

ЕКАТЕРИНА  
**КОНОНОВА**  
ЛИЧНЫЙ  
БРЕНД  
С НУЛЯ

КАК ЗАПОЛУЧИТЬ ПРИЗНАНИЕ, ПОПУЛЯРНОСТЬ,  
СЛАВУ, КОГДА ТЫ НИЧЕГО НЕ ЗНАЕШЬ  
О ПЕРСОНАЛЬНОМ PR

**ЖИЗНЬ НА MAXIMUM**

Издательство  
АСТ  
Москва

УДК 331  
ББК 656.240  
К64

*Все права защищены. Никакая часть данной книги  
не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме  
без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

## **Кононова, Екатерина.**

К64 Личный бренд с нуля. Как заполучить признание, популярность, славу, когда ты ничего не знаешь о персональном PR / Екатерина Кононова. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 256 с. — (Жизнь на MAXIMUM).

ISBN 978-5-17-105189-1

Вы бизнесмен? Фитнес-тренер? Ювелир или музыкант? А может быть, политик? Чтобы быть успешным, вам нужно решить непростую задачу — заявить о себе так, чтобы вам поверили. Только так можно завоевать аудиторию и получить клиентов.

Рынок перенасыщен конкурентами, но существуют технологии, которые позволяют быстро завоевать популярность у любой аудитории: клиенты поверят вам, станут ориентироваться на вас и будут приносить вам деньги и славу! Чтобы о вас узнали, чтобы к вам прислушивались и шли за вами, вам нужно создать имя, которое вызывает доверие, визитную карточку, которая работает на вас.

Книга Екатерины Кононовой, консультанта по созданию личного бренда, — программа личного продвижения, которая поможет развить ваш бизнес и увеличить заработок. Пошагово, понятно, эффективно.

Автор подробно разбирает главные инструменты продвижения Имени и Бренда в социальных сетях для того, чтобы вы укрепились на рынке, стали незаменимы и увеличили доходы. Отдельные главы посвящены созданию «Я-Концепции», уникального торгового предложения (УТП), полотна мыслеобразов (факты, характеристики, послевкусие), описанию целевых аудиторий. Вы научитесь составлять медиаплан, контент-план, пресс-портрет и многое другое!

Книга поможет в создании личного бренда практически в любом направлении: мода, фитнес, IT-технологии, автосегмент, астрология, банковский сегмент, бухгалтерская практика, дизайн, инновации, копирайтинг, консалтинг, медиа, медицина, психология, шоу-бизнес, юридическая практика, фото- и видео-производство и т. д.

Макет подготовлен редакцией



Мы в социальных сетях. Присоединяйтесь!

[vk.com/prime\\_ast](https://vk.com/prime_ast)  
[instagram.com/prime\\_ast](https://instagram.com/prime_ast)  
[facebook.com/praim.ast](https://facebook.com/praim.ast)



ISBN 978-5-17-105189-1

© Кононова Е., 2017  
© ООО «Издательство АСТ», 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>От автора</i> .....	4
<i>Глава 1</i>	
Аудит и стратегия .....	11
<i>Глава 2</i>	
Упаковка .....	55
<i>Глава 3</i>	
Маркетинг .....	81
<i>Глава 4</i>	
Экспертное развитие .....	149
<i>Глава 5</i>	
Медийная стратегия .....	159
<i>Глава 6</i>	
Публичная коммуникация .....	195
<i>Глава 7</i>	
Составление плана развития .....	207
<i>Глава 8</i>	
Дополнительные вопросы в личном брендинге .....	215
<i>Вместо эпилога</i> .....	252
<i>Отзывы</i> .....	255

# ОТ АВТОРА

## Мы все умрем

Да, я хочу начать книгу именно с этой фразы. Вы когда-нибудь думали о том, что останется после того, как ваша жизнь однажды исчезнет раз и навсегда. Что останется после того, когда вы издадите свой последний вздох? Изменит ли ваша жизнь облик этого мира?

Сегодня мы не будем рассуждать на темы, связанные с семейными ценностями. Мы поговорим о миссии и совершенствовании мира. Миллиарды людей до нас заканчивали свой земной путь, не оставив этому миру после себя никаких значимых изменений. Так было и так будет... Вопрос лишь в том, нравится ли вам такой финал истории под названием «жизнь»?

