



Мария Азаренок, Екатерина Азизова

АКТИВИРУЙ СВОЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД!



100 кейсов для повышения
эффективности бизнеса

МОСКВА
2021

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202
А35

Художественное оформление *Р. Муртазина*

Азаренок, Мария Александровна.

А35 Активируй свой персональный бренд! 100 кейсов для повышения эффективности бизнеса / Мария Азаренок, Екатерина Азизова. — Москва : Эксмо, 2021. — 512 с.

ISBN 978-5-04-194097-3

Настольная инструкция предпринимателя и самозанятого человека о том, как и зачем строить личный бренд. 100 самых острых и часто встречающихся вопросов про личный бренд из онлайн и оффлайн практики Марии Азаренок, на них даны инструкции-ответы, подкрепленные живыми примерами людей — брендов из авторского подкаста <http://podcast.azarenokpro.com>

В этой книге — пошаговый алгоритм, как активировать личный бренд, и подробная инструкция для самостоятельной работы на каждом этапе: аудит точки А, фундамент, упаковка, раскрутка и создание тыла личного бренда.

Книга написана практиками и родилась как итог тысяч часов работы с предпринимателями из разных сфер.

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202

ISBN 978-5-04-194097-3

© Азаренок М., 2021
© Азизова Е., 2021
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021

ВВЕДЕНИЕ

Мы живем в удивительное время. С каждым годом мир стремительно меняется, и скорость этих изменений только нарастает.

Знакомы ли вы с понятием «информационный взрыв»? Этот термин используют для иллюстрации лавинообразного нарастания массы разнообразной информации в современном обществе.

Чтобы вы почувствовали масштаб «трагедии», приведу вам статистику 2013 года: «Современный человек за месяц получает и обрабатывает столько же информации, сколько человек XVII века — за всю жизнь, а в Facebook в открытый доступ ежемесячно выкладывается 30 миллиардов новых источников информации».

А теперь риторический вопрос: сильно ли изменилась наша реальность с 2013 года? КАРДИНАЛЬНО.

Так, например, на момент написания этого вступления лично я за эти несколько лет:

— стала YouTube-бизнес-блогером с более чем 100 000 подписчиков (и более полумиллиона просмотров в месяц);

— создала живую аудиторию в Instagram суммарно более 200 000 подписчиков;

— построила карьеру в сетевом бизнесе с миллионными оборотами и уже успела завершить ее;

— создала 3 прибыльных бизнеса в разных нишах и осталась в одном из них;

— и самое главное, в контексте этой книги стала экспертом в такой теме, как личный бренд. Более 10 000 человек только за 2018 год прошли наши обучающие программы по активации личного бренда.

Это всего 5 лет!

Вы спросите: «А при чем тут личный бренд и «информационный взрыв»?»

Я задам встречный вопрос: «Если так стремительно нарастает количество информации в этом мире, то сложнее или легче вашим потенциальным потребителям — покупателям — клиентам принимать решение относительно того, кого выбрать в этом информационном потоке?»

Больше информации, больше выбор и... больше вариантов, что выберут не вас.

Кто-то потребляет информацию, кто-то ее производит.

Кто рулит процессом? Тот, кто производит такую информацию (о себе, своей компании, своих продуктах, товарах, идеях и задачах), которая способна дойти до максимального количества интересных ему аудиторий и вызвать их сопричастность.

Это называется «создать правильный DIGITAL-след».

И задача этой книги — научить вас пользоваться одним из самых мощных инструментов по созданию этого следа в онлайн и офлайн-пространстве — вашим личным брендом. Потому что если вы не производите правильную информацию о себе в информационном пространстве, то поверьте, это сделают за вас, но не факт, что вам понравится результат такой работы.

Быть брендом означает взять под контроль информационные потоки вокруг своей личности и всех своих профессиональных активностей, стать ньюсмейкером для своей и смежных аудиторий, самому определять, кто вы, про что и на каком языке говорите с этим миром.

Моя практика (а я провожу порядка 60 часов личных консультаций по теме личного бренда и нетворкинга с предпринимателями разного масштаба каждый месяц) показывает, что, несмотря на то что в последнее время часто звучит словосочетание «личный бренд», тем не менее в действительности мало кто де-

лает осознанные системные шаги в направлении его активации. Все понимают, что «хорошо было бы», но мало кто идет дальше регулярных фотографий и постов в Instagram. Что, в общем, плохо, но это лишь 1% того, что можно / нужно сделать.

Сегодня вы держите в руках проверенную пошаговую систему работы над вашим личным брендом. А вместе с ней — реальные примеры успеха через личный бренд в абсолютно разных нишах.

Хотя... быть может, вы еще не до конца уверены в том, что «оно вам надо»?

Давайте смотреть дальше. Как вы думаете, что делает абсолютное большинство современных людей после знакомства с интересным человеком, например на бизнес-мероприятии, через общих знакомых или в профессиональном сообществе? Мы идем гуглить или «яндексить». Зачем? Подтвердить или опровергнуть первое впечатление. Мы ищем социальные доказательства того, кто этот человек, что он делает и чем может быть нам полезен.

Как это работает у меня лично? Интернет помогает мне сокращать дистанцию. Если мне кто-то интересен при личном знакомстве и в Интернете я нахожу подтверждение, что да, мне не показалось, это действительно интересный профессионал, то я гораздо быстрее вхожу с ним в контакт, продолжаю диалог и соглашаюсь на его предложения. Да даже слушаю с бóльшим вниманием. А если не нахожу... то выключаю, забываю, забываю. Не потому, что он какой-то не такой. Просто у меня нет времени разбираться какой. В информационном потоке нам всегда проще найти того, кто максимально понятен.

