Личный бренд

# Почему клиенты должны выбрать *именно вас*?

Сегодня на рынке много компаний, которые предлагают похожие товары и услуги. Цены сопоставимы, качество примерно одинаковое, а рекламные сообщения всё чаще сливаются в единый поток.

В таких условиях недостаточно просто хорошо делать своё дело. Важно, чтобы клиенты знали вас, понимали ваши ценности, видели, чем вы отличаетесь от конкурентов, и знали **ваше имя**.

*Личный бренд помогает бизнесу стать узнаваемым, понятным и предпочтительным для клиента.*

*ваше имя*

# Люди выбирают не только продукт, но и *человека* за ним

*Мы притягиваем «своих» клиентов по ценностям*

*«Никто, кроме владельца компании, не передаст лучше дух компании!»*

За каждым бизнесом стоит человек: его опыт, принципы, решения и отношение к клиентам.

Когда предприниматель открыто рассказывает о себе, своём подходе, ценностях компании, философии, компания перестаёт быть безликой организацией. У неё появляется лицо, характер и своя история.

Личный бренд руководителя помогает сформировать доверие ещё до первого обращения и даёт клиенту ответ на вопрос: «Почему я хочу работать именно с ними?»

---

Личный бренд есть у всех, но одни умеют им управлять, у других он формируется *без их участия*.

Стив Джобс и Apple

# Пример *личного бренда*

Когда говорят об Apple, вспоминают не только компьютеры и телефоны. Сразу вспоминают Стива Джобса — его чёрную водолазку, манеру выступать, внимание к деталям и способность объяснять сложные технологии простым языком.



## *В чём заключалась сила его личного бренда?*

### Узнаваемость

У компании было лицо, которое знали во всём мире.

### Позиционирование

Джобс последовательно связывал Apple с простотой, дизайном и новым пользовательским опытом.

### Доверие и ожидание

Его презентации превращались в события, а анонсы новых продуктов привлекали огромное внимание.

*Именно человек — Стив Джобс — сделал Apple самым узнаваемым брендом в мире. Даже после его смерти остаётся стойкая ассоциация бренда с его именем.*

# Как выделиться среди конкурентов

Личный бренд — это не просто красивые фотографии и регулярные публикации в социальных сетях. Это чёткое понимание того, кто вы, для кого работаете и почему ваш подход имеет значение.

Опоры сильного личного бренда

## Экспертность

Показывайте свой опыт, результаты, решения и реальные кейсы.

## Индивидуальность

Рассказывайте о принципах, ценностях и подходе, которые отличают вас от других.

## Узнаваемость

Будьте последовательны в коммуникации, чтобы аудитория запоминала вас, рождалась ассоциация вашего имени с нишей, в которой вы работаете, и было понимание, с чем к вам обращаться.

## Единый образ везде

Одной соцсетью не обойтись. Создайте единый образ и размещайте его на всех доступных площадках соцсетей.

---

Ваша задача — не понравиться всем, а стать *очевидным выбором* для своей аудитории.

# Как личный бренд привлекает клиентов?

Личный бренд работает на разных этапах принятия решения о покупке.

*1*

## Привлекает внимание

Вас замечают благодаря экспертному контенту, выступлениям, интервью и рекомендациям.

*2*

## Формирует доверие

Потенциальный клиент знакомится с вашим опытом, подходом и результатами и легче потом принимает решение о покупке.

*3*

## Якорь в памяти

Сильный личный бренд запоминается как лидер ниши, и когда человеку понадобится услуга или товар, он вспомнит того, кто на слуху.



# Когда личный бренд становится активом бизнеса

Четыре истории: возвращение в профессию, рост клиентов, крупный B2B и увеличение дохода.

**АЛЛА КАЙНОВА / Эксперт по питанию**

# От выгорания — к собственному центру

**ЗАПРОС**

После выгорания ушла в найм. Хотела вернуться в профессию на новом уровне.

**ЧТО СДЕЛАЛИ**

Личный бренд в соцсетях + PR, продуктовая линейка, выход на федеральный телеканал.

