

Олег Евгеньевич Лапшин

Личный бренд. Создай свой стиль. 7 простых шагов без воды и очевидных фактов

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
 2. Диссертации и научные работы
 3. Школьные задания
- Онлайн-консультации
Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву
www.учебники.информ2000.рф.

Олег Лапшин

Личный бренд Создай свой стиль

7 простых шагов
без воды
и очевидных фактов



ISBN 9785449326003

Аннотация

Советы по личному брендингу зачастую ограничиваются перечислением очевидных истин о том, каким надо быть, и кроме эмоционального воодушевления не даёт ничего. Эта книга говорит об узкой теме стиля, доводя эту тему до конкретной практики. Она содержит семь основных практических шагов с примерами и десятки советов, с которыми вы можете создать уникальный стиль вашего Личного бренда уже сегодня.

Личный бренд. Создай свой стиль 7 простых шагов без воды и очевидных фактов

Олег Евгеньевич Лапшин

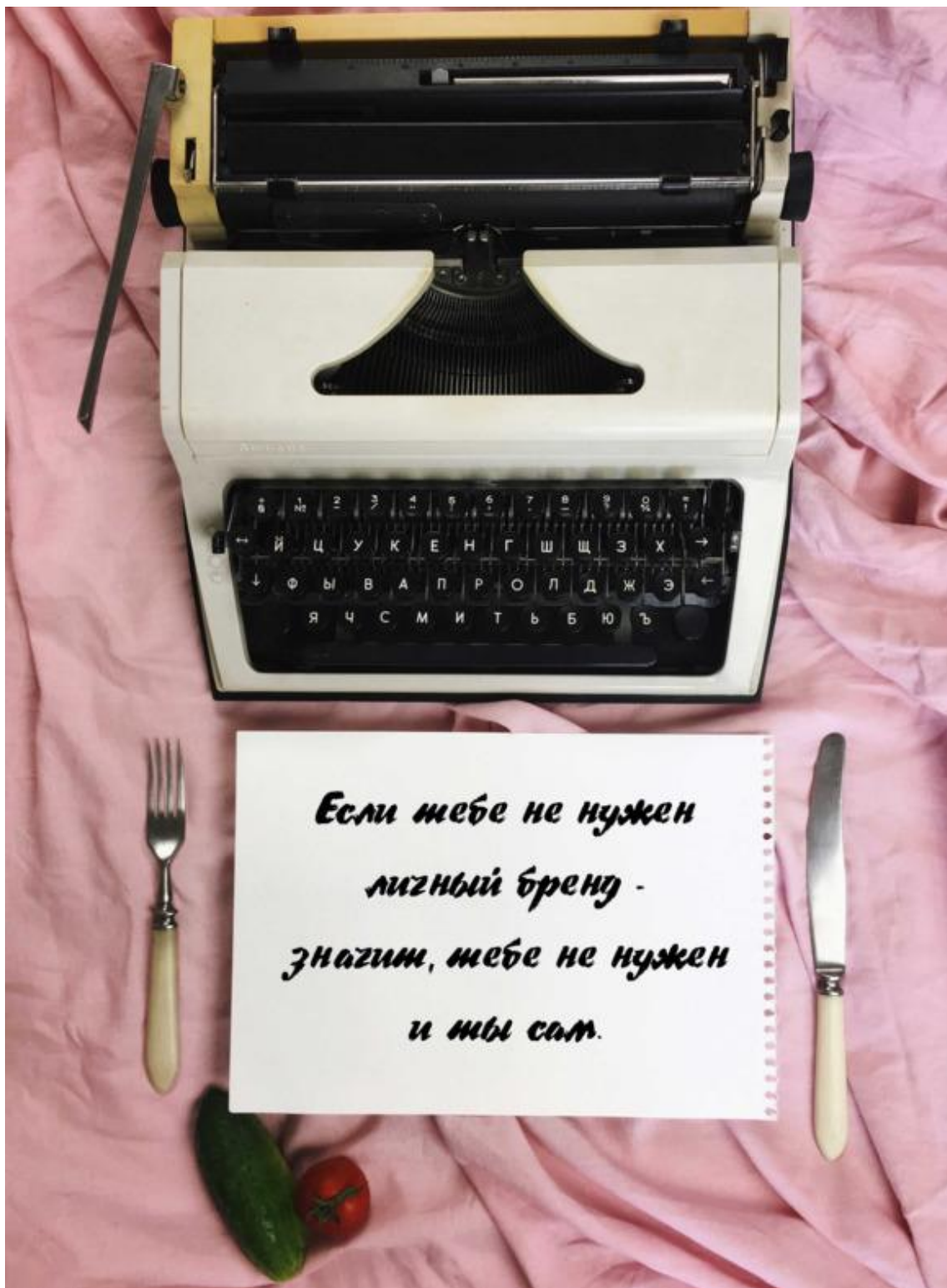
Корректор Максим Сергеевич Филонов
Фотограф Олег Евгеньевич Лапшин

© Олег Евгеньевич Лапшин, 2018
© Олег Евгеньевич Лапшин, фотографии, 2018

ISBN 978-5-4493-2600-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Отличный личный



*Если тебе не нужен
личный бренд -
значит, тебе не нужен
и ты сам.*

**Если тебе не нужен личный бренд – значит, тебе не нужен
и ты сам**

Совершенно не представляю, стоит ли тратить ваше время, рассказывая очевидные факты. Но, если лично для вас это очевидно, то вполне возможно, что один из тех, кто читает эти строки, совершенно не представляет, для чего нужно создавать личный бренд. Итак, поехали.

Личный бренд – это комплексное впечатление о вас, те ощущения, вкусы, цвета, которые рождаются, когда о вас думают. И (хорошая новость!) вам не нужно создавать ваш бренд совершенно с нуля. Он уже есть. Он бренд складывался от встречи к встрече, от поста к посту, от случайных прохожих и наших тостах на семейных торжествах. Любое наше мнение или перепост – это один из кирпичиков в этом строении. А так как любое строение должно подчиняться хотя бы основным законам архитектуры, то и наш бренд должен соответствовать своим законам, чтобы не рухнуть или не создавать неправильного впечатления.

Выстроенный бренд нужен не только предпринимателям, артистам или другим, чья деятельность до двадцати пяти часов связана с представлением себя миру. Хотя в рамках этой книги, большая часть информации будет посвящена им. Даже когда мы являемся специалистом по найму, наш шеф должен очень хорошо понимать, почему он должен нам платить больше. Да и вообще? С чего он нам должен платить?

За четыре года, которые я отработал в оперативной полиграфии, создавая макеты бесконечных визиток, до крови у рта споря с клиентами о новом логотипе и делая самые сложные защиты от копий на печатях, я чувствовал себя бумажным пакетом. Точнее, так чувствовал меня мой шеф. Я был постоянной статьёй расходов, он всё тратил и тратил деньги мне на зарплату, а я очень виновато брал ежемесячный белый конверт, не особо плотно набитый купюрами. Чтобы доказать шефу свою нужность, я оставался по ночам разгребать задания, научился выполнять смежную работу, чтобы быть универсальным солдатом. И перестал уходить на больничные, вне зависимости от состояния здоровья. Итог не заставил себя ждать: мне в очередной раз, не заметя мои огромные заслуги в виде массы довольных клиентов, рассказали насколько я обуза, и тогда я принял решение уйти. Кипя от злости и фыркая про себя: «Вот посмотрите, каково это – без меня справляться», я бросил заявление об увольнении на стол. И они посмотрели, и после моего ухода несколько лет звали меня вернуться обратно. Особенно страдал коллектив, с кем я работал, а клиенты звонили на мобильный и умоляли поработать с ними, даже вне фирмы. Такая же история продолжалась на протяжении всего моего времени работы по найму. Я с радостью винил очередного шефа в «тугоумии» и хлопал дверью. И так я и хлопал, пока не начал свой первый бизнес по аромамаркетингу. Мне как-то сказал клиент: «Вы конечно хороший, но ненужный», и тогда я вдруг всё понял, меня словно по голове ударило, что я совершенно не умею себя презентовать, и вся моя

работа на износ и ответственность всплывает только когда я уже уйду. А пока я на месте, хорошо сделанные дела – это само собой разумеющееся. И мои многочисленные начальники тут не причем, они просто не знали, что я делал настолько много. Так я первый раз, еще в 2011 году, задумался о личном брендинге.

