

Леонид Петров. «Создание персонального бренда».

**Мини-книга:
«Создание персонального бренда»**



Создание персонального бренда

Предисловие

Авторские права

- Глава 1** Предел возможностей
- Глава 2** Community в ожидании именно вас
- Глава 3** На старт, внимание... !
- Глава 4** Пошаговый алгоритм построения бренда
- Глава 5** Разогнаться до 250 км/час!

Предисловие

В 2007 году я начал заниматься личным брендингом. Первые статьи, первые анализы, первые клиенты, первые успехи моих клиентов. Всегда был уверен, что все большая часть политиков, игроков, звёзд, имеют консультантов по личному брендингу и что эта сфера давно занята, а стоимость услуг непомерно высока. Оказалось, что стоимости услуг нет. Нет даже самих таких услуг. На тот момент было лишь несколько статей, не более. Поэтому я смело могу называть себя первым экспертом и консультантом в персональном брендинге в России.

Все техники отрабатывались, в первую очередь, на мне самом. Результаты были колоссальные. Создав сеть лояльных участников и наблюдателей, я начал знакомиться с огромным количеством известных и популярных людей. Кредит доверия и популярность безгранично росли. Появились фанаты, начали брать автографы, меня практически каждый день начали узнавать на улицах совершенно незнакомые мне люди.

Но я понял, что, в конце концов, пришёл не туда, не те цели были поставлены. Были важные ошибки, которые я не досмотрел при формировании своего персонального бренда. Это можно было выявить только лишь со временем, либо с опытом эксперта. Я знаю положительный опыт, я знаю отрицательный опыт. Не профессиональное формирование персонального бренда с течением времени может привести к плачевным последствиям, правильное формирование – к невообразимым результатам.

У мужчины репутация может быть, может отсутствовать. А у женщины репутация есть всегда, или хорошая или плохая.

Авторские права

Книга может распространяться исключительно в формате PDF, исключительно бесплатно и при условии сохранности оригинального текста, а так же сохранении всех имеющихся гиперссылок.

Ни одна из частей книги не может быть опубликована, либо распространена (в письменном или электронном виде) без письменного разрешения автора.

Все нарушения будут преследоваться в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ГЛАВА 1

Предел возможностей

Я проводил небольшое исследование в обычном спальном районе, задавая каждому проходящему только 1 вопрос – чего вы больше всего хотите в жизни? Все, как один говорили свою правду – хотим зарабатывать больше. Частенько сюда ещё включается сумма в миллион (у самых продвинутых миллион именно в евро). Хотят все, это я выяснил. Так же выяснил, что реально никто из них не делает ничего по достижению этого заветного (сюрприз-сюрприз!).



Хотя нет, была часть людей, которая не рассказывала свои сопливые истории про их трудности, проблемы и не оправдывалась всеми невиданными способами, они рассказывали мне, что планируют что-то сделать. Максимум это ограничивалось словами: «схожу в ближайшее время на пару новых собеседований», или «попрошу в ближайшее время

небольшого повышения», или «буду работать в 2 раза больше». Ну-ну, успехов в этом болоте.

Забавно, но если сотрудник работает в 2 раза эффективнее, он получит прибавку не более 50% к своей зарплате. Если в 3 раза эффективнее, то он никогда не получит прибавку более 75%. Секрет в том, что от работодателей, бизнеса, клиентов, есть лучший способ получать больше. Давать им большую личную ценность.

Но никому же не выгодно платить много – ни клиентам, ни работодателю. И обычно ещё своя деятельность совершенно не интересна, скучна и монотонна. Вот и получается отсюда среднестатистическая жизнь. Все виним начальников или тупых клиентов, жалуемся на свою жизнь, перетираем с друзьями и подругами очередные проблемы. Недели проходят одна за другой, а мы ждём выходных и снова ненавидим понедельник. Каждый день как две капли похож на предыдущий. Так и теряется уникальность. Точнее, так и погрязаем в серости и обыденности. А ведь всегда хочется найти путь к финансовому достатку, успешности и известности.

