнообразной информации в современном обществе.

Чтобы вы почувствовали масштаб «трагедии», приведу вам статистику 2013 года: «Современный человек за месяц получает и обрабатывает столько же информации, сколько человек XVII века — за всю жизнь, а в Facebook в открытый доступ ежемесячно выкладывается 30 миллиардов новых источников информации».

А теперь риторический вопрос: сильно ли изменилась наша реальность с 2013 года? КАРДИНАЛЬНО.

Так, например, на момент написания этого вступления лично я за эти несколько лет:

— стала YouTube-бизнес-блогером с более чем 100 000 подписчиков (и более полумиллиона просмотров в месяц);

— создала живую аудиторию в Instagram суммарно более 200 000 подписчиков;

— построила карьеру в сетевом бизнесе с миллионными оборотами и уже успела завершить ее;

— создала 3 прибыльных бизнеса в разных нишах и осталась в одном из них;

— и самое главное, в контексте этой книги стала экспертом в такой теме, как личный бренд. Более 10 000 человек только за 2018 год прошли наши обучающие программы по активации личного бренда.

Это всего 5 лет!

Вы спросите: «А при чем тут личный бренд и «информационный взрыв»?»

Я задам встречный вопрос: «Если так стремительно нарастает количество информации в этом мире, то сложнее или легче вашим потенциальным потребителям — покупателям — клиентам принимать решение относительно того, кого выбрать в этом информационном потоке?»

Больше информации, больше выбор и... больше вариантов, что выберут не вас.

Кто-то потребляет информацию, кто-то ее производит.

Кто рулит процессом? Тот, кто производит такую информацию (о себе, своей компании, своих продуктах, товарах, идеях и задачах), которая способна дойти до максимального количества интересных ему аудиторий и вызвать их сопричастность.

Это называется «создать правильный DIGITAL-след».

И задача этой книги — научить вас пользоваться одним из самых мощных инструментов по созданию этого следа в онлайн и офлайн-пространстве — вашим личным брендом. Потому что если вы не производите правильную информацию о себе в информационном пространстве, то поверьте, это сделают за вас, но не факт, что вам понравится результат такой работы.

Быть брендом означает взять под контроль информационные потоки вокруг своей личности и всех своих профессиональных активностей, стать ньюсмейкером для своей и смежных аудиторий, самому определять, кто вы, про что и на каком языке говорите с этим миром.

Моя практика (а я провожу порядка 60 часов личных консультаций по теме личного бренда и нетворкинга с предпринимателями разного масштаба каждый месяц) показывает, что, несмотря на то что в последнее время часто звучит словосочетание «личный бренд», тем не менее в действительности мало кто делает осознанные системные шаги в направлении его активации. Все понимают, что «хорошо было бы», но мало кто идет дальше регулярных фотографий и постов в Instagram. Что, в общем, неплохо, но это лишь 1% того, что можно — нужно сделать.

Сегодня вы держите в руках проверенную пошаговую систему работы над вашим личным брендом. А вместе с ней — реальные примеры успеха через личный бренд в абсолютно разных нишах.

Хотя... быть может, вы еще не до конца уверены в том, что «оно вам надо»?

Давайте смотреть дальше. Как вы думаете, что делает абсолютное большинство современных людей после знакомства с интересным человеком, например, на бизнес-мероприятии, через общих знакомых или в профессиональном сообществе? Мы идем гуглить или «яндексить». Зачем? Подтвердить или опровергнуть первое впечатление. Мы ищем социальные доказательства того, кто этот человек, что он делает и чем может быть нам полезен.

Как это работает у меня лично? Интернет помогает мне сокращать дистанцию. Если мне кто-то интересен при личном знакомстве и в Интернете я нахожу подтверждение, что да, мне не показалось, это действительно интересный профессионал, то я гораздо быстрее вхожу с ним в контакт, продолжаю диалог и соглашаюсь на его предложения. Да даже слушаю с большим вниманием. А если не нахожу... то выключаю, забиваю, забываю. Не потому, что он какой-то не такой. Просто у меня нет времени разбираться какой. В информационном потоке нам всегда проще найти того, кто максимально понятен.