Многим из нас это знакомо. Подход индустриальной эпохи: чем больше мы будем делать, тем больше нам заплатят, чем эффективнее будет наша работа, тем больше нас будут ценить как сотрудников или партнеров. Но это совсем не так. Наступила эра маркетинга и информации. Все зависит от того, насколько удачно и полно мы сможем себя подать.

Конечно, нельзя забывать и о вашем профессионализме: как бы вы не старались представить себя экспертом, если вы каждый день не узнаете что-нибудь новое внутри вашей профессии, то тут маркетингом не поможешь. На своих курсах «Шеф-кухня Личного Бренда» <https://personalb.ru/> всем ученикам я даю задание: узнавать минимум 5 вещей внутри своей профессии каждый день на протяжении недели. Ребята потом с благодарностью рассказывают, что за эту неделю они сделали скачок больше, чем за предыдущий месяц.

Личный бренд дает уверенность, что вы – это номер один в своем деле. Особенно сейчас, когда эта тема только набирает оборот, и ещё так мало тех, кто мог бы называться настоящим личным брендом. Ваши услуги или товары при таком подходе будут особенно цениться. Иногда ценность бренда от общей цены товара составляет 70%. Посчитайте: при даже самом плохом развитии событий, при увеличении выручки на 50% за счет притока новых клиентов и полном отсутствии платной рекламы (а чаще вам будут платить, чтобы вы написали или снялись в каком либо сюжете), как быстро вы отобьете затраты на развитие вашего бренда и уйдете в гарантированный плюс.

Существует и те, кто никогда в жизни не задумываются об этом понятии, но интуитивно соблюдают все законы. У меня есть друг, который живет в другом городе, и он лучший официант. Именно с этой фразы он начинает свое приветствие гостей: «Здравствуйте! Меня зовут... и вам повезло, вас сегодня обслуживает лучший официант в городе». В течение вечера он с лихвой оправдывает свое звание. Стоит ли говорить, что час его работы руководством оплачивается в два раза выше, чем любого другого официанта этого же кафе, ведь, благодаря нему, у них баснословные выручки.

Поначалу я сам не был уверен в будущем успехе меня как бренда, ведь я не обладал выдающейся внешностью или фантастической харизмой. К тому же, перед собой я видел катастрофически мало примеров, и душил бюджет в «0» рублей на продвижение себя. Вам это

знакомо? Но, когда спустя считанные месяцы я стал регулярным гостем популярной передачи на городском канале, мне все чаще люди стали писать в директ слова благодарности, за то, что я есть, а еще спустя год передо мной открылись двери кулинарных шоу на телеканале «Пятница», и я понял, что всё выходит даже лучше, чем я мог надеяться. И я уверен, что у вас тоже выйдет, если вы будете работать над своим брендом.



Всегда работай над «квадратом»

В основе нашего личного бренда лежит квадрат с четырьмя сторонами:

- **База Личного Бренда**
- **Визуальное конструирование**
- **Продвижение**
- **Нетворкинг**

Внутри курса мы разрабатываем подробно все эти грани, тут я лишь ознакомительно опишу их, чтобы вы имели личное представление. А подробно говорить мы будем о грани «Визуальное конструирование», точнее её части, связанной с вашим стилем.



База всему голова. Начинай с основы, или все рухнет

Сначала вам нужно серьёзно ответить на вопрос «Кто вы и зачем это нужно?». Когда мы начинаем читать материалы по личному брендингу, первое, с чем сталкиваемся – это формулировка: «А теперь представьте, какой образ себя вы хотите сделать». Всё верно, вот только редко говорят, от чего отталкиваться. И мы, вооружаясь нашими масками, боязнями и фантазиями, придумываем себе «нечто». Точнее не придумываем, а достаём из глубины себя. Так, как мы хотели бы себя видеть. Пухленький рыжеволосый добряк достаёт образ «агента 007» – покорителя дамских сердец, юная большеглазая девчонка с походкой как ветер надевает образ женщины вамп. Ну, хоть и не всегда всё настолько кардинально, но закон, что сначала мы достаём те образы, которых нам самим так не хватает. В которые мы хотим играть. Мы слишком строги к себе настоящим. Обладая, большим или меньшим актерским талантом вживаемся в роль, и, спустя время, удачно играем её. Так же делал и я сам. Поначалу я мог позволить себе быть собой настоящим, но проходило время, людей и камер вокруг меня становилось больше, и я сам всё глубже и глубже закапывал себя. Спустя время, на мне осталась маска, плотно закрывающая мои истинные чувства. Я терялся и не мог понять, что происходит, почему мне не верят? Почему меня не хотят слышать как раньше? А чем меньше доверия, тем под большую угрозу становится мой личный бренд. Ведь слова того, кому мы не доверяем, кроме настороженности ничего не вызовут, и уж точно мы не будем покупать то, что предлагает этот человек.

Как говорил Маленький Принц: «Зорко одно лишь сердце», и, формируя личный бренд, нам наиболее важно честно и искренне самим себе ответить на вопрос: «Кто я есть, какой я, чем я особенный?». Каждый человек – это огромный мир и уникальность, но мы привыкли и никак не можем разглядеть, а что же в себе настолько замечательного. А недостаткам мы приписываем такие масштабы, что они в наших глазах увеличиваются до колоссальных размеров. А порой, наши особенности мы более всего ненавидим. Но принятие себя – это и есть ключ к победе. Посмотрите чего добилась Перис Хилтон (у неё одно веко гораздо сильнее нависает, чем другое), но она изобрела свой фирменный томный взгляд, и это теперь её отличительная особенность, её фишка. Имея особенный голос можно всю жизнь стесняться, а можно начать петь – и добится успеха. Будьте с собой честными, и тогда это станет хорошей основой вашего личного бренда.



*Можно быть
сколько угодно
гениальным,
но очень бедным,
если не начать
о себе говорить.*

**Можно быть сколько угодно гениальным,
но очень бедным, если не начать о себе говорить**

Вот только есть большая разница: говорить о себе и своём деле или орать. Как правило, мы находимся между двумя крайностями. Сначала мы молчим и стесняемся. А вдруг станем слишком навязчивыми, неприятными? Никто из нас не хочет быть похож на «Тётю Асю» или на рекламу Тайд «Теперь мы идем к вам», но проходит время, и продаж нет от наших скромных и тихих усилий. Кошелек все больше пустеет, и голову посещают предательские мысли: зачем я вообще начинал свое дело? Тут мы не выдерживаем, вцепляясь в Гугл и Инстаграм как в последний шанс, и начинаем смешивать в жуткий коктейль фото завтраков, селфи на пляже и рекламу нашего товара. Как правило, это дает результат, но гораздо меньший и требующий много усилий для того, чтобы перевести ошарашенного подписчика в покупателя, чем грамотная стратегия Личного Бренда.

Продавайте из необходимости людям. Личный бренд на то и личный, что он помогает на вашем примере показать, насколько хорош или плох товар, который вы продаете. И да, он может быть плох, и не стесняйтесь об этом писать. Ведь это моментально говорит о вашей объективности к самому себе и вашей продукции. Мол, да, это вышло плохо, мне жаль, но больше я это не продаю.

Заведите отдельные рубрики и всегда будьте простыми, не засыпайте лишней информацией своих подписчиков. Введите рубрики с вашей жизнью и рубрику, посвященную вашему товару. Они должны четко разделяться и быть интересными.

Меньше фоточек еды, больше работы и размышлений о работе. Еда простительна, если вы с ней работаете или по смыслу она хорошо подходит. А так – постарайтесь обойтись без пустых публикаций.