Скучная работа, рутинная жизнь и нищая старость впереди? А давно хочется Мазду трёхку и свою квартиру? Мазду мы возьмём в кредит на 5 лет, а квартиру в ипотеку на 25. Неужели это предел возможностей? Всё, на что люди способны? Интересно, если задуматься, а насколько мы вообще реализуем свой потенциал?

Собственно, теперь понятно, почему все, как один, хотят этот несчастный миллион. Он решает большинство проблем, мы все это знаем. Быть очередной серой посредственностью, жить обыденной жизнью – удел слабых и неинтересных. Пришло

время брать свою жизнь в руки и становиться значимым и лучшим!



Персональный брендинг – лучший способ добиться признания и большего заработка, получая при этом удовольствие. Персональный бренд – это признание в профессиональных сообществах, популярность среди клиентов, работодателей, вашей целевой аудитории. Это разговоры, слухи и огромное уважение. Ваше конкурентное преимущество и совершенно другие деньги.

ГЛАВА 2

Community в ожидании именно вас

Чтобы в будущем добиться того, чего не добивались ранее привычными способами, необходимо изменить свои представления и предпринимать совершенно другие действия. Хотя, признаюсь, на своём пути вижу людей, которые изо дня в день опять и опять повторяют неправильные действия в надежде на результат, который никак не достичь. Если у вас испачкался кот – нет смысла класть его в стиральную машину.

Читая эту книгу, вам придётся делать другие действия. Те, которые работают. И самый главный вопрос книги – в чём вы профессионал? Может быть даже, это ваша страсть или ваше хобби? Если нет - вы должны найти, в чём стать экспертом.

И ваше имя (да, именно ваше) может что-то значить для многих. Может, казалось иначе, но в реальности практически любой человек может стать брендом. И это не прерогатива супер выдающихся людей. Взяться за себя и за свою личность может каждый адекватный человек. Но не каждый знает чёткий алгоритм, который узнаете вы, прочитав книгу до конца. Пока мы разговариваем, многие уже ушли дальше. И уже являются экспертами и профессионалами. Возможно, вы знаете кого-то из списка ниже?

- Евгений Чичваркин
- Глеб Архангельский
- Артемий Лебедев
- Роберт Кийосаки
- Бодо Шеффер
- Ричард Бренсон

Знаменитые, богатые, успешные, интересные люди - как они живут? Огромные доходы, просторные квартиры, красивые женщины (или мужчины), большие загородные дома, путешествия в разные страны и автомобили вашей мечты. Есть путь достижения такой жизни – стать яркой личностью, выделенной из серой массы - чемпионом, богом, экспертом, профессионалом, кумиром!



Через статьи, интервью, общение и биографии, становится понятно, как обычные люди становятся такими разными и интересными. Но личное общение с ними частенько меня разочаровывает - огромное количество недостатков. В их статусе не оказывается никакого волшебства, магии и спецэффектов. Все секреты сводятся к основному: акценту на сильных сторонах! Броская деталь, интересная черта, сногшибательная фишка, определенное умение, необычное качество. И обычно к чему-то одному. Правда, всё равно мы ищем магические таблетки, а-ля выпил и проснулся знаменитым. Разных людей много, но один - гуру в вирусном маркетинге, другой – самый

известный российский футболист, третий - №1 в тайм менеджменте. Понимаете, к чему я?

Потный, прокуренный, страшный, в вонючих лохмотьях, парень лет 27, может ли такой понравиться девушкам? И странным образом, вокруг такого тысячи поклонниц, все мечтают о нём, рассказывают истории, и хранят автографы и видят в снах. Потому что он рок музыкант. Потому что он бренд.

Что же даёт наличие сильного персонального бренда?

- Сохранение вашего статуса и независимости в любой компании
- Вы становитесь более интересным и уникальным человеком
- Публичная репутация вас, как профессионала с громким именем
- Быстрое расширение круга связей и личных знакомств
- Подорожание (за бренд нужно платить совершенно другие деньги)
- Комьюнити – аудитория, подписчики, фанаты, последователи
- Резкое повышение интереса к собственной персоне
- Возможность знакомиться практически с любым человеком

Но необходимо знать, что есть и побочные эффекты:

- Любая из промашек может разрушить бренд
- Не будет возможности жить скромной серой жизнью
- Придётся потерять часть анонимности и конфиденциальности. Повышенное внимание и публичность – неотъемлемость процесса формирования личного бренда.