Если вы решили приобрести эту книгу, то наверняка у вас есть несколько гипотез, почему это издание может быть вам полезно:

- вы хотите оставить след в истории;
- вы хотите увеличить средний чек и количество клиентов;
- вы хотите повысить свою медийность и создать узнаваемый личный бренд;
- вы хотите на самом деле создать собственный культ личности и захватить мир (тогда вам стоит зайти в соседний книжный отдел и выбрать книгу о «самопомощи»).

Предлагаю сразу расставить точки над «и»: эта книга предназначена для тех, кто готов взять ответственность за свою жизнь, начать действовать публично, ставить великие задачи и вести за собой людей.

## Кто же такой Человек-Бренд?

Это личность, которая как бы возносится над аудиторией с абсолютной уверенностью в своих заявлениях и действиях. Не сомневайтесь, каждый из нас имеет задатки такой личности, но самое главное и самое трудное — суметь открыть ее в себе, чтобы получить возможность максимально реализоваться в жизни. Каждый из вас, дорогие читатели, является избранным — ведь такого опыта и набора уникальных навыков и талантов, как у вас, нет ни у кого другого на этой планете!

Идея этой книги пришла ко мне в тот момент, когда моя жизненная миссия стала проясняться все отчетливее. Сейчас я формулирую ее следующим образом: «Ускорить и приблизить Будущее за счет максимальной реализации потенциала каждого живущего на планете человека». Мысль моя проста: каждый человек в течение жизни реализует свой потенциал — вопрос в том, насколько. Кто-то на 10% из 100, кто-то на 45%, кто-то на 80%. Те, кто берет (и дает) от жизни все, изменяют мир — вспомним Илона Маска, Стива Джобса, Стивена Хокинга или Альберта Эйнштейна. Благодаря их деятельности человечество сделало огромный шаг в развитии. Их открытия и изобретения круто изменили жизнь каждого отдельного человека и всей человеческой цивилизации.

Если каждый будет стремиться к максимуму, то кумулятивный эффект от наших усилий сможет ускорить прогресс в разы. Условно, если можно создать телепорт, то при текущей скорости развития им смогут воспользоваться наши правнуки (и то в лучшем случае). А если каждый из нас сможет максимально

реализовать свой потенциал, то, возможно, уже мы с вами на пенсии сможем телепортироваться из Киева в Гаити...

Я верю, что каждый может стать супергероем — реализовать свой потенциал, изменить к лучшему мир и получить признание масс. И как мне кажется, с помощью личного брендинга реализовать эту миссию вполне реально.

## Лаборатория личного брендинга

Меня зовут Екатерина Кононова, я основатель группы компаний ВАКЕ Pro. В свое время я создала первое в СНГ специализированное агентство по персональному продвижению и с тех пор активно занимаюсь вопросами личного брендинга.

Я родилась на Камчатке. Мои школьные годы пришлись на время популярности сериала «Не родись красивой». Если вам посчастливилось избежать знакомства с некогда популярным телесериалом, то вот краткий пересказ: главная героиня, умная и образованная, но совершенно не привлекательная девушка, в очках, старомодно одетая, влюбляется в своего красавца-руководителя...

Как вы наверняка уже догадались, зрение у меня было плохим, одевалась я, как и все подростки поколения нулевых, не так стильно и модно, как принято сейчас, а моей любовью стал первый парень на деревне (ну, то есть на Камчатке). Тогда я впервые столкнулась с управлением репутацией — как это часто бывает, в силу совершенно случайных обстоятельств на меня навешали столько ярлыков, что логически

переубедить окружающих было практически невозможно. Пришлось использовать тяжелую артиллерию — и в 11 классе я стала первой и единственной девушкой-рэпером на полуострове. Ситуация кардинально изменилась: на этот раз все обидчики начали приходить на выступления нашей хип-хоп группы, а я узнала, что такое известность. И здесь встал вопрос: оставаться первой в своем маленьком царстве или выходить на следующий, более высокий уровень. Я выбрала последнее и, собрав в чемодан все самое необходимое, решила штурмовать Петербург.