Важно показать не просто готовую работу, а сам процесс. Вспомните, как завораживает процесс создания картины художником или приготовления пищи профессионалом. Каждый из нас хочет быть соавтором процесса. Один из самых гениальных ходов был у Chanel: они стали размещать в Инстаграме короткие истории создания всех нарядов полностью вручную. Эти видео завораживали.

Совершенно не стоит заводить отдельные аккаунты под товар, за все время я встретил лишь парочку по-настоящему интересных, один из них аккаунт в Instagram Соды @etosoda, он безумно интересен и с душой. Но у Соды не было другого выхода, а у вас есть. Лучше давайте ссылку

на сайт с возможностью покупки сразу, если у вас очень широкий ассортимент, и вы боитесь, что ваши клиенты запутаются.

Всегда и везде размещайте ваши победы, призы, пишите об этом и не стесняйтесь повторяться, ведь ваша аудитория растет, и то, что вы написали месяц назад, вчерашние подписчики не увидят. Но и тут тоже стоит соблюдать границы. Например, в 2016 году я получил премию «Предприниматель года» и, написав об этом два раза за этот месяц, я остановился, а потом так же невзначай вспомнил, подводя в посте итоги рабочего года. Но, если бы я не смог удержаться и писал об этом каждый месяц, это выглядело бы как пустое хвастовство. И принесло больше, вреда чем пользы.

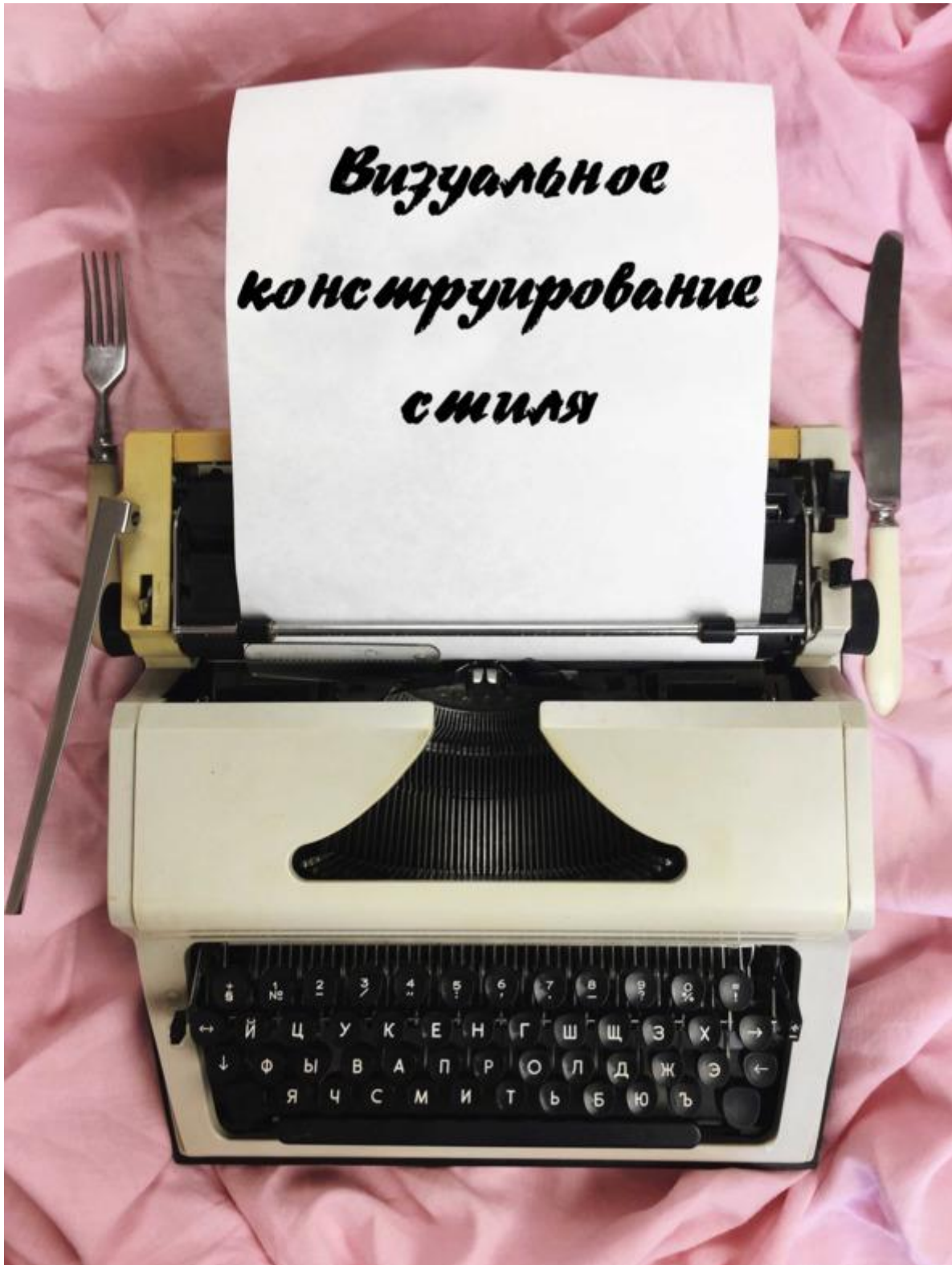


Нетворкинг. Ни за какие деньги не купишь то, что можно сделать по просьбе

Один из решающих факторов нашего продвижения – это умение контактировать с другими людьми. Когда перед вами становится выбор: подойти или не подойти, заговорить или не заговорить, всегда выбирайте подойти и заговорить. Потому что мало оказаться среди влиятельных людей. Важно, чтобы они вас запомнили.

Нам часто страшно из-за того, что мы думаем, что навязываемся, а подходить – это нетактично. Но, как правило, наш «такт» зачастую – просто самообман, чтобы не выходить из собственной зоны комфорта. Нам страшно, и тут же мы сами выдумываем тысячи причин, почему не стоит. Хотя, стоит! И стоит это делать потому, что это шанс. У меня есть подруга. Она гениальный режиссер и сценарист. Она работает на BBC, имеет собственный продакшн и умудряется быть хорошей домохозяйкой и женой при всем этом. И она научила меня одной важной вещи: «На все есть только один шанс».

Максимально обменивайтесь контактами и продолжайте общаться, не смотря ни на что. Если мы обращаемся к человеку один раз в год, потому что нам от него что-то надо – грош цена такому контакту. Формула дружбы состоит из четырех составляющих контактов: частота, близость, длительность и интенсивность. И каждая из этих граней важна для правильного взаимодействия с человеком. Эти четыре грани звучат именно так, и умелая работа с ними хорошо себя зарекомендовала за много лет практики использования американскими спец. службами. Подробно этим техникам я обучаю на своем курсе «Шеф-кухня Личного Бренда» <https://personalb.ru/>



Визуальное конструирование стиля



Стиль – это не фантик. Это то, как мы показываем нашу душу

Визуальное конструирование Личного Бренда – это максимальное выражение ваших ценностей через образ. Я понимаю, что звучит это очень обобщенно и размыто, но без этого правда никуда. Предлагаю еще раз очень быстро пробежаться по части под названием «База всему голова. Начинать с основы, или все рухнет», ведь нам нужно сделать еще один шаг. Мы уже смогли почувствовать себя и понять, какой я настоящий и в чем моя особенность. Или нет? Или стоит об этом поговорить подробнее?

Все начинается с детства, а становится катастрофой с первых прыщей. В подростковом возрасте происходит один из самых сложных этапов нашего становления – мы пытаемся ответить самому себе на вопрос: «Какой я?». И, не находя никакой опоры, как правило, хватаем желанный образ или начинаем копировать любимую звезду. Когда мы вырастаем, многое становится тоньше, но происходит все то же самое по своей сути. За нашу жизнь мы навешиваем на себя миллион стереотипов. У нас появляются страхи и комплексы. И часто они связаны с нашей внешностью. А выражение их происходит, как правило, через определенные «табу» или, наоборот, предпочтения в одежде и поведении.

