

Создание личного бренда эксперта



<https://navika.pro/konsalting--kouching/courses/sozдание-lichnogo-brenda-eksperta>

Содержание

1. Определение личности эксперта и основы персонального бренда..	3
2. Работа с публичным образом.....	5
3. Работа с контентом	9
4. Работа с синдромом самозванца	12
5. Работа с поведенческими моделями	13
6. Работа с социальными сетями	16

1. Определение личности эксперта и основы персонального бренда

1.1. ОПРЕДЕЛИТЕ, КТО ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И ДЛЯ КОГО ВЫ ХОТЕЛИ БЫ БЫТЬ ЭКСПЕРТОМ.

1.2. ОПИШИТЕ ПРИЗНАКИ САМЫХ ХАРАКТЕРНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СВОЕЙ АУДИТОРИИ: ВОЗРАСТ, ПОЛ, ОБРАЗОВАНИЕ, УРОВЕНЬ ДОХОДОВ, ИНТЕРЕСЫ, СФЕРА ЗАНЯТОСТИ.

Признаки ЦА	
Возраст	
Пол	
Национальность	
Язык	
Уровень дохода	
Образование	
Интересы	

1.3. При необходимости сегментируйте вашу целевую аудиторию, составив несколько таких таблиц. Например, если целевая аудитория одного продукта — женщины, которые хотят выйти замуж, а целевая аудитория другого — женщины, которые хотят развестись.

1.4. Составьте подробный портрет и список ценностей для всех сегментов вашей целевой аудитории.

Признаки целевой аудитории	Ценности сегмента целевой аудитории	Предложения для целевого сегмента

2. Работа с публичным образом

2.1. ПОДБЕРИТЕ ОДЕЖДУ, КОТОРАЯ БУДЕТ ВАМ КОМФОРТНА И КОТОРАЯ СООТВЕТСТВУЕТ ОЖИДАЕМОМУ ОБРАЗУ ЭКСПЕРТА. ВАШ ВНЕШНИЙ ВИД ДОЛЖЕН БЫТЬ «ГОВОРЯЩИМ»: ЕСЛИ ВЫ ФИТНЕС-ТРЕНЕР, У ВАС ДОЛЖЕН БЫТЬ КРАСИВЫЙ СПОРТИВНЫЙ КОСТЮМ, ЕСЛИ ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ — СТРОГАЯ ДЕЛОВАЯ ОДЕЖДА.

2.2. ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СТИЛИСТОМ, ЧТОБЫ ПОДОБРАТЬ УМЕСТНЫЙ, «СЧИТЫВАЕМЫЙ» ОБРАЗ.

2.3. ПОДБЕРИТЕ АКСЕССУАРЫ, КОТОРЫЕ ВАЖНЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТАКОГО ОБРАЗА. ЗАПИШИТЕ, КАКИЕ ОНИ. ЧТО МОЖЕТ НАГЛЯДНО СВИДЕТЕЛЬСТВОВАТЬ О ТОМ, ЧТО ВЫ — ЭКСПЕРТ?

Например, если вы руководитель — дорогой телефон или макбук. Если вы фитнес-тренер — оригинальная бутылка для воды или заметные яркие кроссовки.

2.4. НАЙДИТЕ СКВОЗНУЮ ОСОБЕННОСТЬ (ДЕТАЛЬ, АКСЕССУАР), КОТОРАЯ БУДЕТ С ВАМИ ВСЕГДА И ПО КОТОРОЙ ВАС БУДУТ ЛЕГКО УЗНАВАТЬ. НАПРИМЕР, ГОЛУБЫЕ ВОЛОСЫ, БАНТ НА ГОЛОВЕ, КРАСНЫЙ ГАЛСТУК-БАБОЧКА ИЛИ БЕЛЫЕ ПЕРЧАТКИ.

2.5. СОЗДАЙТЕ КРАТКУЮ БИОГРАФИЮ В СТИЛЕ «ПУТЬ ГЕРОЯ», ВЗЯВ ЗА ОСНОВУ ЛЮБИМУЮ СКАЗКУ.

2.6. ОПРЕДЕЛИТЕ ОСОБЕННОСТЬ СВОЕГО ОБРАЗА ЖИЗНИ, КОТОРУЮ ВЫ БУДЕТЕ ТРАНСЛИРОВАТЬ В ПУБЛИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО. НАПРИМЕР, НЕОБЫЧНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК, ХОББИ, СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ И Т.Д.

2.7. ЗАПИШИТЕ ДЛЯ СЕБЯ СТОП-ТЕМЫ, КОТОРЫЕ ВЫ НЕ БУДЕТЕ ОБСУЖДАТЬ ПУБЛИЧНО, А ТАКЖЕ ТЕМЫ, КОТОРЫЕ ВЫ МОЖЕТЕ ОБСУЖДАТЬ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО В НЕЙТРАЛЬНЫХ ТОНАХ.