В эпоху «информационного взрыва» конкуренция во всех нишах растет, и я не могу долго размусоливать — если ты непонятен, то неинтересен, потому что я быстро найду того, кто будет понятен!

А как сделать так, чтобы быть понятным, привлекательным, предсказуемым для своих аудиторий? Построить личный бренд в соответствии со своими задачами. Причем сделать это во всех возможных точках контакта, онлайн и офлайн.

Именно этим мы и займемся на этих страницах.

Мы последовательно пройдем с вами весь путь активации вашего личного бренда:

- разберемся, что такое личный бренд и как он работает;
- снимем возражения, которые мешают вам разрешить себе стать брендом;
- построим формулу вашего бренда и создадим легенду;
- определим позиционирование и уникальность;
- упакуем через релевантный контент в нужных точках контакта;
- запустим раскрутку разными способами;
- создадим тыл бренда и предпосылки для масштабирования;
- проработаем «синдром самозванца».

Но я хочу вас предупредить — путь, который вы начнете вместе с нами в этой книге, на ней не закончится.

Это путь длиной во всю вашу предпринимательскую жизнь во всех ваших сферах.

Личный бренд — это инструмент, который всегда с вами. Он будет эволюционировать, станет вашим верным помощником в любом деле, и его эффективность будет только нарастать с каждым месяцем (естественно, при правильном подходе).

Итак, поехали!

.....

БЛИЦ-АУДИТ ВАШЕГО БРЕНДА

ДЛЯ НАЧАЛА РАБОТЫ Я ПРЕДЛАГАЮ НЕБОЛЬШОЙ ПРОСТОЙ ТЕСТ, КОТОРЫЙ ПОМОЖЕТ ОПРЕДЕЛИТЬ СТАРТОВУЮ ПОЗИЦИЮ, С КОТОРОЙ ВЫ НАЧИНАЕТЕ ВАШ ПУТЬ К АКТИВАЦИИ ЛИЧНОГО БРЕНДА.

Баллы:

-1 — первый раз слышу про то, что это нужно делать;

0 — знаю, что надо, но не делаю;

+1 — интуитивно и иногда что-то делаю в этом направлении;

+2 — построил, внедрил, работает, это мое твердое ДА.

Ставьте себе баллы за ответы на следующие утверждения:

- 1. Я понимаю, какие задачи решает мой личный бренд.*
- 2. Я знаю нишу, в которой строю личный бренд и с которой хочу ассоциироваться.*
- 3. У меня есть персональная миссия.*
- 4. У меня есть понимание ценного конечного продукта, который получают люди при взаимодействии со мной как с человеком-брендом.*
- 5. Я знаю, куда стремлюсь в глобальной перспективе (что значит для меня стать признанным, уважаемым, востребованным мастером в моем деле).*
- 6. У меня есть декомпозиция* (смотри приложение № 4) моей точки Б в моем деле (есть четко прописанное понимание, из чего состоит результат в моей точке Б и что надо сделать, чтобы она реализовалась).*
- 7. Я знаю, какие у меня ценности и о каких из них я готов говорить вслух всему миру (что готов приумножать в этом мире важного для меня).*
- 8. Я получаю добавочную прибыль от своей востребованности в своей нише.*
- 9. На меня работает входящий маркетинг (например, люди сами обращаются ко мне с предложениями партнерства, клиенты находят меня сами, представители СМИ просят дать комментарии по релевантным для меня темам).*

10. У меня есть адвокаты моего бренда (мои клиенты рекомендуют меня новым потенциальным клиентам).

11. Я знаю основных игроков людей-брендов в моей нише.

12. У меня есть понимание моей уникальности — чем я отличаюсь от других профессионалов в этой нише и почему покупают именно у меня.

13. Я знаю, что такое контент-план, и он у меня есть.

14. Я регулярно веду свою страничку в любой из социальных сетей в любом формате.

15. У меня есть самопрезентация (elevator pitch) при знакомстве.

16. Я регулярно занимаюсь нетворкингом.

17. У меня есть опыт выступления в качестве спикера по теме моей компетенции.

