


A man with a beard and a woman are walking towards the camera. The man is wearing a dark suit, a white shirt, and a red tie. The woman is wearing a grey blazer and a matching skirt, with a large necklace. They are walking on a grassy area with a brick wall and a fence in the background.

# КОНСТРУКТОР БРЕНДА: ПРЕЗЕНТАЦИЯ УНИКАЛЬНОСТИ

Юрий Владер

Санкт-Петербург  
2023 г.



**ЧТО ВЫ  
ВКЛАДЫВАЕТЕ В ПОНЯТИЕ  
«БРЕНД»?**

**ЛИЧНЫЙ  
БРЕНД**  
– это способ  
зарабатывать на имидже.

**ИМИДЖ  
БРЕНДА**

**ЛИЧНЫЙ  
БРЕНД**

**БРЕНД**

**ЛИЧНЫЙ  
БРЕНД**

– это способ  
зарабатывать на имидже.

**ИМИДЖ  
БРЕНДА**

**ЛИЧНЫЙ БРЕНД**

– узнаваемое, всем известное  
имя человека,  
который «сделал  
себя сам»

**БРЕНД**

## **ЛИЧНЫЙ БРЕНД**

– это способ  
зарабатывать деньги на  
имидже.

## **ИМИДЖ БРЕНДА**

## **ЛИЧНЫЙ БРЕНД**

– узнаваемое, всем известное  
имя человека,  
который «сделал  
себя сам»

## **БРЕНД**

– материальный актив  
человека, который  
является основным  
средством  
продвижения

## **ЛИЧНЫЙ БРЕНД**

– это способ  
зарабатывать деньги на  
имидже.

## **ИМИДЖ БРЕНДА**

– марка, система  
образов, символов и  
ассоциаций.

## **ЛИЧНЫЙ БРЕНД**

– узнаваемое, всем известное  
имя человека,  
который «сделал  
себя сам»

## **БРЕНД**

– материальный актив  
человека, который  
является основным  
средством  
продвижения



# БРЕНД = УНИКАЛЬНОСТЬ



# БРЕНД

←  
**ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**



↓  
**БРЕНД  
ПРОФЕССИОНАЛА**



→  
**БРЕНД  
УПРАВЛЕНЦА**





# Где нужен личный бренд?



# Где нужен личный бренд?

- 1 Там, где высокая конкуренция
- 2 Там, где стоимость профессиональных услуг ИЗВЕСТНОГО и НЕИЗВЕСТНОГО специалиста может различаться в десятки или сотни раз



# 1. КТО Я?

**ОТВЕТЬТЕ 20 РАЗ  
НА ВОПРОС «КТО Я?»**

# Проявления личного бренда



# Проявления личного бренда

```
graph TD; A[Проявления личного бренда] --> B[ВНЕШНЕЕ]; A --> C[ВНУТРЕННЕЕ];
```

## **ВНЕШНЕЕ**

**Твой внешний вид,  
то, как ты поступаешь  
каждый день,  
твой профессионализм**

## **ВНУТРЕННЕЕ**

**Какая картинка и  
ощущения появляются у  
человека в голове, когда  
он вспоминает тебя  
(конкретную личность)**

# Точки контакта с брендом

## ОПЫТ ДО ЗНАКОМСТВА

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МЕДИЙНАЯ АКТИВНОСТЬ  
ПЕРСОНЫ