Я периодически встречаю девушек с сухими, жесткими чертами лица и жилистыми руками, в рюшах и с легкомысленными кудрями на голове. Ирина Хакамада про себя это выразила как «комплекс Мальвины». Она суровая, высокая, наполовину японка и она так сильно мечтала быть маленькой хрупкой девочкой, что была готова всю ночь спать в бигудях, только бы получились милые, нежные локоны на голове.

Какое-то время я совершенно не носил ничего черного, хотя и очень хотелось. Причина тому была, что я был светловолосый, а мечтал быть жгучим брюнетом. Когда я видел насколько черная вещь контрастирует с моими светлыми волосами и белыми бровями, то тут же снимал её, чтобы еще больше не расстраиваться. Так продолжалось ровно до того момента, пока я не сел и серьезно не поговорил сам с собой. Я долго вглядывался в собственные черты лица и пытался убедить себя, что можно быть красивым и без смольных волос. Когда это удалось, проблема черных вещей отпала сама собой.

И от стильного образа нас отделяет совсем не отсутствие навыка в подборе одежды, а все эти же комплексы и слишком предвзятое

отношение к самому себе. Мы можем быть гораздо прекраснее чем мы думаем.

Следующая ловушка в которую мы попадаем – это синдром Бабетты. В конце пятидесятых на экранах появляется фильм «Бабетта идет на войну», и с этого момента шестидесятые стали эпохой бабегт. Все девушки, любого цвета, формы и телосложения одели на себя прическу главной героини фильма, ну или как в 2016 почти не осталось ни одного парня, который не выбрил бы себе виски и не накрутил на затылке хвост. Эти массовые помешательства могут проявляться и как весьма локальное следование всю жизнь за образом кумира, хоть в этом случае мы и чисто номинально отличаемся от всех, но по сути являемся плохой копией того, кого так любим. Массовая мода и следование трендам иногда необходимо, а иногда убивает наш личный стиль. Вспомните, например, Коко Шанель, она была собой и отстаивала это право. Конечно, будут те, кто вас хвалят, а будут те, кто осуждают.

Так что же все-таки нужно сделать? И можно ли иметь тех, кому мы подражаем? Я считаю, что не просто можно, а обязательно нужно. Ведь, по большому счету, когда нас встречает человек или находит в социальных сетях, он сразу начинает сравнивать с теми образами которые уже есть, и устоялись за много лет в голове. Если ваш образ не имеет ничего схожего с тем, что знает человек, он просто не поймет и пойдет дальше. Сколько вы знаете людей, которые без проблем и колебаний попробуют совершенно незнакомый им фрукт или овощ? Таких единицы. Конечно, если вспомнить Юнга и его классификации по психотипам, мы можем сказать, что своей гипер-оригинальностью делаем упор на людей с интуитивным восприятием мира, но даже тут будут особые требования к вам.

Поэтому, популярнее говоря, выбирайте для себя один из вечных образов и перерабатывайте под себя. Лично вам из него понадобится только основной мотив, всё остальное – это дело вашей фантазии и креатива. Например, Полина Гагарина выбрала для себя очень удачный образ. Она вслед за Мадонной переработала образ Мерилин Монро под себя. Нельзя сказать, что она сделала себя копией Мерилин, но, с другой стороны, он чётко читаем в основе её стиля.

В этом вам очень поможет примерка. Первое, что нужно сделать – это выбрать образы, которые близки к вам, и понять почему, найти суть. А дальше вы начнете его обтачивать под себя. Стоит брать только если этот образ сочетаем с вашим характером, внешностью и легко ложится на продуманную базу вашего бренда, именно тогда смело начинайте с ним

работу. Может быть такое, что он вам не подойдет полностью, тогда режьте и берите ту часть, которая вам нужна. Это чем-то напоминает тетрадь с вырезками из журналов. Только эта тетрадь – вы сами, ваш стиль. Но никогда не стоит уступать или брать образ «не по размеру». Так как этот выбор не на год и ни на два, а в лучшем случае – следующие пять лет он просто будет корректироваться и дорабатываться.

Будьте смелыми и не ограничивайте себя в творчестве. Когда я разрабатывал свой стиль, я вспомнил слова одной из первых своих клиентов по аромамаркетингу: «вы хороший, но ненужный». И меня осенило! Вот он – мой стиль и его основа: я хороший и, если я научусь это показывать и сделаю своей визитной карточкой именно это, то мозаика сложится до конца. И начался творческий процесс поиска. Я решил взять за основу своего стиля образ Тима Куборта (того самого парня с тамбурином из всем известного видео), но позже я решил добавить в него немного белого цвета и лоска, который подсмотрел у Мерилин Монро. Мне всегда очень нравилась та детская открытость лица и взгляда Мерилин. И я часами изучал видео с ней, чтобы понять, в чём основа этой чудесной мимики. В итоге, поняв, я переработал её под себя и всё чаще и чаще в свой адрес стал слышать комплименты по поводу моей удивительной притягательности. Спасибо Мерилин.

Создание Личного Бренда очень напоминает процесс позиционирования компаний. Так аккуратно и вдумчиво выбирается способ и направление движения в крупных корпорациях. Об этом много пишут Джек Траут и Эл Райс в своих бестселлерах по маркетингу «Маркетинговые войны» и работе под названием «Позиционирование. Битва за умы». Поэтому на своем курсе по Личному Бренду позиционированию мы уделяем особое внимание. Оно учит нас «обратному мышлению», внутри которого мы для себя понимаем, какое место мы занимаем в головах наших клиентов и насколько наш образ похож на тот, который мы хотели создать. Часто бывает так, что мы начинаем досконально «изучать свой пупок» и даже не задумываемся о том, как на самом деле нас видят другие люди. По себе знаю: открывать глаза на самого себя – это очень болезненно.

Внутри позиционирования существует «стратегический квадрат». В нём мы и находим свое место и дальше действуем, исходя из этого квадрата. Но подробнее о стратегии продвижения и позиционирования поговорим во время личных занятий.



Всегда спрашивай себя: «Зачем?»

Внутри всего личного брендинга, и конкретно той части, которая посвящена стилю, вам нужно четко знать ответ на вопросы «Зачем вам нужен бренд?», «Какая цель всего этого?». Правильно поставленная цель помогает определить дальнейший путь развития, и, с точки зрения стиля, вы должны уже сейчас быть готовы представить собой вашу конечную цель. К чему вы стремитесь? В чем конечная ваша цель? И вот это – второй наш тип ограничений. Мы боимся признаться самому себе, чего на самом деле хотим. За годы усиленной работы и давления общества мы привыкли ставить маленькие цели и обозримые результаты. Общество ломает.

Сила личного бренда как раз в том, чтобы перестать замечать ограничения и позволить себе стать великим. Но не на словах, а нашими действиями для мира. Думаю, совершенно бессмысленно перечислять здесь сотни мотивирующих историй о том, как люди даже не представляли, насколько они великолепны и, после десятков лет самобичевания, расцвели. Особенность в том, что так не с отдельными, избранными людьми, а это дар каждого. Любой из нас – прекрасная вселенная, но мы почему-то не видим это. А если и видим, и догадываемся об этом, то следующий вопрос: «А что мы делаем, чтобы всё это богатство проявлялось?» И снова приходим к тому, с чего начали: нам нужна настоящая цель. Я начал заниматься пастой потому, что моя цель была научить людей радоваться простым вещам, видеть эстетику в самом банальном. Я не изменяю этой цели и сейчас, и весь мой курс по личному бренду, будущее большое издание на тему личного брендинга направлено именно на эту цель. Имея свой личный бренд, мы стараемся каждый миг нашей жизни сделать красивым. Меня можно обвинить в узости взглядов или односторонности из-за этого, пускай, но именно мысль о красоте каждого мига не дает мне покоя. Я просыпаюсь с этой мыслью и ложусь спать, подводя итог именно на эту тему.