18. Я давал комментарии или выпускал статьи в СМИ.

19. У меня есть опыт онлайн видеокommunikации с моей аудиторией (стримы, сториз, вебинары, видеоролики).

20. Я знаю, что будет для меня показателем роста моей популярности как бренда.

Ваша задача — вывести ваш балл на момент начала прочтения этой книги.

Вот прямо сейчас остановитесь, возьмите ручку и зафиксируйте для себя лично вашу цифру.

Результаты:

— Если вы в минусовом балансе или на нуле — ничего страшного. Важно, что теперь вы знаете, что каждый нереализованный пункт отбирает у вас возможность быть увиденным, услышанным, понятым, востребованным. Ведь мы начинаем нашу совместную работу в рамках этой книги, и когда после ее прочтения вы повторно пройдете этот тест — результаты вас точно порадуют.

— Если вы уже в плюсовом балансе — поздравляю! Но открою секрет — в итоговом тесте «Чек-лист активации личного бренда» для человека-бренда 50 пунктов (что это за чек-лист и как его получить, мы расскажем на страницах книги). Так что уверена, что эта книга откроет вам новые аспекты, о которых вы раньше или не знали, или не предполагали, что они могут работать на вас.

2 АВТОРА

Ну и как вы уже успели заметить, у этой книги 2 автора — Мария Азаренок (которая сейчас пишет эти строчки) и Екатерина Азизова. Перед каждой главой вы увидите пометку, кто работал над ней, и если в перспективе у вас будут вопросы, предложения, идеи к кому-то из нас, то в конце книги вы можете найти наши контактные данные и адресовать их напрямую каждой из нас по той теме, которую мы писали.

РЕАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ

Кстати, обратите внимание на большое количество особенных гостей в этой книге, которые будут рассказывать историю своего бренда или делиться опытом работы над своим брендом от первого лица. Это наши друзья, партнеры, выпускники наших образовательных программ и лидеры разных рынков, у которых я брала интервью для авторского подкаста «Будь брендом». Некоторые из них — обладатели миллионной аудитории и фантастических результатов, некоторые только недавно сделали свои первые шаги для построения личного бренда. Но вне зависимости от охвата и масштаба влияния каждый из них — уже понятный для своей аудитории человек-бренд, который в том числе через личный бренд получает особенные результаты в своем бизнесе. Мы специально решили познакомить вас с реальными героями, которые находятся на разной стадии работы над своим брендом, чтобы вы увидели разные примеры, подходы, примерили их мнения и опыт на себя. Мы уверены, что именно эти истории курсивом на полях книги дадут вам особенную ценность и понимание. Таким образом получается, что у этой книги даже не 2 автора, а около 100. Потому что каждая история успеха через личный бренд — это пример, что личный бренд как маркетинговый инструмент работает. Причем не только на рост бизнеса, но и в целом по жизни! В приложении вы найдете краткую информацию о каждом герое и ссылки на их сайты и социальные сети.

.....

1 ЧАСТЬ

Теория в практике

Автор — Мария Азаренок

ГЛАВА 1

ЧТО ТАКОЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД?

Не бывает вакуума вокруг человека. Ты выходишь в социум и либо сам заполняешь пространство нужными смыслами, либо его заполняют за тебя чем придется...

О вас говорят. Вы вообще в курсе? При этом то, что именно о вас говорят, — это и есть ваш личный бренд. Вот так все просто. Вы можете быть какого угодно о себе мнения. Но если ваши мысли не совпадают с тем образом, который при первом контакте видят люди, и репутацией, которая формируется с течением времени, то... кому какая разница, что вы думаете? Ваш бренд за вас определил то, как к вам относятся.

На страницах этой книги вы активизируете ваш личный бренд. То есть сделаете так, чтобы он стал вашим союзником, соратником, помощником. Но сначала давайте разберемся с тем, что такое вообще «личный бренд»? Из всех определений мне более всего нравится следующее.

Личный бренд — это маркетинговый инструмент, который повышает КПД вашего взаимодействия с миром. Причем как с внешним миром, так и с вашим внутренним.