В эпоху «информационного взрыва» конкуренция во всех нишах растет, и я не могу долго размусоливать — если ты непонятен, то неинтересен, потому что я быстро найду того, кто будет понятен!

А как сделать так, чтобы быть понятным, привлекательным, предсказуемым для своих аудиторий? Построить личный бренд в соответствии со своими задачами. Причем сделать это во всех возможных точках контакта, онлайн и офлайн.

Именно этим мы и займемся на этих страницах.

Мы последовательно пройдем с вами весь путь активации вашего личного бренда:

- разберемся, что такое личный бренд и как он работает;
- снимем возражения, которые мешают вам разрешить себе стать брендом;
- построим формулу вашего бренда и создадим легенду;
- определим позиционирование и уникальность;
- упакуем через релевантный контент в нужных точках контакта;
- запустим раскрутку разными способами;
- создадим тыл бренда и предпосылки для масштабирования;
- проработаем «синдром самозванца».

Но я хочу вас предупредить — путь, который вы начнете вместе с нами в этой книге, на ней не закончится.

Это путь длиной во всю вашу предпринимательскую жизнь во всех ваших сферах.

Личный бренд — это инструмент, который всегда с вами. Он будет эволюционировать, станет вашим верным помощником в любом деле, и его эффективность будет только нарастать с каждым месяцем (естественно, при правильном подходе).

Итак, поехали!

.....

БЛИЦ-АУДИТ ВАШЕГО БРЕНДА

ДЛЯ НАЧАЛА РАБОТЫ Я ПРЕДЛАГАЮ НЕБОЛЬШОЙ ПРОСТОЙ ТЕСТ, КОТОРЫЙ ПОМОЖЕТ ОПРЕДЕЛИТЬ СТАРТОВУЮ ПОЗИЦИЮ, С КОТОРОЙ ВЫ НАЧИНАЕТЕ ВАШ ПУТЬ К АКТИВАЦИИ ЛИЧНОГО БРЕНДА.

.....

Баллы:

–1 — первый раз слышу про то, что это нужно делать;

0 — знаю, что надо, но не делаю;

+1 — интуитивно и иногда что-то делаю в этом направлении;

+2 — построил, внедрил, работает, это мое твердое ДА.

Ставьте себе баллы за ответы на следующие утверждения:

1. Я понимаю, какие задачи решает мой личный бренд.

2. Я знаю нишу, в которой строю личный бренд и с которой хочу ассоциироваться.

3. У меня есть персональная миссия.

4. У меня есть понимание ценного конечного продукта, который получают люди при взаимодействии со мной как с человеком-брендом.

5. Я знаю, куда стремлюсь в глобальной перспективе (что значит для меня стать признанным, уважаемым, востребованным мастером в моем деле).

6. У меня есть декомпозиция* (смотри Приложение 4) моей точки Б в моем деле (есть четко прописанное понимание, из чего состоит результат в моей точке Б и что надо сделать, чтобы она реализовалась).

7. Я знаю, какие у меня ценности и о каких из них я готов говорить вслух всему миру (что готов приумножать в этом мире важного для меня).

8. Я получаю добавочную прибыль от своей востребованности в своей нише.

9. На меня работает входящий маркетинг (например, люди сами обращаются ко мне с предложениями партнерства, клиенты находят меня сами, представители СМИ просят дать комментарии по релевантным для меня темам).

10. У меня есть адвокаты моего бренда (мои клиенты рекомендуют меня новым потенциальным клиентам).

11. Я знаю основных игроков людей-брендов в моей нише.

12. У меня есть понимание моей уникальности — чем я отличаюсь от других профессионалов в этой нише и почему покупают именно у меня.

13. Я знаю, что такое контент-план, и он у меня есть.
14. Я регулярно веду свою страничку в любой из социальных сетей в любом формате.
15. У меня есть самопрезентация (elevator pitch) при знакомстве.
16. Я регулярно занимаюсь нетворкингом.
17. У меня есть опыт выступления в качестве спикера по теме моей компетенции.
18. Я давал комментарии или выпускал статьи в СМИ.
19. У меня есть опыт онлайн-видеокommunikации с моей аудиторией (стримы, сториз, вебинары, видеоролики).
20. Я знаю, что будет для меня показателем роста моей популярности как бренда.

Ваша задача — вывести ваш балл на момент начала прочтения этой книги.

Вот прямо сейчас остановитесь, возьмите ручку и зафиксируйте для себя лично вашу цифру.

Результаты:

— Если вы в минусовом балансе или на нуле — ничего страшного. Важно, что теперь вы знаете, что каждый нереализованный пункт отбирает у вас возможность быть увиденным, услышанным, понятым, востребованным. Ведь мы начинаем нашу совместную работу в рамках этой книги, и когда после ее прочтения вы повторно пройдете этот тест — результаты вас точно порадуют.

— Если вы уже в плюсовом балансе — поздравляю! Но открою секрет — в итоговом тесте «Чек-лист активации личного бренда» для человека-бренда 50 пунктов (что это за чек-лист и как его получить, мы расскажем на страницах книги). Так что уверена, что эта книга откроет вам новые аспекты, о которых вы раньше или не знали, или не предполагали, что они могут работать на вас.

2 АВТОРА

Ну и как вы уже успели заметить, у этой книги 2 автора — Мария Азаренок (которая сейчас пишет эти строчки) и Екатерина Азизова. Перед каждой главой вы увидите по-