Настоящее целеполагание вызывает в нас очень важные чувства: чувство срочности, чувство сосредоточенности и чувство направленности. Об этих трех чувствах очень хорошо написал Роджер Сайп в книге «Развитие мозга».

Сосредоточенность концентрирует нас на главном. Позволяет работать, не останавливаясь, и достигать результатов. А также в этом немало помогает чувство направленности, это то, что может на раз спасти от прокрастинации, бича современного общества. Направленность задает узкий формат приложения усилий. Как правило, мы всегда что-то делаем, всегда работаем, и у нас всегда нет времени. Но как часто наша работа делается согласно одной заданной и четко поставленной цели? Когда это так, наша эффективность вырастает в разы, а все вокруг удивляются, как мы можем успевать так много. Но секрет не в том, чтобы все успевать,

секрет в нашем умении видеть цель. А чувство срочности помогает видеть короткую дистанцию, на которую мы совершаем рывок. С точки зрения короткого целеполагания стоит ставить цели на три месяца, не больше. Забудьте про стандартное распределение: год и полгода, эта модель может сработать у единиц. Три месяца – это достаточно много времени, чтобы чего-то добиться, притом за этот период времени мы не забудем о поставленной цели.

Прежде всего, ваша цель должна ярко отражаться во всем что вы делаете. Она должна быть читаема и ясна. У Илона Маска есть цель: когда Земля придет в негодность для жизни, мы могли бы сесть в ракету и переселиться на другую планету. И именно поэтому он начал проект под названием SpaceX. Особенность настоящего стиля Личного Бренда не в одежде или прическе, а в том, к чему вы идете. И из этого вытекает всё остальное. Илон Маск – не самый выдающийся оратор, а заведомо упрощенный стиль в одежде Стива Джобса – это лишь дополнения к главным элементам, которые делают этих людей брендом – это их мечты, которые они совершенно не стесняются озвучивать и воплощать.



Не ищи в себе изюминку, будь кексом!

Всегда есть кульминация, самый запоминающийся момент или, по-другому, вишенка на торте вашего бренда. Обычно в многочисленных руководствах по стилю это называют изюминкой, которой, по слухам, должна обладать каждая женщина. А я считаю, что не только женщина. Но каким фруктом это не назови, по своей сути это и есть наша уникальность.

Как правило, в поисках своей уникальности, мы пробуем себя сразу в чём-то великом, «любить так любить», копаемся, и в итоге героически не понимаем в чем мы гении, и руки сразу опускаются. Ну или видим с оговоркой: «Эх... вот было бы время... деньги.... Я бы тогда показал». И это все совершенно не то. Как правило, наша индивидуальность живет в мелочах, и это не что-то большое и фундаментальное. Это маленькая специя, отличающая нас. По этой специфичности нас и вспоминают. Не нужно её выдумывать или пытаться у кого-то скопировать. Это как с блоком, посвященным построению базы. Здесь нужно глубже заглянуть в самого себя и заметить самое простое и естественное для нас.

Как правило, то, что является нашей самой большой особенностью для нас самих – это совершенный пустяк и, более того, мы уверены, что все живут и делают так же. Вот в том-то и самый большой секрет. Чем более обыденно это для нас, тем больше шансов, что именно это и есть наш тот самый дар.

С самого детства я всегда искренне улыбался каждому человеку, и долгое время я был уверен, что так делает каждый, просто с некоторыми я не заставлял этого момента. Шли годы, моя улыбка все так же часто посещала меня по самым разным, иногда и совсем немыслимым поводам. Например, я любил улыбаться, когда меня что-то расстраивало, так я начинал быстрее справляться с грустными мыслями и настраивать себя на позитив. Меня этому папа научил, что кислым видом делу не поможешь. И в какой-то момент, когда я страдал от того, что я серый и никому не нужный, я вдруг увидел это свое качество совершенно в другом свете. По сути, умение искренне улыбаться – это изюминка, которая завершила для меня мой бренд.

В похожей ситуации мы вместе нашли отличительную черту для моей ученицы с шеф-кухни по личному бренду. Ей уже за сорок и она работает в фешн-индустрии и, так как у нас договор о неразглашении, я не могу сказать о ней больше. Я долго пытался объяснить одну из тем, которая ей в упор не давалась. Она попросту не понимала, что ей нужно сделать, и тогда, окончательно потеряв терпение, я всё переделал прямо по ходу занятия и выдал ей пункты к выполнению, с подпунктами, поясняющими основные задания. И тогда всё стало сразу ясно. И до меня тут же дошло!

Её изюминка именно в железной и чёткой логике. Она не умеет воспринимать и писать тексты, большие статьи, но равных ей в структурировании и обобщении просто нет на свете. Мы решили всячески подчеркивать ей это. Сделать цифры фетишем для неё. Много разграничений и пунктов. Геометрия и квадраты в украшениях и фотографиях. Все посты, не теряя оригинальности и глубины личной эмоциональности, стали лаконичными и жестко отточенными. И, конечно же, всё заиграло совсем другими красками, так как её индивидуальность вышла на первый план, и весь образ был полностью закончен.

И в тот счастливый момент, когда вы уже нашли вашу индивидуальную изюминку, не спешите складывать оружие. Как говорится, кто не меняется – не живет. Конечно, есть вещи, которые неизменно будут сопровождать нас всю нашу жизнь, но многое будет меняться в связи с возрастом, родом занятия и нашими приоритетами. И то же касается и нашей индивидуальности: образы железных леди вамп сменяются на строгих, но справедливых матерей. А «сорви-голова» мальчишки становятся степенными мужчинами в костюмах. Вспомните, например, Бритни Спирс – её изюминка всегда была в беззащитной детскости. Она была ребенком, и ей всё прощалось, но когда её поведение осталось таким же и в тридцать, это уже было не мило, а смотрелось как патология. То же самое произошло и со звездой 2000х – Сергеем Зверевым. Они словно бы застряли во времени. Это как раз и есть результат «одной на всю жизнь» индивидуальности. Мы расцветаем с чего-то одного, но идет время, и наша жизнь, да и мы сами развиваемся, в итоге, от смещения приоритетов, меняемся и мы сами. Это естественный процесс, который важно вовремя поймать и продолжить в согласии с новым собой.

Говоря о индивидуальности, есть одно очень важное заблуждение. Почему-то считается, что наша индивидуальность может проявляться внутри только чего-то одного, многие это и называют своим предназначением. Но всё гораздо шире. В течение всей жизни мы развиваемся и меняемся, и не стоит смену деятельности считать предательством самого себя. Соответственно, говоря о стиле и вашей индивидуальности, не привязывайте её целиком к той деятельности, которой вы занимаетесь сейчас, позвольте вам быть больше, чем профессия, смотрите на себя широко, и тогда так же будут вас воспринимать окружающие.

*Важно не знать
много техник,
а в совершенстве
владеть одной.*



Важно не знать много техник, а в совершенстве владеть одной

Каждый из нас прошел сотни семинаров и вебинаров, прочитал множество книг и, если бы мы смогли хотя бы 50% от этого применить на практике, то давно бы уже стали миллионерами. Но что нам мешает? Почему так часто даже маленькие, но очень нужные изменения, ни в какую не становятся частью нашей жизни, даже если мы их записали в блокнот под восклицательным знаком и уверены, что с утра понедельника в этот раз точно начнем новую жизнь?

Каким бы нужным и полезным знание не было, если нам не хватает среднего звена, то применить в своей жизни его практически невозможно. Это как связка между вагонами поезда, она должна быть крепкая и последовательная, чтобы импульс от локомотива добрался до самого последнего вагона. Первое звено в этой цепи – это последовательная, очень конкретная информация, глубоко раскрывающая тему; последнее – это работа непосредственно над самим вашим брендом. А посередине находится подробный пример, который сделан по всем пунктам пройденной темы. И мы с вами сейчас сделаем это. Вместе с нашей героиней мы создадим стиль её личного бренда, последовательно пройдя по всем этапам.

