

**В**ажная ценность этой книги в том, что она не только описывает, ЧТО нужно сделать, чтобы построить свой личный бренд, но и подробно рассказывает, КАК это сделать. В книге даны четкие инструкции, с помощью которых вы сможете уже завтра начать конкретные действия по личной раскрутке. Тут и маркетинговый план, и контентная стратегия, и чек-листы, и описание инструментов. И даже рекомендации других экспертов. Книга «Личный бренд с нуля» будет полезна и тем, кто только приступил к этой работе, и тем, кто уже пожинает первые плоды персональной известности.

*Тимур Асланов,  
главный редактор журнала «Пресс-служба»,  
бизнес-спикер*

**В** эпоху, когда уникальных продуктов и решений все меньше, принципиальным фактором является вопрос: а кто за бизнесом? Кто лицо этого проекта? Это и есть личный бренд. Насколько личный бренд вызывает доверие у аудитории и окружения, какие ассоциации он вызывает? Подлежит ли он монетизации? Написанная Екатериной книга отвечает на эти вопросы и дает понятные рекомендации по реализации. Могу рекомендовать это пособие для изучения всем тем, кто занимается бизнесом и планирует заниматься управлением своей репутацией.

*Григорий Аветов,  
ректор школы бизнеса «Синергия»*

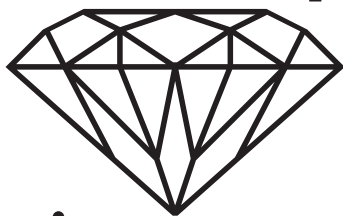
Личный бренд начинает переходить из сферы шоу-бизнеса и политики в традиционный бизнес. Каждый, кто хочет выстроить сильную систему, устойчивую к различным трудностям, должен задумываться о дополнительных возможностях для развития. Персональное продвижение сейчас как нельзя работает — развиваешь ты авторский проект или строишь франшизную сеть. Эта книга — мой абсолютный фаворит среди изданий о личном продвижении: все разложено по полочкам от общего к частному, и остается только взять и внедрить.

*Татьяна Тур,  
продюсер, основатель детских творческих  
школ-студий Sound Media Kids*

ЕКАТЕРИНА  
КОНОНОВА

ПЕРЕГОВОРЫ  
УБЕЖДЕНИЕ  
ВЛИЯНИЕ

# ЛИЧНЫЙ БРЕНД С НУЛЯ



**ПРАКТИЧЕСКОЕ  
РУКОВОДСТВО  
ПО ПРОДВИЖЕНИЮ КАРЬЕРЫ  
И БИЗНЕСА**  
2-е издание



Издательство  
АСТ  
Москва

УДК 331 *Все права защищены. Никакая часть данной книги*  
ББК 656.240 *не может быть воспроизведена в какой бы то*  
К64 *ни было форме без письменного разрешения владельцев*  
*авторских прав.*

**Кононова, Екатерина.**

К64 Личный бренд с нуля. 2-е издание. Практическое руководство по продвижению карьеры и бизнеса / Екатерина Кононова. — Москва : Издательство АСТ, 2024. — 288 с. — (Переговоры. Убеждение. Влияние).

ISBN 978-5-17-165927-1

Чтобы быть успешным в своем деле, вам нужно заявить о себе так, чтобы вам поверили. Но как это сделать, если рынок перенасыщен конкурентами, а завоевать популярность у аудитории не получается?

Выход есть — создать имя, личный бренд, который вызовет доверие аудитории. Книга Екатерины Кононовой, консультанта по созданию личного бренда, — программа личного продвижения, которая поможет развить ваш бизнес и увеличить заработок. Автор подробно разбирает главные инструменты продвижения Имени и Бренда в социальных сетях для того, чтобы вы укрепились на рынке, стали незаменимы для клиентов.

Книга поможет в создании личного бренда практически в любом направлении: от моды до юридической практики и медицины. Позвольте вашему имени работать на вас!

