

**«ДНК бизнеса:
персональный брендинг
как фундамент
успешности
предпринимателя»**

УДК 33
ББК 65

«ДНК бизнеса: персональный брендинг как фундамент
успешности предпринимателя» / 86 с.

Редактор Татьяна Поляничева

ISBN

Шрифт основного текста: Source Serif 4 Subhead, лицензия
SIL Open Font License 1.1, разработан Франк Гриссхаммер, Пол Хант,
Шрифт заголовков: Dela Gothic One, лицензия SIL Open Font
License 1.1, разработан Aratakana

16+ В соответствии с ФЗ от 29.12. 2010 №436-ФЗ

**УДК 33
ББК 65**

*Татьяна Баскакова и литературное агентство Эмиля Ахундова
представляют новую книгу про персональный брендинг. В эпоху
перемен личный бренд — ключевой актив. Книга «ДНК бизнеса»
раскрывает секреты создания сильного имени и репутации, превращая
уникальность в валюту. Экспертные гайды и истории помогут
выстроить доверие, привлечь целевую аудиторию и создать наследие
в цифровом мире.*

Эмиля Ахундова
литературное агентство

ISBN

г. Санкт-Петербург,
Литературное агентство Эмиля Ахундова
(ИП Ахундов Э.И.), ИНН 781302617257.
<https://lit-agent.ru>, https://vk.com/litagent_ru,
<https://t.me/eakhundov>.

© Библиотека SMI.RU.COM., 2025

© Оформление ООО «Паблиш Системс»,
Метранпаж, Онлайн-сервис верстки книг, 2025

**Татьяна Баскакова –
основательница
коммуникационного агентства
«Баскакова Медиа»,
сертифицированный партнер
РБК и главный редактор онлайн-
журнала The Balance**



Я вхожу в первую тройку сертифицированных партнеров РБК по количеству компаний в управлении, а также веду собственную авторскую колонку в данном издании. Предпочитаю публичные выступления, но подхожу к ним избирательно: у меня нет цели выступать везде и много — гораздо важнее делать это качественно на соответствующих моим целям и задачам мероприятиях.

Моя целевая аудитория — амбициозные эксперты и предприниматели, которые понимают, что достичь своих целей без продвижения будет сложно. За любым бизнесом стоит человек. И если раньше

собственников бизнеса могли не знать, то сейчас сила личного бренда позволяет кратно развивать и масштабировать бизнес.

Я владею коммуникационным агентством, в котором работаю со всеми федеральными СМИ, а также имею место для творчества — мой онлайн журнал, в котором я соединила бизнес и издательский опыт. Я создала тот продукт, который предоставляет возможность экспертам и предпринимателям стать колумнистом издания. Делиться экспертизой с читателями, что в свою очередь, усиливает личный бренд и помогает стать медийным экспертом.

Введение

В мире бизнеса, где технологии стремительно меняют правила игры, а конкуренция достигает невиданных масштабов, единственное, что остается неизменным, — это ценность человеческих ресурсов. Деньги, связи и даже самые новаторские идеи теряют силу, если за ними не стоит доверие. Имя, репутация и экспертность — вот главные составляющие личного бренда, который открывает новые возможности во всех сферах деятельности.

Эта книга — не просто руководство по персональному брендингу. Это исследование ДНК современного бизнеса, где ваш личный капитал выступает в качестве ключевого актива. Почему одни предприниматели годами остаются незамеченными, а другие превращаются в инвесторов, партнеров, наставников и лидеров мнений? В чем секрет устойчивого роста бизнеса? Как оставить свой цифровой след и привлечь внимание целевой аудитории? Ответы на эти вопросы вы найдете в историях и подробных гайдах наших экспертов из самых разных ниш.

«ДНК бизнеса» — это не про то, как «казаться», а про то, как «быть». Про основные принципы, которые превращают предпринимателя в сильного и известного эксперта. Про то, как ваша уникальность становится вашей валютой.

Мы живем в то время, когда каждый пост, выступление или даже молчание работают на ваш бренд, осознанно или нет. Вы можете либо управлять этим процессом, либо позволить обстоятельствам сформировать ваш образ за вас — выбор здесь только за вами.

Если вы готовы не просто строить бизнес, а создавать наследие — начать стоит с себя.

Добро пожаловать в эпоху, где самый ценный актив — это вы.

Приятного прочтения!

Что такое персональный брендинг и зачем он бизнесу

За любым бизнесом стоит человек. И хотя эта цитата часто упоминается в разных контекстах, суть ее не теряет актуальности: сегодня невозможно выстроить успешную и узнаваемую компанию, оставаясь в тени. В эпоху персонализации бизнес все чаще продвигается через лицо, голос и ценности его основателя. Именно здесь и включается персональный брендинг.