## ОПЫТ ПОСЛЕ ЗНАКОМСТВА

ОДЕЖДА, СТИЛЬ, МАНЕРА  
ДЕРЖАТЬСЯ

## ОПЫТ ВО ВРЕМЯ ЗНАКОМСТВА

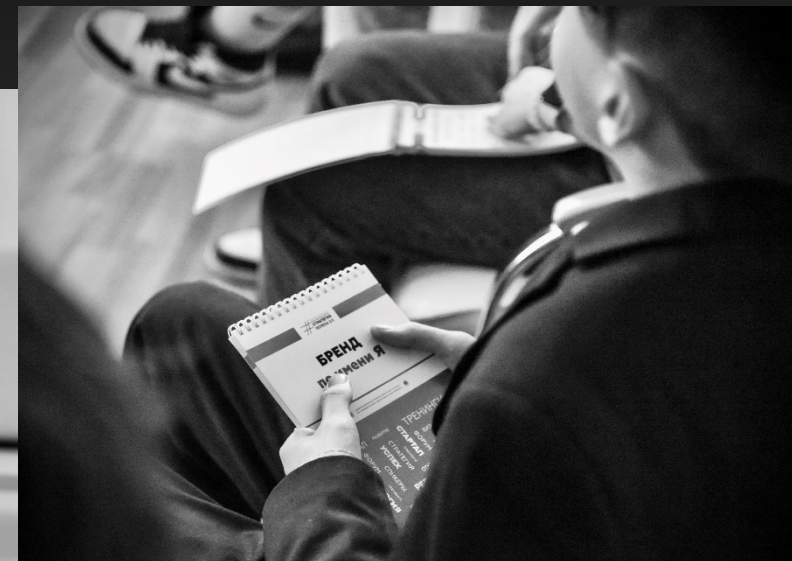
РЕЗУЛЬТАТЫ ОБЩЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



# ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ

## БРЕНД ЛИЧНОСТИ

### ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД





**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ**  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД

# ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ

- 1 Думать о себе, как о бренде



**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**

## **ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ**

- 1 Думать о себе, как о бренде**
- 2 Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом**



**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**

# ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ

- 1 **Думать о себе, как о бренде**
- 2 **Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом**
- 3 **Завести собственный сайт и профессиональные страницы в социальных сетях**



**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**

## **ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ**

- 1 Думать о себе, как о бренде**
- 2 Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом**
- 3 Завести собственный сайт и профессиональные страницы в социальных сетях**
- 4 Создать ценный для аудитории контент**



**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**

## **ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ**

- 1** Думать о себе, как о бренде
- 2** Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом
- 3** Завести собственный сайт и профессиональные страницы в социальных сетях
- 4** Создать ценный для аудитории контент
- 5** Любое общение в соц. сетях должно соответствовать образу





**БРЕНД  
ЛИЧНОСТИ  
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ  
БРЕНД**

## **ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ**

- 1** Думать о себе, как о бренде
- 2** Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом
- 3** Завести собственный сайт и профессиональные страницы в социальных сетях
- 4** Создать ценный для аудитории контент
- 5** Любое общение в соц. сетях должно соответствовать образу
- 6** Укрепить бренд можно через ассоциации с другими брендами



## **БРЕНД ЛИЧНОСТИ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД**

# **ЧТО НЕОБХОДИМО ДЕЛАТЬ**

- 1 Думать о себе, как о бренде**
- 2 Следить за тем, что пишут о тебе в сети и реагировать на публикации адекватным образом**
- 3 Завести собственный сайт и профессиональные страницы в социальных сетях**
- 4 Создать ценный для аудитории контент**
- 5 Любое общение в соц. сетях должно соответствовать образу**
- 6 Укрепить бренд можно через ассоциации с другими брендами**
- 7 Создать историю вокруг личного бренда**

# МОЯ ЦЕЛЬ (ЦЕННОСТИ)

ФУНДАМЕНТАЛЬНО  
(ЧТО?)

ИНСТРУМЕНТАЛЬНО  
(КАК?)

# БРЕНД ДЛЯ СЕБЯ





# БРЕНД ДЛЯ КЛИЕНТА

# Подход к себе как к продукту

- 1 **Маркетинг через подход к себе как к продукту и определение своей персональной полезности для потребителя**
- 2 **Стандартные инструменты: имидж, коммуникации, персонализация и т.п.**
- 3 **Построение особых профессиональных отношений с партнерами и коллегами**
- 4 **Постоянное самообразование и личностный рост**



# SWOT АНАЛИЗ БРЕНДА

**ВНУТРЕННИЕ  
ФАКТОРЫ**

**S - STRENGTHS**

**СИЛЬНЫЕ  
СТОРОНЫ**

**W - WEAKNESSES**

**СЛАБЫЕ  
СТОРОНЫ**



**ВНЕШНИЕ  
ФАКТОРЫ**

**O - OPPORTUNITIES**

**ВОЗМОЖНОСТИ**

**T - THREATS**

**РИСКИ**



## 2. ЧТО Я ХОЧУ?



# ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ БРЕНДА

АЛГОРИТМ РАБОТЫ НАД  
СОЗДАНИЕМ  
И РАЗВИТИЕМ БРЕНДА

Бренд – «софт», который можно:  
«обновлять» «перепрошивать» «апгрейдить»