Пример её жизни хоть и выдуманный, но в основе лежат все те проблемы, с которыми мы сталкиваемся, когда начинаем строить свой бренд. Не стоит пренебрегать теми проблемами, которые переживает она в течение её пути, это самые распространенные вопросы и ошибки, с которыми сталкивается каждый из нас.

Нашу героиню зовут Мария Марсельная. Ей 20 лет. Она просто девочка, которая любит пить кофе по утрам в постели, никуда не торопиться, сильный дождь и хорошие фильмы в обнимку с мороженым Лакомка. У Маши много друзей, но немного подписчиков в Инстаграме, и её это расстраивает. Ведь ещё Маша очень любит делать торты и капкейки и уже давно пытается продавать их. Поэтому, однажды утром она собралась с духом.

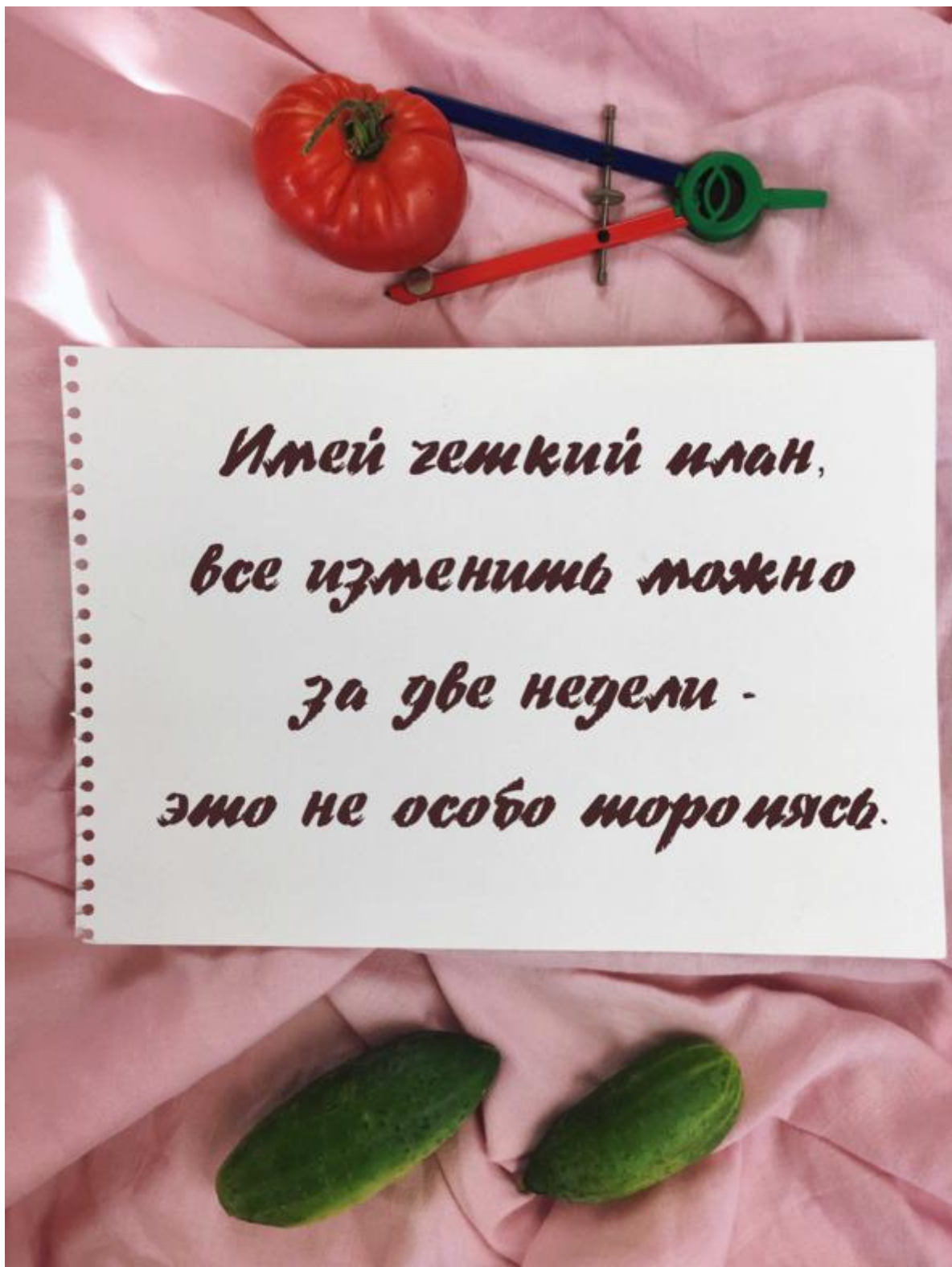
Пройдя через узкий коридор, стуча, что есть сил пятками об пол, Маша собрала весь свой кондитерский скарб в большую коробку и понесла на мусорку. По её лицу текли слезы, но губы были неподвижны. В голове судорожно всплывали рецепты кремов для торта, её первый «Красный бархат» и слёзы радости бабушки, когда она ей на день рождения сделала торт с восемьдесят одной розочкой, по количеству лет. Мимолётная улыбка о бабушке, как отражение солнца в окне утром, мелькнула на её лице, но снова скрылась за тучей серьёзности.

Маша приняла решение раз и навсегда завязать с кондитерским делом и пойти работать официанткой. Ведь торты почти не продавались, а нужно было за что-то жить. «Я же не могу всю жизнь есть картошку и собирать алычу по деревьям летом», – думала Маша и сильно злилась на себя за беззаботное поведение все эти годы. Но, когда она почти подошла к контейнерам, вдруг заметила среди форм и вороха бумаг в коробке смятую тетрадь с заголовком «Личный Бренд. Конспекты». И тут Машу осенило. Остановившись посреди улицы она поставила коробку рядом и, сев на бордюр, начала читать конспект давно прослушанного вебинара. Там говорилось о том, что значит «создавать стиль своего Личного Бренда» и «найти себя в своём бизнесе». «Ну что уже терять», – подумала Маша. «Дам себе еще один месяц, если ничего не изменится, тогда точно всё выкину». И Маша отправилась обратно домой, всё сильнее и сильнее прижимая к груди коробку с дорогими формочками, шпателями и лопатками. Приближаясь к подъезду, она уже почти бежала, предвкушая новую жизнь, ну или хотя бы просто очередное приключение.

Через два часа Маша с увлечением записывала в календарь, в какой день чем именно она будет заниматься из заданий в конспекте. Всего вышло пятнадцать дней. И ещё пятнадцать, чтобы начать продвигать результат её стараний.



Забудь теорию, давай работать. 7 шагов



*Имей земский план,
все изменишь можно
за две недели -
это не особо торопись.*

Имей чёткий план. Всё изменить можно за две недели – это не особо торопясь

День первый. Маша долго мечтала на подоконнике о себе в будущем. Это было так долго, что она успела порядком отсидеть себе попу. Когда Маша спохватилась, уже оказалась середина дня и она катастрофически ничего не успевала. Сонные офисные работники брели на обед в ближайшее кафе, кот всё так же спал на её подушке, а Маша в истерике бегала по дому и понимала, что уже почти провалила первое задание из своего списка. «Ну какая же я дура! Как я могу построить свой бренд, когда даже один день не может пройти по расписанию!»