Если вы являетесь человеком брендом, то **стоите дороже**. Вы вполне можете выставлять более высокую цену на себя или свои товары/услуги. В некоторых случаях даже до 200%. В случае, если вы работаете по найму, то до 100 – 150%. Возникает логичный вопрос – а кому оно надо? Будет ли работодатель платить больше, когда есть альтернатива в обычном человеке с обычной заработной платой? Да, именно! И вот почему:

- Работодатели приобретают самого сильного кандидата, профессионала в своей узкой области. Вы компетентны более других.
- За вашей спиной огромное community – это читатели статей, блога, подписчики, наблюдатели, ваши связи и просто те, кто прислушивается к мнению. Иными словами – мощный PR для работодателя.
- У вас есть своя позиция и своя чёткая точка зрения по всем вопросам, вы способны выдавать максимально правильные решения, а так же очень быстро вникать в любой вопрос в своей сфере.
- Работодатели приобретают вашу известность и тем самым сами становятся лучше. Среди клиентов и инвесторов больше доверия. Когда в вашей команде играет Аршавин или Ronaldo, лояльность выше и доверия больше.
- Вы можете «натаскивать» сотрудников своим знаниям, навыкам и умениям.
- Работодатели приобретают репутацию, проверенную временем. У вас есть достойный background.
- Вы уникальны, следовательно, других таких нет.
- Эксперты в узких сферах адаптируются максимально быстро.

Правда, вы стоите дороже. Но смотря на все эти плюсы, можно отчётливо сказать – вы этого стоите.

ГЛАВА 3

На старт, внимание... !

Задача персонального брендинга – повышение своей собственной стоимости. Но, несмотря на это, нужно оно далеко не всем. Конечно, каждый человек стремится повысить свою стоимость, увеличить свою заработную плату или прибыль. Но не каждый может определиться и сделать в своей жизни выбор. Персональный бренд, в первую очередь, это выбор и определённость. То есть инструмент построения моста между социумом и вашим «я».

Важно быть готовым редактировать себя. Тюнинговать, изменять, улучшать, дополнять. Если нам не нравится цвет нашего авто – мы красим в другой или покупаем другое авто. Не нравятся обои – переклеиваем. Не нравится еда – готовим другую. То же самое и с людьми. Не нравится отражение в зеркале – идём в парикмахерскую, салон красоты и т.д. Не нравится само «я» или есть желание что-то дополнить - берём и переделываем. Все могут измениться. Всё развивается, если прикладывать к этому усилия. Если вы будете держать золотую рыбку в тёмной комнате, то со временем она станет белой.

Быть брендом – не обязательно быть фрилансером или заниматься своим бизнесом. И вне зависимости, чем вы занимаетесь – фотографируете, либо стрижёте в салоне красоты, либо работаете бухгалтером. Персональным брендом можно стать практически в любой сфере деятельности. И при этом не нужно обладать чем-то особенным. Можно быть сильным брендом и в компаниях на наёмных позициях. Стоит выйти за рамки организации и приобрести свободу от корпоративных рамок, установок и дресс-кодов. Необходимо, чтобы знания, навыки, способности, опыт, умения, были востребованы. В этом случае, имеет смысл стать видимым для своей целевой

аудитории, которая в этом нуждается. Человек становится мишенью хедхантеров (охотниками за головами). А остальные пусть и дальше корпоративно обезличиваются.



Самый сильный бренд возникает тогда, когда окружающие человеку верят. Это может быть только в том случае, если в нем есть важное, уникальное, интересное - то, что ценно для аудитории. Именно тогда возникает образ, как эксперта. Футболист он, или врач, или скрипач. Самый лучший случай, когда ценность в человеке можно разглядеть, а не воспитать - действия свойственны ему и человек находит группу людей, где его ценности востребованы.

При этом, хороший профессионал может быть и менее известным, если не осуществляет никаких внешних коммуникаций. Например, если врач работает в ограниченном кругу среди 15 коллег, отлично его знающих, этим всё и ограничивается. Чтобы быть брендом, не достаточно быть только профессионалом.