# БРЕНД

---



БАЗОВЫЕ  
ЦЕННОСТИ

МИССИЯ

СЛОГАН

# СПОСОБЫ ПРИМЕНЕНИЯ БРЕНДА

1

## В ОСНОВЕ БРЕНДА: ЛИЧНЫЙ ОБРАЗ



2

## В ОСНОВЕ БРЕНДА: ОБРАЗ КОМПАНИИ

# В ОСНОВЕ БРЕНДА: ЛИЧНЫЙ ОБРАЗ

**ЗАДАЧА:**

**ИЗВЛЕЧЬ ПОЛЬЗУ ИЗ ПРОДВИЖЕНИЯ  
СЕБЯ КАК ЛИЧНОСТИ**



## В ОСНОВЕ БРЕНДА: ЛИЧНЫЙ ОБРАЗ

**ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК НЕ ПОЛУЧАЕТ УДОВОЛЬСТВИЯ  
ОТ СВОЕГО БРЕНДА,  
ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО СТИЛЯ  
И ПРОДВИЖЕНИЯ –  
ЭТО ЗАНЯТИЕ СРАЗУ  
СТАНОВИТСЯ БЕССМЫСЛЕННЫМ**

# В ОСНОВЕ БРЕНДА: ОБРАЗ КОМПАНИИ

## ПРОДВИЖЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СВОИХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

### БРЕНД С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ДОВЕРИЯ

1

Компания – всегда понятие абстрактное. Идеально, когда за ней стоит реальный человек

2

Доверие – единственное конкурентное преимущество в наше время

3

Личный бренд – это когда тебя рекомендуют те, кто никогда не являлся твоим клиентом. В ином случае, это просто хорошая репутация



# ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ БРЕНДА

---



# «ДВИЖЕНИЕ ПО ЛИНИИ ЖИЗНИ»



ПРОГРАММА  
МИНИМУМ

# «ДВИЖЕНИЕ ПО ЛИНИИ ЖИЗНИ»



**ПРОГРАММА  
МИНИМУМ**

**ПРОГРАММА  
МАКСИМУМ**

# «ДВИЖЕНИЕ ПО ЛИНИИ ЖИЗНИ»



# 3. КАК ЭТОГО ДОСТИЧЬ?



**ИЗ ЧЕГО  
СКЛАДЫВАЕТСЯ  
ЛИЧНЫЙ  
БРЕНД?**



# **ОХВАТ КТО ВАС ЗНАЕТ?**



# **РЕПУТАЦИЯ ЧТО ОНИ О ВАС ДУМАЮТ?**

**Целевая аудитория:**  
Гендер  
Возраст  
Социальный статус

**Доказательства бренда:**  
выполненные проекты, полученные  
награды, отзывы и рекомендации  
Способность выделяться из общей массы,  
будучи в чём-то экстравагантным и  
необычным

**4. КАК ПРИВЛЕЧЬ**  
**ДРУГИХ К ДОСТИЖЕНИЮ**  
**МОЕЙ ЦЕЛИ?**

**СОЗДАНИЕ**  
**ИНФОРМАЦИОННОГО**  
**ПОЛЯ**

# Эффективное взаимодействие с внешним миром

- 1 Проанализировать, соответствуют ли дела, книги, фильмы, информация, дом, одежда и рабочее место тому, что для Вас действительно важно
- 2 Научиться «искусству маленьких шагов»
- 3 Научиться сознательно строить общение со значимыми людьми

# Общение со значимыми людьми

- 1 Те, кто уже преуспел в том, в чём Вы хотите достичь результата сами
- 2 Те, кому пользу можете принести Вы
- 3 Те, чье внимание, уважение, доверие и поддержка для Вас важны

# Средства построения общения

- 1 Профессиональные сообщества, деловые встречи, объединения по интересам
- 2 Интернет-пространство: социальные сети, форумы, блоги
- 3 Медиа-пространство: для тех, кому важно привлечь широкий круг единомышленников и поддержки

# Развиваться и не сдаваться

- 1 Регулярный пересмотр целей, желаний и достижений
- 2 Ежедневное саморазвитие
- 3 Получение обратной связи и работа над ошибками

**НИКОГДА НЕ  
СДАВАТЬСЯ!**