Закинув телефон подальше от себя, Маша принялась выполнять записанное в календаре на сегодня: «Кто я?» – ответ на вопрос потребовал от неё гораздо большего, чем она рассчитывала. Маша включила музыку для медитации с голосами птиц и шумом воды. Обложила себя детскими фотографиями, дневниками и любимыми журналами. Сначала ничего не приходило в голову, она даже начала немного злиться. «Вот я точно дура! Пол дня на подоконнике, а вторую я теряю за рассматриванием детских фотографий. Я не этого хотела!» – вдруг вырвалось у Маши. И тут, остановившись на этой мысли, она стала размышлять дальше. Сама себя поймав за слово. «Так-так Машуль... Так чего же ты хочешь?» И тут наступило прозрение! Маша вдруг поняла, она мечтала быть принцессой с самого детства. Оттуда и любовь ко всему белому и так много сказок на полке. А ещё Маша мечтала о доброй фее-крёстнице, которая ей будет помогать. «Решено!» – забывшись, вслух закричала Маша, – «Я буду принцессой тортиков!» Подбежав к зеркалу, она внимательно посмотрела на себя, и руки вдруг снова опустились. «Ну какая я принцесса? Худенькие ручки, рыжие прямые волосы и впалые щеки... Скорее, я мальчишка-подросток без груди и шанса выйти замуж». От такого откровения Маша совершенно не смогла справиться с собой и разревелась прямо у зеркала, сев на корточки.

Весь вечер был испорчен. На тот момент Маше казалось, что и вся оставшаяся жизнь. Это был первый раз, когда она настолько откровенно с собой поговорила и увидела всё, что раньше предпочитала прятать внутри. Больно видеть себя такой.

Тиканье стрелок часов – это всё, что слышно, в остальной квартире мертвая тишина, на улице уже давно луна заглядывает в окна, а Маша всё еще вяло передвигает остатки салата в своей тарелке, опустив голову. Мама на следующей неделе приезжает в гости, надо что-нибудь приготовить, а ещё и уборки куча – думает Маша. «Какая тут принцесса,

когда унитаза приходится дрить», – вслух самой себе сказала Маша, и тут все внутри неё оцепенело. Каждый мускул на теле и лице напрягся, а кровь начала стучать в виски. Быстро перепрыгнув через кота, Маша побежала в комнату за свой рабочий стол. Убрал все книги и фотографии на пол, она положила большой ватман на стол и начала писать. Сначала шли минуты, потом они складывались в часы, но вдохновение Маши не унималось.



*Не хватайся
за первую идею,
как правило,
она говорит
тем ты хотел
бы быть, а не тем,
кто ты есть.*

Не хватайся за первую идею, как правило, она говорит кем ты хотел бы быть, а не тем, кто ты есть

Закончила с эскизами она только к рассвету и рухнула спать с осознанием, что самое главное сделано – она точно знает, кто она такая. Проспав несколько часов, она принялась за работу дальше. Вдохновение и понимание, что наконец, все кусочки пазла сложились, не оставляли шанса на отдых.

Первое, что Маша поняла – это то, что её образ – не принцессы, ведь принцессы не могут делать торты, это работа повара. Но и совсем не обязательно отказываться от мечты ей стать. Маша увидела, что её королевский образ может жить внутри неё и выразиться в идеально выполненной работе. Она должна много и сильно работать, не покладая рук, а это как раз то, что она умеет, когда впереди есть цель. И тут идеально подошел образ Золушки. Маша всё утро прыгала по кровати и обдумывала свой логотип и цвета, в которых она будет жить. За вдохновением она пересмотрела все сказки про золушку, распечатала миллион иллюстраций из книг и начала выбирать себе одежду на сайтах, высматривая интернет-распродажи. Маша решила, что теперь она полностью переходит на легко мнущийся лён и хлопок. Основные цвета и в одежде и рекламе будут белый, кремовый и серый. Светлый фон и серое льняное платье – стало её любимым сочетанием. За этот день она полностью продумала свой образ, а навыки рисования сейчас были бы очень были кстати, но свой «лук» она смогла создать только из распечаток и вырезанных картинок из журналов мод.



Действуй! Даже если ещё не готов. Никогда не знаешь, какой сюрприз тебя ждет на другой стороне страха

Появилась проблема. Теперь, когда образ был готов, Маша никак не могла понять, откуда ей взять денег на новую одежду, ведь у родителей не попросишь. Им сложно будет объяснить, что простые, натуральные, мешковатые платья и супер натуральный макияж – это то, что нужно. Торты продавать – это слишком долго, да и к тому же пока не совсем понятно, что именно продавать. Ведь помимо стиля надо еще и ассортимент переработать. И ещё Маша совсем не знала, что ей придумать с её фамилией, ведь она такая не звучная. С этими мыслями она решила отправиться устраиваться на работу.

Пройдя несколько кафе, Маша почти отчаялась, так как везде берут только на полный месяц, неделя из которого – обучение за бесплатно, а ей хотелось устроится подневно на пару недель и за этот период заработать себе на новую одежду. Бесцельно бредя по центру, Маша завернула в небольшую кофейню на углу, чтобы собрать все мысли за чашечкой латте. Кофейня больше напоминала мини-книжный магазин, собранный из всего, что только было под рукой, но вместе это создавало очень уютную атмосферу. Несмотря на забитую людьми кофейню, за баром работал только один человек, и это удлиняло время выдачи заказов. У Маши моментально мелькнула в голове идея, подойдя к бару, она поняла, что перед ней как раз хозяин этой кофейни, и она тут же предложила работать у него. Молодой человек на секунду остановился, что-то обдумывая, но тут же отмахнулся от этой мысли: «Простите, мне сейчас не нужны сотрудники». Маша не сдавалась, сама испугавшись того, что она сказала, как пулемет выпалила: «Тогда давайте я буду у вас продавать свои сладости». В этот момент Маша ещё до конца не понимала, как именно это ей поможет заработать, но точно поняла, что это большая возможность для неё. На это молодой человек согласился, но со следующей недели, так как сейчас ни на дегустации, ни на переговоры о цене и ассортименте совершенно нет времени.



Личный бренд – это экспертность. Будь читаемым и не хватайся за всё сразу. Начни с чего-то одного и стань в этом лучшим

Маша снова с самого пробуждения за работой. Подруги опять обрывают телефон, а она выпаливает им что-то невнятное, совершенно не запоминая, что сказала, и снова с головой уходит в работу. К концу дня картина для неё стала совершенно ясной. Маша решила делать на продажу муссовые мини-тортики, так как она в них была совершенный спец, а вариантов начинки и оформления была масса. К тому же, усвоив главный закон позиционирования из курса по личному бренду, Маша понимала, что ей нужно сконцентрироваться на чем-то одном и выходить на рынок, обходя всех конкурентов с фланга.

К тому же Маша вспомнила, что ей курс по личному бренду достался со скидкой в 50%, так как она зарегистрировалась в CRM системе Bitrix24 по специальной ссылке <https://www.bitrix24.ru/create.php?p=7904995>, а потом сообщила это Олегу Лапшину по почте, кстати, это может сделать любой желающий.. Мало того – теперь у неё появилась система учета всех её клиентов, а также возможность сделать свой сайт, и всё это за бесплатно. Она долго искала подвох и пыталась понять, чем чревата бесплатная версия. В конце концов выяснилось, что можно купить версию за деньги и создавать автоворонки и другие автоматизированные функции, но пока Маше это совершенно не нужно и она погрузилась в создание своего сайта, что на этой платформе делалось совершенно элементарно.