Стоп-тема (не обсуждается публично)	Тема, которую вы обсуждаете нейтрально

2.8. ОПРЕДЕЛИТЕ ЦЕННОСТИ, КОТОРЫЕ НУЖНО И НЕ НУЖНО ДЕМОНСТРИРОВАТЬ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ. ЧТО УКРЕПЛЯЕТ ВАШ ЭКСПЕРТНЫЙ ОБРАЗ, А ЧТО ЕГО РАЗРУШАЕТ?

Например, семья, спорт, чаепития с тортом. Для коуча по финансам семья — укрепляющая ценность, для пикапера — стоп-сигнал, говорящий целевой аудитории о неконгруэнтности публичного образа. Чаепитие с тортом для образа радушной домохозяйки — ценностный формат, для гуру фитнеса — разрушающий.

Ценности	Стоп-сигналы

2.9. Составьте список своих клиентов и проанализируйте, возьмете вы качеством или количеством.

2.10. Проанализируйте список своих учителей: есть ли среди них известные личности, которых можно предъявить в качестве дополнительной ценностной регалии? При возможности сделайте совместное фото с известными людьми.

2.11. Напишите список мероприятий, в которых вы можете принять участие в течение ближайшего года.

Дата	Мероприятие

2.12. Составьте список СМИ, в которых вы могли бы опубликовать свои материалы в роли эксперта. Созвонитесь или спишитесь с редакцией и предложите свои услуги в качестве колумниста.

СМИ	Контакты	Возможные темы для материалов

2.13. СОБЕРИТЕ ОТЗЫВЫ О СВОИХ УСЛУГАХ ИЛИ ПРОДУКТАХ СО ВСЕХ, КТО МОЖЕТ ДАТЬ ВАМ РЕКОМЕНДАЦИИ. В ТОМ ЧИСЛЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ СТРАТЕГИЮ ВЗАИМНОГО ПИАРА.

2.14. НАПИШИТЕ 4–5 ОТРАСЛЕВЫХ ПРОГНОЗОВ НА БЛИЖАЙШИЙ ГОД И ОПУБЛИКУЙТЕ В СМИ ИЛИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

3. Работа с контентом

3.1. УСТАНОВИТЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «ДИКТОФОН» ИЛИ «ГОЛОСОВОЙ БЛОКНОТ» НА ТЕЛЕФОН.

3.2. ПОПРОСИТЕ ДРУГА ИЛИ РОДСТВЕННОКА, ГОТОВОГО ВАС ПОДДЕРЖАТЬ, НАЧАТЬ ЗАДАВАТЬ ВАМ ВОПРОСЫ ПО ТЕМЕ, КОТОРУЮ ВЫ ХОТИТЕ ОЗВУЧИТЬ.

3.3. ПОДЕЛИТЕСЬ С НИМ ТОЙ ТЕМОЙ, КОТОРУЮ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ОЗВУЧИТЬ СВОИМ КЛИЕНТАМ. ОТВЕЧАЙТЕ НА ВОПРОСЫ, ДЕЛАЙТЕ УТОЧНЕНИЯ.

3.4. ЗАЙДИТЕ НА БИРЖУ ФРИЛАНСА (НАПРИМЕР, WORKZILLA ИЛИ FREELANCE.RU) И НАЙДИТЕ ИСПОЛНИТЕЛЯ ПО ТРАНСКРИБАЦИИ ЛИБО ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГОЛОСОВОГО БЛОКНОТА, КОТОРЫЙ АВТОМАТИЧЕСКИ ПЕРЕВОДИТ АУДИОФАЙЛ В ТЕКСТОВЫЙ ФОРМАТ.

3.5. ОТРЕДАКТИРУЙТЕ ФАЙЛ — САМОСТОЯТЕЛЬНО ИЛИ С ПОМОЩЬЮ РЕДАКТОРА-ФРИЛАНСЕРА.

3.6. ОТПРАВЬТЕ ГОТОВУЮ СТАТЬЮ В ПРОФИЛЬНЫЕ СМИ, ЖЕЛАТЕЛЬНО ПЕЧАТНЫЕ (ЖУРНАЛ ИЛИ ГАЗЕТУ). ТИРАЖ И ПРЕСТИЖНОСТЬ НЕ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЯ.

3.7. ОТСКАНИРУЙТЕ ГОТОВУЮ (НАПЕЧАТАННУЮ) СТАТЬЮ И КОНВЕРТИРУЙТЕ В ФОРМАТ PDF. ОНА ПОНАДОБИТСЯ ВАМ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА САЙТЕ.