В северной столице никому не был нужен камчатский рэп: мы ходили от кастинга к кастингу и постепенно поняли, что пробиваются не самые талантливые, а самые предприимчивые. В том же году я поступила в Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет имени В. И. Ульянова (Ленина) на специальность «Связи с общественностью». Кстати, в этом университете была организована первая в России кафедра PR, а значит, кафедра имела на тот момент самый богатый опыт преподавания в данной сфере. После поступления я устроилась на стажировку в культурный центр MadStyle — кузницу кадров местного шоу-бизнеса, где на протяжении двух лет изучала изнутри, как талантливые певцы и танцоры становятся кумирами миллионов. Параллельно вместе с командой энтузиастов мы создали коммуникационный проект MadMedia, который получил признание таких профессиональных премий, как «Серебряный Лучник», RuPoR и «Эксперт Северо-Запад». Через год мы стали рекламно-образовательным агентством, а нашими клиентами стали крупные NoReCa-компании, а еще через два открыли дочернюю компанию — **Лабораторию личного брендинга ВАКЕ Pro** — и переехали в Москву.

С 2014 года мы занимаемся исключительно персональным продвижением и все силы сосредотачиваем на создании и совершенствовании системы построения личного бренда с нуля. Мои клиенты — предприниматели, маркетологи, юристы, коучи, врачи, дизайнеры, стилисты, визажисты, музыканты и многие другие.

Тема персонального продвижения в современном мире начинает набирать обороты, и если еще несколько лет назад к идеям личного брендинга относились настороженно, то сейчас сомнений в эффективности данного направления практически не осталось.

Проблема обнаружилась в другом — в русскоязычном пространстве мы не нашли никаких действительно практических инструментов для овладения этой методикой. Есть ряд изданий, которые непременно стоит изучить для составления полной картины того, что уже создано на сегодняшний день (и я их приведу в конце теоретической части). Но совершенно отсутствуют пособия, содержащие практические советы, для того чтобы просто взять и, пошагово сделав «1–2–3», стать успешным, известным, востребованным человеком.

Это методическое пособие я создала для своих клиентов, которые столкнулись со следующими проблемами в области личного продвижения:

- слишком много разнородной информации, которую нужно держать в голове в процессе построения личного бренда;
- нет решения, позволяющего построить систему на персональном продвижении и в дальнейшем ее монетизировать;
- отсутствие быстрых результатов: достаточно легко потерять точку контроля и трудно отследить, где именно была дана слабость;

- потеря мотивации при нерегулярном отслеживании результатов.

Несомненно, один человек не может быть экспертом во всем — я не исключение. Поэтому в этой книге вы найдете рекомендации и советы специалистов в разных сферах, а также признанных «Людей-Брендов», которые поделятся своими секретами публичного продвижения.

На рис. 1 изображен наш основной инструмент построения личного бренда — многоуровневая звезда. Пять ее лучей — упаковка, маркетинг, экспертное развитие, медийная стратегия и публичная коммуникация позволят управлять репутацией практически в автоматическом режиме.



Рис. 1. Построение личного бренда

### **Конечно...**

- Внешность не главное, но именно она определяет, будет человек с вами общаться или нет.
- Страница в социальных сетях не главное, но по ней мы подсознательно определяем интеллектуальный и эмоциональный уровень человека.
- Публичные выступления не главное, но они показывают уровень компетенции и силу внутреннего состояния. Проще — стоит вам доверять или нет.
- Премии, рейтинги, профессиональные сообщества не главное, но по ним чаще судят о вашем авторитете в той или иной сфере.
- Публикации в СМИ и медиапроекты не главное, но по ним оценивают востребованность и популярность.

Так что предлагаю без промедления, прямо сейчас отправиться в увлекательное путешествие в мир личного брендинга!