Оксана Перова, дизайн
интерьера, perovadesign@mail.ru

Что изменилось в моей жизни? Понимание того, чем я по жизни хочу заниматься. Что хочу и могу делать, даже бесплатно! Теперь я знаю, в чём моё призвание и мне постоянно не хватает времени, чтобы всё успеть! Сердце всегда знало, а вот разум не давал этому раскрыться. Всё собралось в единую чёткую картинку и понятно, что, зачем и когда нужно делать! Хотя, в самом начале очень сомневалась и была уверена, персональный брендинг нужен только для политиков и артистов. И была уверена, что это очень сложное и непонятное. Убедили принять участие рассказы и отзывы друзей. Отзывам с сайта я никогда особо не доверяю. Программу прошла, сделала меньше половины заданий, но уже очень, очень благодарна!

Но мы ведь знаем, чего хотим! Теперь осталось понять, как. Правильно подобранные инструменты увеличивают эффективность получения необходимого результата. Этому посвящена вся следующая глава, где приведён пошаговый алгоритм создания персонального бренда. Так, термиты едят древесину в два раза быстрее, если включить тяжёлую музыку, а удои коров повысится, если классическую. Вопрос лишь в правильном использовании правильных инструментов.

Продавать себя за большие деньги намного проще, чем за маленькие. Конкуренции меньше, рабочий день может быть короче, вставать можно позже. Клиенты и работодатели становятся приятнее.

ГЛАВА 4

Пошаговый алгоритм построения бренда

Очень важно чётко разделять этапы и следовать далее только в случае успешного окончания предыдущего. В своей практике консультирования, я никогда не продолжаю работать с клиентами, не выполнившими практические задания, какие деньги они бы ни платили. Пока не выполнены задания, к следующему шагу мы не переходим. Это является одним из условий прохождения программы создания личного бренда. Итак, общая схема состоит из 6 этапов:



1. Оценка личного бренда
2. Позиционирование бренда
3. Формирование бренда
4. Информационная поддержка бренда
5. Разработка визуализации бренда
6. Продвижение бренда

Этап 1. На первом этапе необходимо составить mind-map (с целью выявить индивидуальные черты, описать особенности, которые вас отличают). Профессионально описать ваши ценности и убеждения. Первый этап полностью сосредоточен на построении видения, целей, задач и обходных путей возможных

препятствий. Техника спецификации целей, формулирование результатов. В персональном бренде точкой отсчёта являются ваши истинные ценности. К примеру, у политиков точкой отсчёта является рынок. Т.е. политики говорят не то, что хотят, а то, что хотят слышать люди. И их клятвенные убеждения меняются от дуновения ветерка - политики представляют обществу не свои ценности.

Этап 2. И затем позиционировать бренд в своей определённой нише (чётко определить, описать её и обязательно согласовать с результатами первого этапа). Выявить непосредственную целевую аудиторию в рамках определённого сегмента вашей ниши. На этом этапе очень сильно могут помочь техники НЛП (нейро-лингвистического программирования). Как результат – определение узкой экспертной области. Это очень важно, так как именно на этом этапе люди делают большинство ошибок, за которые приходится отвечать потом. Один актёр застрелился, т.к. его воспринимали не таким, какой он есть. Ошибку актёр сделал задолго до этого поступка. Мэрилин Монро так же стала жертвой своего бренда. Что является вашим призванием? Что вам нравится делать, даже если бесплатно?

Этап 3. Пора начинать создавать, по крупицам. Разрабатывать обещание бренда, разрабатывать миссию, создавать легенду и формулировать слоган. А так же выбирать правильные ритуалы, хобби, привычки, обычаи и эффективные убеждения. Правильные стандарты речи, походку, жестикуляцию, манеры и мимику. В большинстве случаев - после повысить цены на вас, ваши услуги/товары. И определить, как будете именоваться. Реальное имя, или псевдоним (к примеру, настоящее имя

Дженнифер Энистон – Дженнифер Анастассакис). Как лучший результат работы на четвёртом этапе - заявление о своём лидерстве в выбранной нише.