Что такое персональный брендинг

Персональный брендинг — это системная работа над личным брендом, узнаваемостью и позиционированием эксперта в профессиональной среде. Это не просто «медийность» или умение вести соцсети. Это осознанный подход к тому, как вы транслируете свои ценности, достижения, стиль мышления и ведения бизнеса.

6

Личный бренд — это:

- Лицо компании;
- Канал доверия;
- Гарантия, что бизнес стоит на прочной репутационной основе.

Одно из наиболее точных определений: «Личный бренд — это мнение людей о вас, которое формируется на основе ваших действий, коммуникации и результатов. Не по красивым словам, а по тому, как вы работаете, как решаете задачи и как общаетесь с окружающими».

То есть персональный брендинг — это осознанная работа над своим статусом, основанная на профессиональных достижениях, ценностях и позиции человека в обществе. Это репутация, подкрепленная фактами и результатами, которую человек осознанно формирует в выбранной профессиональной нише. Проще говоря, это то, как вас воспринимают, обсуждают и рекомендуют, когда вас нет в комнате. Это не про публичность ради лайков. Это про доверие, узнаваемость и влияние, которые конвертируются в деловые

возможности, доступ к нужным кругам, устойчивость бизнеса и инвестиционный интерес.

Зачем бизнесу личный бренд

Сегодня бизнес может строиться вокруг личности. Причем это не только про инфобизнес или креативные индустрии. В любых нишах сильный личный бренд работает, как якорь доверия: он усиливает сам продукт, помогает привлечь нужные контакты, ускоряет выход на нужный рынок и открывает возможности, которые недоступны без репутации.

Раньше бизнес мог быть обезличенным. Покупатель знал название компании, и этого было достаточно. Сейчас все иначе: клиенту важны ценности, личная история, человеческий фактор. И, как я уже говорила, со временем персонализация все сильнее входит в формат продвижения. Мы знаем множество примеров, когда персональный бренд помог бизнесу стать устойчивым, узнаваемым и значимым. Аудитория видит человека, и через его ценности формирует доверие ко всему бренду.

Цели и задачи персонального брендинга

У персонального бренда всегда есть прикладная задача. Это не про тщеславие. Это инструмент, который позволяет:

- Налаживать статусные связи. Чем выше ваш уровень, тем больше внимания уделяется тому, с кем вы общаетесь. Сильный персональный бренд упрощает вход в закрытые профессиональные сообщества и дает доступ к нужным контактам;
- Повышать доверие. Репутация работает, как фильтр: она либо привлекает к вам нужных партнеров и клиентов, либо отталкивает. Сформированное представление о вас — ваша точка входа на рынок;
- Привлекать инвестиции. Люди охотнее вкладываются в проекты, за которыми стоит известная и понятная личность. Это снижает риски и делает вашу бизнес-идею убедительнее;
- Укреплять позиции компании. Бренд предпринимателя автоматически усиливает и корпоративный бренд, особенно в момент запуска нового проекта.

Важно понимать: медийность не равно персональный брендинг. Не каждый предприниматель обязан быть в кадре или выступать публично.

Но работать над своим позиционированием и репутацией должен каждый. Ведь персональный бренд — это не про количество подписчиков, а про четкую репутацию и представление, которое возникает у людей при упоминании вашего имени.

Примеры «человек-бренд» среди российских предпринимателей (2025 год).

На российском рынке мы видим устойчивую тенденцию: сильные предприниматели становятся лицом своих проектов. Они не прячутся за логотипами, а сами формируют повестку — через публичные выступления, интервью, экспертные колонки и соцсети. Вот три актуальных примера:

**Ирина Новикова – бизнесвумен,
генеральный директор торгового дома
ООО «Минский молочный завод № 1»,
общественный деятель.**



Сегодня Ирина Новикова руководит крупным бизнесом с многомиллиардным оборотом и представленностью в 72 регионах страны — от Санкт-Петербурга до Сахалина и Камчатки. Управленческий опыт более 20 лет позволил ей не только одной из первых установить и укрепить бизнес-связи между Россией и Беларусью, но также реализовать и привести к успеху ряд значимых собственных проектов. Эксперт регулярно выступает на отраслевых конференциях и деловых форумах в качестве почетного спикера.

Мария Елисеева – эксперт в области лингвистики, преподаватель английского и французского языков.



10

Мария работает в сфере лингвистики более 25 лет. Она разработала уникальную методику изучения английского с младенческого возраста, а также является экспертом по воспитанию билингвальных детей. Написала несколько пособий по раннему языковому развитию. Регулярно делится знаниями и опытом, выступая на международных образовательных семинарах и конгрессах.