Из чего он состоит? Предлагаю определить его **составные элементы**.

1. Образ. Кем бы вы ни были и чем бы ни занимались, образ у вас так или иначе имеется. Та картинка, которую люди видят при встрече, во время телефонного разговора или даже просто при попадании на вашу страницу в социальных сетях.

Везде, где люди вас видят, они контактируют не с вами, а с вашим образом.

Вы входите в комнату, вас видят незнакомые мужчины и женщины. Проходит пара минут, и они уже что-то думают о вас. Предполагают, какой вы. На основании чего строятся эти предположения? Внешний вид, энергетика, которая от вас исходит (или не исходит), и, разумеется, информация о вас, донесенная из разных источников. Возможно, кто-то до этого говорил про вас: «Знаешь, сейчас придет Мария. Она занимается...». Предварительный рассказ создал первичный образ в их головах. Они уже ожидают, какой должна быть Мария, если она, например, является экспертом по теме личного бренда. Или, может быть, кто-то из них уже заходил на вашу Instagram-страницу, посмотрел несколько постов и сделал какие-то выводы.

Все эти точки контакта формируют тот образ, который видят окружающие.

И даже не видят, а скорее считывают — осознанно или подсознательно. Что в данном случае значит подсознательно? Мы видим, как человек одет, как он себя ведет — уверенно или неуверенно, расслабленно или напряженно, открыто или закрыто. Скажем, активно он знакомится на вечеринке или уходит в сторону от общения? Все это говорит нам о том, какой он.

Если, например, человек приходит на переговоры, чтобы заключить сделку, то эти косвенные аспекты могут напрямую повлиять на то, будет заключена сделка или нет. Даже если налицо совершенно четкие, честные, открытые намерения относительно этой сделки, она может не состояться, если партнеры посчитают, что его образ не соответствует предложению, которое он делает.

Кстати, распространенное мнение «мне пока рано заниматься личным брендом» базируется на неправильном предположении, что у вас его нет. Но у вас есть образ. А значит, у вас есть личный бренд.

Личный бренд есть у каждого человека.

Даже у школьников. Один — отличник и победитель олимпиад, второй — дебошир и заводила. Это разные проявленные яркие личные бренды.

Давайте посмотрим на практике, как это работает.

.....

УПРАЖНЕНИЕ «360 ГРАДУСОВ»

ВЫПИШИТЕ В ЗАМЕТКАХ СВОЕГО СМАРТФОНА 10 ЧЕЛОВЕК ИЗ РАЗНЫХ ОРБИТ ВАШЕГО ОКРУЖЕНИЯ (РАЗНОЙ СТЕПЕНИ БЛИЗОСТИ И РЕГУЛЯРНОСТИ ОБЩЕНИЯ) И ЗАДАЙТЕ ИМ ВОПРОС: «В КАКОМ КАЧЕСТВЕ И КОМУ ВЫ МОГЛИ БЫ МЕНЯ ПОРЕКОМЕНДОВАТЬ?». ЗАФИКСИРУЙТЕ ОТВЕТЫ.

Я БОЛЕЕ ЧЕМ УВЕРЕНА, ЧТО В ПРОЦЕССЕ АНАЛИЗА ОТВЕТОВ ВЫ С УДИВЛЕНИЕМ ОБНАРУЖИТЕ, ЧТО В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТЕПЕНИ БЛИЗОСТИ К ВАМ РАЗНЫЕ ЛЮДИ ВИДЯТ ВАС В РАЗНЫХ КАЧЕСТВАХ. ОНИ СЧИТЫВАЮТ ВАШИ РАЗНЫЕ ОБРАЗЫ. И ИХ ОТВЕТЫ — ЭТО СРЕДНЕЕ АРИФМЕТИЧЕСКОЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА, КОТОРЫЙ ВЫ СОЗДАЛИ НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ.

.....

Если результат этого упражнения вам нравится, то эта книга поможет донести этот образ до большего количества разных аудиторий. Если же итог оказался неутешительным и люди не видят вас так, как вы сами видите себя, то вы все равно на верном пути — с помощью нашей книги вы создадите правильную формулу своего