**УДК 331**  
**ББК 656.240**

Макет подготовлен редакцией «Прайм»

ISBN 978-5-17-165927-1

© Кононова Е., 2024  
© Киреева А. В., фотография  
на обложке, 2024  
© ООО «Издательство АСТ», 2024

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>От автора</b> .....	9
Мы все умрем.....	9
Кто же такой Человек-Бренд?.....	10
Лаборатория личного брендинга.....	11
<b>Глава 1. АУДИТ И СТРАТЕГИЯ</b> .....	17
Основные понятия и термины .....	17
Что же такое личный брендинг? .....	19
Что же такое влияние? .....	27
Уровни личного брендинга.....	29
Я-Концепция .....	37
Цели и задачи.....	38
Основные сообщения.....	41
УТП — ответ на все вопросы .....	41
Мыслеобразы (факты, характеристики, послевкусие) .....	42
Ценности .....	52
Образ.....	53
Архетипы .....	53
Оппонент.....	55
Ассоциативный ряд.....	56
Биография и Лист достижений .....	56
Легенда бренда .....	57
Целевые аудитории.....	58

Ролевая модель.....	62
Конкуренты.....	62
<b>Глава 2. УПАКОВКА.....</b>	<b>65</b>
Внешность.....	65
Физические данные.....	65
Ухоженность.....	70
Стиль и образ.....	75
Фотографии.....	78
Фирменный стиль.....	81
Фирменный стиль в личном брендинге.....	82
Юридические аспекты личного брендинга.....	86
<b>Глава 3. МАРКЕТИНГ.....</b>	<b>93</b>
Продуктовая линейка.....	93
10 способов монетизации публичной деятельности.....	96
Медиаакит.....	100
Уровни осознанности покупателей.....	101
Инструменты продаж.....	103
Принципы создания личного бренда в социальных медиа. Контент-план.....	105
Ведение соцсетей.....	129
Визуальная составляющая.....	130
Видео в соцсетях.....	136
Оформление профиля.....	138
Продвижение.....	140

Создание личного сайта.....	150
Про Википедию .....	156
Управление поисковой выдачей .....	158
Как отразить негативную атаку в Сети.....	161
Работа с базой подписки .....	165
<b>Глава 4. ЭКСПЕРТНОЕ РАЗВИТИЕ.....</b>	<b>167</b>
Обратная связь от клиентов.....	167
Признание от уже действующих экспертов.....	169
Написание собственной книги .....	174
<b>Глава 5. МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ.....</b>	<b>179</b>
Как попасть в СМИ.....	180
Алгоритм контакта с редакцией. Основные положения.....	186
Как еще попасть в СМИ .....	188
Взрывной пиар для личностей и выдающихся персон. Создание инфоповодов .....	199
Собственные медиапроекты. Создание авторской программы в рамках существующего СМИ .....	203
Как вести блог.....	206
Видеоконтент на YouTube.....	209
Профессиональные материалы .....	209
Видеоблог .....	214

<b>Глава 6. ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ</b> .....	219
Ваши выступления должны быть четко прописаны! .....	219
Что нужно знать при подготовке выступления .....	222
Структура выступления .....	224
Как речь влияет на восприятие вашего выступления аудиторией? .....	226
Организация выступлений и райдер .....	229
Календарь мероприятий .....	230
<b>Глава 7. СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА РАЗВИТИЯ</b> ...	233
Карта успеха .....	233
Ежедневные задачи .....	235
Итоги месяца .....	240
<b>Глава 8. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ В ЛИЧНОМ БРЕНДИНГЕ</b> .....	241
Делегирование .....	241
Психологические особенности личного брендинга .....	245
Самомотивация в личном брендинге .....	256
Меня себя — меняю мир .....	261
Завышенные ожидания в личном брендинге. Синдром Джоли-Питта .....	268
Небольшой бонус: 100 вопросов, которые стоит задать себе перед началом работы над личным брендом .....	272
<b>Вместо эпилога</b> .....	283



## 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 «i»: 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 BAKERS. 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 BAKERS** — 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. После ребрендинга в 2017 году агентство носит название BAKERS.

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 слабина;
- 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