**РЕЗУЛЬТАТ**

Открыла Центр здорового питания и красоты; начала привлекать корпоративных клиентов. Через 10 месяцев вернулась за масштабированием.




**СВОЙ ЦЕНТР**

**ИРИНА КИБИРЕВА / Мастер ногтевого сервиса**

# От нехватки клиентов — к своему салону



**ЗАПРОС**

Недостаточно клиентов и возможностей для роста.

**ЧТО СДЕЛАЛИ**

Системное продвижение в соцсетях, развитие YouTube с нуля, выход на ТВ.

**РЕЗУЛЬТАТ**

Открыла салон красоты; появились клиенты. Видео на YouTube стали набирать до 16 тыс. просмотров.

**ДО 16 ТЫС. ПРОСМОТРОВ**

**ГЕОРГИЙ / Владелец клининговой компании**

# Личный бренд для крупных B2B-контрактов

**ЗАПРОС**

Нужно было усилить узнаваемость руководителя и привлечь крупных заказчиков.

**ЧТО СДЕЛАЛИ**

Выстроили личный бренд в соцсетях и сняли телевизионную передачу.

**РЕЗУЛЬТАТ**

Привлёк крупного корпоративного клиента с потенциалом сделки на 80 млн ₽. Сделка обозначена как потенциальная.




**80 МЛН ₽ · ПОТЕНЦИАЛ**

**АЛЕКСАНДРА ВОРОБЬЁВА / Психолог, автор женского клуба**

# От нуля — к доходу 700 тыс. ₽



**ЗАПРОС**

Не было выстроенного личного бренда и дохода от практики.

**ЧТО СДЕЛАЛИ**

Раскрыли уникальность, выстроили соцсети, организовали выход на ТВ, усилили позиционирование авторского женского клуба.

**РЕЗУЛЬТАТ**

По словам клиента, доход вырос сначала до 300 тыс. ₽, затем до 700 тыс. ₽.

**0 → 300 → 700 ТЫС. ₽**

# Лестница медийного роста

От фундамента в соцсетях — к публичному влиянию и звёздным коллаборациям



# Гончарова

## Екатерина Гончарова

Основатель медиа-агентства, которое соединяет личный бренд и пиар.
В агентстве работают бренд-стратеги и пиар-специалисты с опытом работы более 15 лет.

| | |
|---|---|
| Радиоведущая | ТВ-продюсер на «Калейдоскоп ТВ» |
| Эксперт на МУЗ-ТВ | Публиковалась в Forbes |

Представитель Brand Media: мы создаём масштабное цифровое присутствие вокруг вашего бизнеса, чтобы ваше имя или бренд были на первых строчках поисковика и выделялись среди конкурентов.

Написать в Telegram
@media_goncharova



# Проверьте свой личный бренд

ПАМЯТКА: ЧТО УСИЛИТЬ В СОЦСЕТЯХ · 1/2

- [ ] 1. Есть ли закреп о себе: кто вы, чем полезны, чем отличаетесь от конкурентов и как с вами связаться?
- [ ] 2. Есть ли закреп с вашим подходом к работе?
- [ ] 3. Представлены ли кейсы и результаты клиентов?
- [ ] 4. Понятно ли, какие услуги вы оказываете и сколько они стоят?
- [ ] 5. Есть ли продающий контент?

# Проверьте свой личный бренд

ПАМЯТКА: ЧТО УСИЛИТЬ В СОЦСЕТЯХ · 2/2

- [ ] 6. Есть ли живые фото, видео, кружочки и подкасты с вами?
- [ ] 7. Раскрыта ли ваша личность — лидер, за которым хочется следовать?
- [ ] 8. Есть ли мини-продукт и продуктовая линейка?
- [ ] 9. Едины ли аватарка, шапка профиля и визуальный образ во всех соцсетях?

**Если отсутствуют хотя бы 2 пункта — пора задуматься о системном развитии личного бренда.**

# ПРОДОЛЖИМ ЗНАКОМСТВО




Telegram · @media_goncharova