Уступай в незначительном, что бы не упустить шанс. Но никогда не жертвуй главным

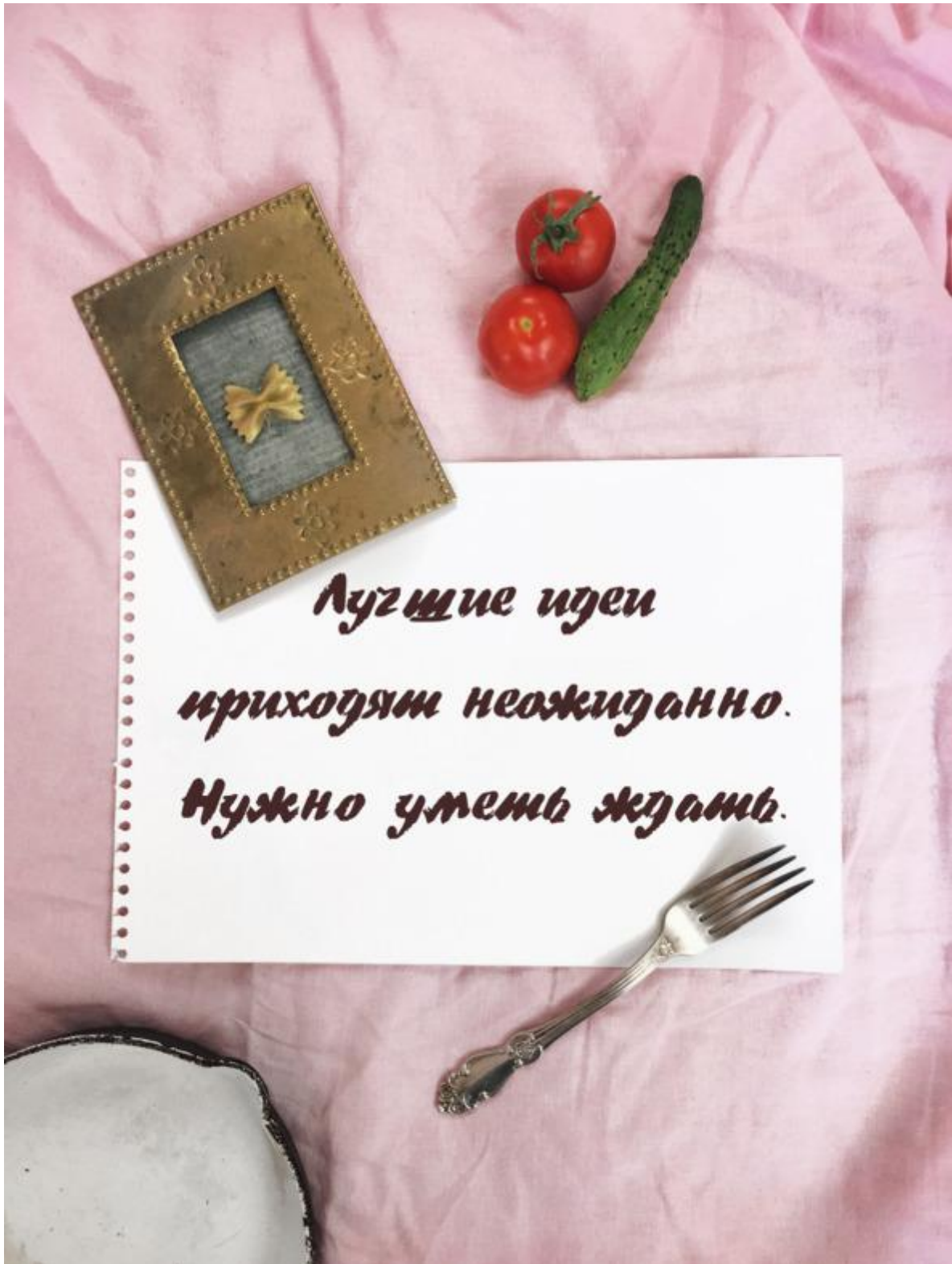
После короткого сна Маша продолжила доделывать структуру сайта и прописывать описания к каждому из своих мини-тортиков. Когда всё было готово, осталось только подготовить фотографии и разместить их. Она точно понимала, что ей не стоит идти в кофейню с «просто тортиками», она должна представить полную концепцию и зайти туда уже как бренд, иначе это будет совершенно бесполезно. Из всей одежды ей по стилю подходило только одно платье. Оно как раз было среднего тона серого и из хлопка. Маша приняла трудное для девочки решение фотографироваться только в нём, пока она не сможет купить что-нибудь ещё. Фотосессия была назначена через два дня, а пока ей нужно всё успеть приготовить и украсить, чтобы это было не стыдно выложить в качестве портфолио.



Подчеркивай важные мелочи. Именно они создают бренд

Звонок в дверь, несмотря на раннее утро, Маша давно не спит. Помочь снимать она позвала подругу с последней моделью iPhone. Концепция была совершенно проста. Всё должно быть светлое, а сама Маша, как настоящая Золушка, всё время за работой, но в сером. Монохромная гамма отлично подчеркивала яркие тортики с разноцветными украшениями и цветами. Маникюр Маша сделала тоже самый простой. Им повезло, так как с самого утра светило яркое солнце. В ход пошло всё, что находилось в квартире, подсвечники, стулья, скатерти и простыни. Играючи, все предметы смешивались в композиции, а композиции в кадры, в которые аккуратно и точно входили руки автора, иногда небрежно ложась рядом, иногда держа рабочие инструменты в руках. Во время создания фотографий Маша выработала для себя несколько правил. Первое: никакого кофе в кадре, так как это совершенно разрушает образ золушки, только чай и соки; второе – съёмка только при дневном свете, а лучше в лучах, так как её рыжие волосы особенно играют в солнечном свете; и третье – важен не только продукт, а взаимоотношения с ним автора. Поэтому с каждым тортиком на фото была сама Маша. Последнее правило стало самым сложным, так как требовало воображения и нестандартный подход, чтобы фотографии не получались скучными.

Когда фотосессия была окончена, обе подруги просто рухнули от усталости, но стало понятно, что у них материала гораздо больше, чем нужно на сайт, а хватит ещё и на пару недель инстаграма.



Лучшие идеи приходят неожиданно. Нужно уметь ждать

Маша уже не замечала, как идут дни, и отличала воскресенье от среды только сверяя рабочее, сделанное ещё в самый первый день, задолго до того, как всё это так закружилось. Лёжа на своей кровати с котом, Маша продолжала ломать голову: «Что же ей всё-таки делать с настоящей фамилией, ведь есть те, кому повезло, и их фамилия с самого начала оправдывает род их занятий». Кот забрался ей на живот и стал урчать. Маша, поглаживая пушистый комочек, перебирала в голове разные варианты, но не особо старалась с ходу придумать что-то хорошее, ведь за последнее время она уже привыкла, что «те» идеи приходят совершенно неожиданно и тогда, когда уже меньше всего надеешься что-нибудь придумать. Так было и сейчас, Машин кот попал на половину кадров. При этом девочки его снимали и снимали, ведь его серый окрас был очень в тему практически в каждом кадре, не говоря уже про его грациозность и милую мордашку. Еще один взгляд на кота и она и решила переименовать себя в Машу Кэт.

«Алло. Мама? Да, да, я помню, что ты скоро приедешь... Нет, всё нормально, если честно, я даже рада, что ты на этой неделе не успела, у меня много работы было... Да, работы... Я же торты делаю, ты помнишь?.. Мама, хватит! Это не глупости, я люблю свою работу и скоро это... так... всё, пока...» «Господи, ну почему все вокруг против меня! Даже мама...», – именно в этот момент Маша особенно сильно почувствовала страх изменений. Вроде бы ничего особенного не происходит, но теперь всё как-то по другому и более серьёзно. В коридоре перед зеркалом, как и тогда, когда она только поняла, что не сможет стать принцессой, села на пол и разревелась. Наверное, это самые тяжелые моменты в нашей жизни, когда нас не понимают самые близкие, ведь самостоятельно поверить в свой гений несложно, гораздо сложнее выдержать критику близких, которой всегда предостаточно. И, желая нам лучшей судьбы, они очень часто делают только хуже. «Что со мной? Вроде же все хорошо, подумаешь, мама... Она просто не понимает пока. Пройдет время и все наладится», – Маша встала, вытерла слезы и отправилась на кухню дегустировать один из своих тортиков.

Солнце медленно клонилось к закату и всё в доме потихоньку приобретало золотистый оттенок. Именно сейчас Маша всем нутром ощущала прикосновение новой жизни, она понимала, что не проснется завтра сказочно богатой, но также ей было известно, что теперь и её работа, и, в целом, жизнь приобрела совершенно другой качественный уровень. Не потому, что теперь у неё появился аккуратный и лично ей сформированный бренд, а делая этот бренд, она смогла ответить на главный вопрос: чего же всё-таки хочет она сама.

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания

Онлайн-консультации

Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА

Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву
www.учебники.информ2000.рф.