3.8. СОЗДАЙТЕ НЕБОЛЬШОЙ КОНТЕНТ-ПЛАН ДЛЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ СМИ. НАПИШИТЕ ТЕМЫ, КОТОРЫЕ ВЫ МОГЛИ БЫ ОЗВУЧИТЬ.

Темы	СМИ

3.9. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА: ВАША ЛИЧНАЯ БИОГРАФИЯ, ИСТОРИЯ УСПЕХА, СТАНОВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛА; СТАТЬИ ПРО ВАШУ ОТРАСЛЬ, РАССКАЗЫ О СПЕЦИФИКЕ ВАШЕЙ НИШИ, МНЕНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО КАКИХ-ТО ВАЖНЫХ СОБЫТИЙ, КЕЙСЫ КЛИЕНТОВ, СОВЕТЫ И Т.Д.

3.10. СОЗДАЙТЕ СОДЕРЖАНИЕ КНИГИ ЭКСПЕРТА. ПРИМЕРНО 30 ГЛАВ ПО 10 ТЫСЯЧ ЗНАКОВ — ЭТО УЖЕ ГОТОВАЯ КНИГА. ЗАПИШИТЕ НАЗВАНИЯ ГЛАВ И КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ.

[illegible]

3.11. НАДИКТУЙТЕ ГЛАВЫ НА ДИКТОФОН ИЛИ ВО ВРЕМЯ РАЗГОВОРА С ДРУГОМ (РОДСТВЕННИКОМ). ЛИБО ИСПОЛЬЗУЙТЕ МАТЕРИАЛЫ ВЕБИНАРОВ, КОТОРЫЕ ВЫ ПРОВОДИТЕ ДЛЯ СВОИХ КЛИЕНТОВ.

3.12. ТРАНСКРИБИРУЙТЕ МАТЕРИАЛ И ОТОШЛИТЕ РЕДАКТОРУ-ФРИЛАНСЕРУ. ПОДГОТОВЬТЕ АННОТАЦИЮ ДЛЯ КНИГИ.

3.13. СОБЕРИТЕ КОНТАКТЫ ИЗДАТЕЛЬСТВ, КОТОРЫЕ ВЫПУСКАЮТ NON-FICTION.

3.14. ОФОРМИТЕ МАТЕРИАЛ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ИЗДАТЕЛЬСТВ И РАЗОШЛИТЕ РУКОПИСЬ.

3.15. ПОДПИШИТЕСЬ НА СЕРВИС PRESSFEED, ЧТОБЫ ОТСЛЕЖИВАТЬ ЗАПРОСЫ ЖУРНАЛИСТОВ НА ТЕМАТИЧЕСКИХ СПИКЕРОВ.

4. Работа с синдромом самозванца

4.1. ОПРЕДЕЛИТЕ СВОЕ ТОЧНОЕ МЕСТО В ИЕРАРХИИ СПЕЦИАЛИСТОВ СВОЕЙ ОБЛАСТИ.

4.2. СОСТАВЬТЕ СПИСОК ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ, УМЕНИЙ, КАЧЕСТВ, КОТОРЫЕ НУЖНЫ СПЕЦИАЛИСТУ В ВАШЕЙ ОБЛАСТИ (ВСЕГО ОКОЛО 10 ПУНКТОВ).

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

4.3. СОБЕРИТЕ СПИСОК ИЗ ТЫСЯЧИ ЧЕЛОВЕК ВАШЕЙ ПРОФЕССИИ (ПО ВСЕМУ МИРУ), ОТ ЗВЕЗД И НОБЕЛЕВСКИХ ЛАУРЕАТОВ ДО САМЫХ БЕЗДАРНЫХ НОВИЧКОВ.

4.4. ПО КАЖДОМУ ИЗ КАЧЕСТВ ПОСТАВЬТЕ СЕБЯ НА ОПРЕДЕЛЕННУЮ ПОЗИЦИЮ В ЭТОЙ ИЕРАРХИИ. ЗАПИШИТЕ, КАКОЕ МЕСТО ВЫ ЗАНИМАЕТЕ СРЕДИ ТЫСЯЧИ ЛЮДЕЙ, ОТ ЗВЕЗД ДО ДИЛЕТАНТОВ, ПО КАЖДОМУ ИЗ УМЕНИЙ, ЗНАНИЙ И КАЧЕСТВ. ОЦЕНИТЕ СВОЮ РЕАЛЬНУЮ ПОЗИЦИЮ.

4.5. ОПРЕДЕЛИТЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ПОДНЯТЬСЯ ПО КАЖДОМУ НАВЫКУ ИЛИ КАЧЕСТВУ НА ОПРЕДЕЛЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО СТУПЕНЕЙ. ЗАПИШИТЕ СПИСОК СВОИХ ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ СОБСТВЕННОГО РЕЙТИНГА СРЕДИ ПРОФЕССИОНАЛОВ.