Этап 4. Одна из частей вашего бэкграунда. Пора создавать подкасты, писать статьи, заметки, обзоры, тем самым подкрепляя заявление о лидерстве в нише. Возможно, это будут какие-то семинары или интернет-встречи. Необходимо понять правильные алгоритмы написания, а так же составить список тем и названий на ближайшие несколько месяцев вперёд, т.е. составить чёткую программу информационной поддержки, которой мы будем следовать.

Этап 5. Всё, что видит и как представляет вас целевая аудитория. Вы (причёска, стиль одежды, аксессуары, ваш мобильный телефон, автомобиль и т.д.). Ваше представление (собственный логотип, блог, сайт, имиджевые фотографии, визитки, презентационный видеоролик). Необходимо предпринять шаги по разработке дизайна и оформления, а так же определить необходимый минимум работ.

Этап 6. Непосредственно, продвижение бренда, т.е. как люди будут о вас узнавать. Необходимо разработать план продвижения в сети и следовать ему. Создавать комьюнити и работать с ним. Создать публичные страницы социальных сетях. Размещать статьи в интернет-СМИ и на личном сайте (блоге). Выбирать профессиональные сообщества, планировать и инициировать мероприятия вокруг себя. Какое продвижение будет самое эффективное? Партнёрские сети или контекстная реклама? Или выступления на радио? Или..

ГЛАВА 5

Разогнаться до 250 км/час!

Если вы:

- Готовы работать над собой, своим будущим и сами творить успех
- Обладаете опытом в своей специальности более 1 года
- Хотите видеть самые быстрые пути, находясь в безнадёжных пробках
- Готовы разогнаться до 250 км/час
- И сможете решиться



*Олег Бирюков,
управляющий партнёр
2 бизнесов*

Проходил у Леонида Петрова программу по созданию персонального бренда в 2010 году. Эмоции просто зашкаливают от того, что творится сейчас!!! Первую неделю я просто выполнял задания (сделал около половины), и совершенно не верил, что смогу стать экспертом. Сейчас заканчивается третья неделя. Я УЖЕ заработал в этом месяце на 50-60% больше, в следующем планирую ещё большие результаты! И это только начало! Но деньги для меня не главное. Самое важное, что меня просто «прёт» от того, что я делаю, и чувствую, что окружающие начинают как-то реагировать и интересоваться. Процесс запущен! Боюсь представить, что может быть, если выполнять правильные действия не несколько недель, а несколько лет!

То предлагаю вам универсальный продукт: «Личный бренд. Базовый курс». Вы получите готовую программу, чёткое пошаговое руководство. Всё уже предусмотрено! Все необходимые шаблоны, техники, инструкции и готовые решения – уже упакованы для вас. Все нюансы, тонкости и секреты уже внутри!

Правда, есть одно **НО**. Выкладываться придётся по полной. Курс создан исключительно от тех, кто действительно решил работать над собой.



Что вы получите в итоге? Пусть об этом скажут мои клиенты. Самые общие начальные результаты, которые отслеживались у всех спустя 30 дней после прохождения данного курса:

- Я стал экспертом (никогда бы не поверил в это)
- Мне больше доверяют, моё мнение для всех важно
- Мои товары/услуги стали дороже
- Клиентов стало значительно больше!
- Работодатели сами стали предлагать вакансии!
- Моё имя теперь все запоминают
- У меня теперь есть слушатели и читатели

- Я нашёл дело своей жизни!
- Доход только за первые 30 дней вырос на 30%

И так же – я настолько уверен в пользе и результативности данного продукта, что даю двойную гарантию на этот курс! Гарантирую 100% результат, если вы выполните большую часть домашних заданий. И так же я верну 100% внесённой суммы, если просто что-то не понравится. Без лишних вопросов и возражений. Подробности читайте в [описании курса на сайте!](#)

LEONID
PETROV

Для дочитавших до конца, приятный **подарок - скидка 10%**
на приобретение базового курса по личному брендингу
(не суммируется с др. скидками и предложениями)

Укажите код: «minibook01» [ТУТ](#).

Леонид Петров.