ГЛАВА 1

# АУДИТ И СТРАТЕГИЯ

## Основные понятия и термины

- *Имидж* — набор созданных образов и сообщений, которые транслирует персона во внешний мир.
- *Личный брендинг* — область традиционного брендинга, находящаяся на стыке маркетинга, PR, медиа и психологии. Целью личного брендинга является создание устойчивой связи между образом человека и сферой деятельности.
- *Маркетинг* — деятельность, прямо или косвенно способствующая росту продаж выбранного товара или услуги в нужной целевой аудитории.
- *Связи с общественностью (PR)* — система мер для улучшения отношения целевой аудитории к продвигаемому объекту.
- *Медиа* — способ массового донесения информации до целевой аудитории.
- *Монограмма* — определенное сочетание заглавных букв фамилии и имени человека, которые наносятся на вещь, принадлежащую этому человеку. Монограмма представляет собой инициалы, переплетенные вензеля. В личном брендинге используется на визитках, персональном сайте и аксессуарах.
- *Позиционирование* — это уникальное представление о ком-то или чем-то. Если коротко, то это ответы на вопросы «кто вы?» и «чем вы отличаетесь от других?».

- *Репутация* — это устойчивое оценочное мнение о человеке, которое складывается в течение длительного времени, то, что о нем думают окружающие.
- *Целевая аудитория (ЦА)* — круг лиц, на которых нацелено ваше коммуникационное сообщение.
- *Эксперт* — это квалифицированный специалист в определенной области, чьи знания признаны другими.

## ЧТО ЖЕ ТАКОЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНДИНГ?

Давайте разберемся, что же такое личный брендинг? Несмотря на то что в политике и шоу-бизнесе давно используются техники индивидуального маркетинга и PR, тема персонального продвижения как массового явления до сих пор является новой среди остальных направлений публичной активности. Необходимость в продвижении себя возникла одновременно с распространением интернет-технологий во всех основных сферах жизни. Можно сказать, что только в начале 2010-х актуальность личного брендинга стала признаваться широкими кругами. Неудивительно, что до сих пор не существует единого мнения, что же это такое.

{ Личный бренд в моем представлении — это пошаговый план развития себя в рамках публичного общения. Это умение представить себя так, чтобы другие узнали о тебе и последовали за тобой.

**Это уникальная возможность оставить след в истории благодаря своей деятельности.**

Я часто привожу в своих мастер-классах три ярких примера проявления личного бренда:

- когда твоим именем называют улицу, а люди знают, чем ты занимаешься;
- когда ты начинаешь сниться своей целевой аудитории;
- когда тебя рекомендуют люди, которые не были твоими клиентами.

Тебя знают, ты становишься частью жизни твоей целевой аудитории (ЦА), а потом эти люди или становятся твоими клиентами, или начинают рекомендовать другим людям, которые, в свою очередь, тоже становятся твоими клиентами.

Вопрос в том, что же происходит позже.

Кто знаком с простой математикой, тот помнит правила возведения чисел в степень.  $3$  в кубе =  $27$ .  $0,33$  в кубе =  $0,035937$ .

Личный бренд — это и есть результат возведения в степень. У кого-то это возведение во вторую степень у кого-то — в третью, у кого-то — в десятую, все зависит от рынка, ЦА, основных сообщений, системы маркетинга. Но если уровень профессионализма не дотягивает до единицы (базовой нормы), то все остальные действия оказываются направлены на разрушение репутации. И прощай счастливая деловая деятельность.

В практическом понимании создание личного бренда — это работа с сильными сторонами человека и коррекция слабых хотя бы до приемлемых вариантов. Необходимо подать личный бренд так, чтобы

к целевой аудитории были обращены только интересные ей черты и потенциальные клиенты узнали о человеке и поняли, что он настоящий профессионал, к которому хочется обратиться.

В рамках нашей работы в Лаборатории личного брендинга мы время от времени проводим небольшие исследования, чтобы определить, что наши реальные и потенциальные клиенты подразумевают под процессом публичного продвижения.

**По мнению участников одного из последних исследований, личный бренд — это:**

- Продвижение себя и своих продуктов.
- Ассоциирование фамилии/имени с какой-то услугой или продуктом определенного уровня, качества или сегментации целевой аудитории, причем, ассоциирование обязательно положительное.
- Комплекс регулярных мероприятий, направленных на ассоциацию имени со сферой деятельности, в которой работает субъект брендинга, в целях повышения своей экспертности, а также для увеличения среднего чека.
- Создание в сообществе определенной точки зрения по поводу того, кем ты являешься.
- Создание и транслирование профессионального образа.
- Продвижение своей персоны, как определенного продукта, связанного с успешной деятельностью в какой-либо определенной области.
- Возможность ассоциировать себя с чем-то для последующей монетизации.