4.6. ОПРЕДЕЛИТЕ, В КАКИХ НАПРАВЛЕНИЯХ ВАМ НЕОБХОДИМО РАЗВИВАТЬСЯ, КАКИЕ УМЕНИЯ И ДО КАКОГО УРОВНЯ ВАМ НЕОБХОДИМО ПРОКАЧИВАТЬ.

5. Работа с поведенческими моделями

5.1. ОПРЕДЕЛИТЕ, КАКОЙ ВЫ ТИП ЛИЧНОГО БРЕНДА. ЭКСТРАВЕРТ ИЛИ ИНТРОВЕРТ? ЭКСПЕРТ ИЛИ РОК-ЗВЕЗДА? КАКОЙ ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ТИП ВАМ ПОДХОДИТ, НРАВИТСЯ И ОЩУЩАЕТСЯ КАК КОМФОРТНЫЙ?

5.2. ПРЕДСТАВЬТЕ, ЧТО ЛИЧНЫЙ БРЕНД У ВАС УЖЕ ЕСТЬ.

5.3. РАСПИШИТЕ ДЕТАЛЬНО ВСЕ СВОИ ВЫГОДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ.

Выгоды личного бренда	Возможности личного бренда

5.4. ЧТО МЕШАЕТ ВАМ ПРЯМО СЕЙЧАС ПРОДВИГАТЬ СЕБЯ КАК ЛИЧНЫЙ БРЕНД? ЗАПИШИТЕ СПИСОК ОБСТОЯТЕЛЬСТВ, КОТОРЫЕ ВАМ ПРЕПЯТСТВУЮТ, И МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ЭТИХ ПРОБЛЕМ.

Например:

Неумение выступать на публике — курсы ораторского мастерства.

Отсутствие таланта к копирайтингу — работа с наемным копирайтером/редактором.

Мешающее обстоятельство	Метод решения

5.5. Взвесьте каждое решение с позиции «выгодно ли вам вкладывать в это время и деньги».

5.6. Запишите все, что вы можете внести в список своих успехов и достижений: участие в рейтингах и конкурсах, опыт работы, кейсы, довольных клиентов и т.д.

5.7. ОТРЕПЕТИРУЙТЕ ПЕРЕД ЗЕРКАЛОМ РЕЧЬ И ЗАПИШИТЕ СЕБЯ НА ВИДЕО, НАПРИМЕР НА ТЕЛЕФОН.

5.8. ПРОВЕДИТЕ ТРАНСЛЯЦИЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ.

5.9. ПРОЖИВИТЕ СВОЙ ХУДШИЙ СЦЕНАРИЙ: В ДЕТАЛЯХ И КРАСКАХ ПРОДУМАЙТЕ САМЫЙ СВОЙ ОГЛУШИТЕЛЬНЫЙ ПРОВАЛ И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ. ПРОЧУВСТВУЙТЕ ВСЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ЧУВСТВОВАТЬ ВО ВРЕМЯ НЕГАТИВНОЙ, КОШМАРНОЙ СИТУАЦИИ.

5.10. СОЗДАЙТЕ СЕРИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФОТОГРАФИЙ, ОТРАЖАЮЩИХ ВЫБРАННЫЙ ВАМИ ИМИДЖ.

5.11. РУКОВОДСТВО ПО СОЗДАНИЮ ДЕЛОВОЙ И ЛАЙФСТАЙЛ-СЪЕМКИ ВЫ МОЖЕТЕ ВЗЯТЬ ИЗ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА.

5.12. УСТАНОВИТЕ СЕРВИС GOOGLE ALERTS И ОТСЛЕЖИВАЙТЕ ВСЕ, ЧТО НАПИСАНО О ВАС В ИНТЕРНЕТЕ.

5.13. ПОПРОСИТЕ СВОИХ КЛИЕНТОВ НАПИСАТЬ ВАМ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ НА САЙТАХ-АГРЕГАТОРАХ, НА ВАШЕМ СОБСТВЕННОМ САЙТЕ, В КОММЕНТАРИЯХ К ВАШИМ МАТЕРИАЛАМ.

6. Работа с социальными сетями

6.1. Заполните свои профили в социальных сетях так, чтобы сразу было понятно, кто вы, чем занимаетесь, чем можете быть полезны.

6.2. Отфильтруйте свои фотографии и удалите все, что может вас компрометировать или дискредитировать.

6.3. Выйдите из сообществ, которые также могут негативно отразиться на вашей репутации.

6.4. Почистите список друзей от неактивных и неадекватных, токсичных людей.

6.5. Установите везде одинаковую аватарку с собственным бизнес-портретом.

6.6. Обозначьте свой статус эксперта.

6.7. Заполните раздел биографии и интересов.