

Чек-лист

«Личный бренд.

Инструкция по активации»



Пошаговый план активации вашего бренда на ближайший год

Как работать с чек-листом?

Внимательно идите по пунктам по порядку, начиная с первого, и проверяйте проработано ли у вас то, что в них написано:

- если "ДА" — переходите к следующему пункту
- если "НЕТ, но это актуально", то ставьте в краткосрочный план проработки
- если "НЕТ, но это пока не актуально" - сделайте пометку и вернитесь к этому чек-листу через полгода

Обратите внимание, что в некоторых нишах могут быть не актуальны некоторые пункты в тот момент, когда вы используете чек-лист (только не увлекайтесь — различайте, когда "не хочется" и когда правда "не нужно")

Ну что, начинаем пошагово активировать ваш личный бренд?



1 этап: ФУНДАМЕНТ БРЕНДА



“Кто вы, мистер Бренд?”

На этом этапе за 16 шагов рождается ваш брендбук. Если вдруг, на секундочку, в вашу голову закралась ужасная идея пропустить фундамент и сразу перейти к раскрутке...

То все-таки не спешите.

Ведь без брендбука не будет бренда, а значит есть вероятность, что весь рекламный бюджет будет слит в пустоту.

1. видение — ответьте себе на следующие вопросы: «ради чего и зачем вы создаете ваш личный бренд?», «как вы поймете, что бренд уже работает и работает именно так, как вам нужно?», «Куда вы двигаетесь?», «Почему, в принципе, вы задумались о личном бренде?»

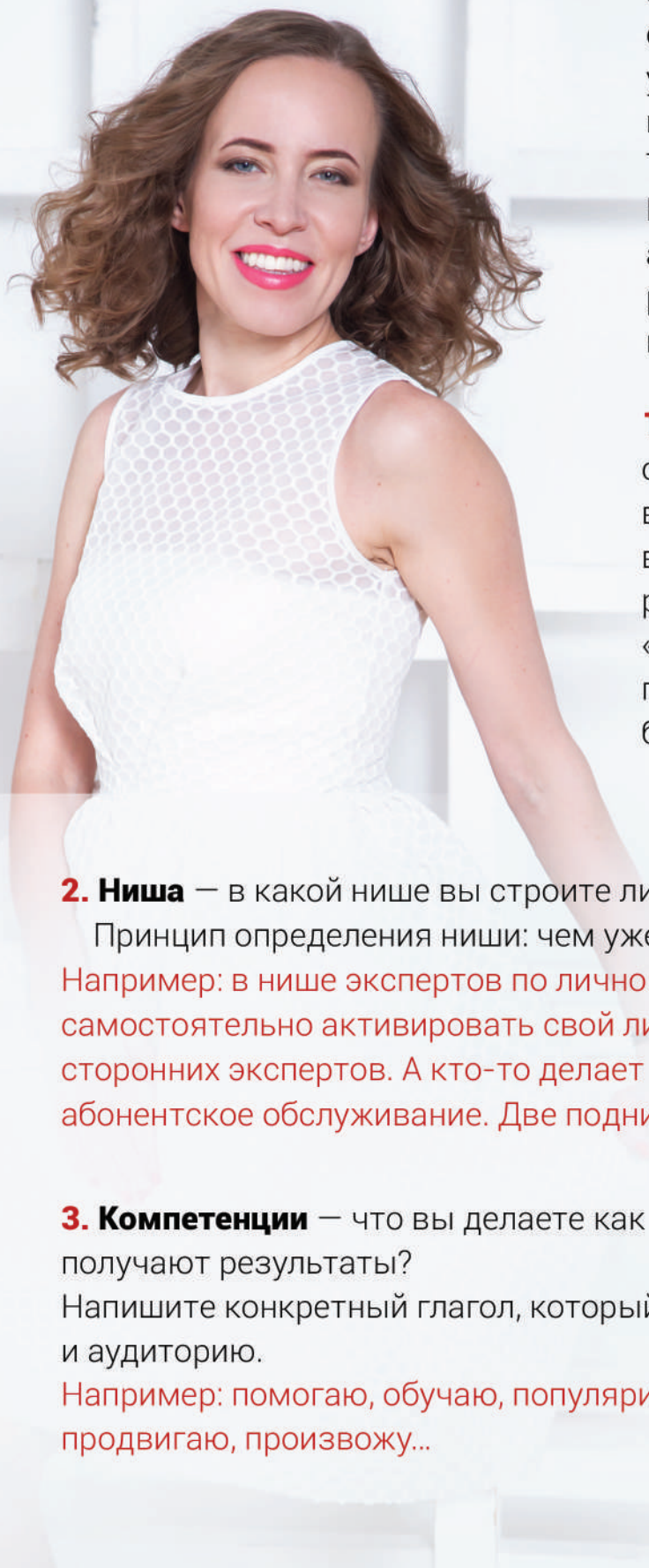
2. Ниша — в какой нише вы строите личный бренд?

Принцип определения ниши: чем уже ниша, тем проще в ней стать брендом. Например: в нише экспертов по личному бренду мы обучаем предпринимателей самостоятельно активировать свой личный бренд и управлять им, не привлекая сторонних экспертов. А кто-то делает эту работу под ключ и «сажает» на абонентское обслуживание. Две подниши в одной нише личного бренда.

3. Компетенции — что вы делаете как бренд? От каких ваших действий клиенты получают результаты?

Напишите конкретный глагол, который описывает суть вашего влияния на мир и аудиторию.

Например: помогаю, обучаю, популяризирую, внедряю, вдохновляю, создаю, продвигаю, произвожу...



1 этап: ФУНДАМЕНТ БРЕНДА



4. Точка мастерства — загляните в будущее и представьте себе, что вы добились абсолютного мастерства в том деле, которым занимаетесь, и в котором хотите создать свой личный бренд:

- Подключите ваши амбиции
- Прочувствуйте уровень желаемого влияния

■ Предположите возможный масштаб вашего мастерства через несколько лет активной работы

Максимально подробно пропишите все ваши материальные и нематериальные параметры, которые вы видите в этой точке.

5. Персональная миссия — соедините в единое целое вашу нишу, ваши компетенции, как человека-бренда, и точку мастерства.

Например: в нише личного брендинга я помогаю предпринимателям повышать эффективность бизнеса через активацию личного бренда, и таким образом приумножаю количество успешных и проявленных мастеров своего дела во всех секторах экономики

6. Ценности — что вы своим делом несёте в мир? Что важно лично для вас, какой философии и ценностей в мире становится больше благодаря вам? Что вы приумножаете?

Например: осознанность, ценностные товары и идеи, синергия, взаимопонимание, любовь к себе, скорость, быть победителем, уважать традиции.

7. Качества — как вы делаете то, что делаете? Опишите характер вашего бренда.

Например: вдохновляюще, оптимистично, практично, с юмором, через критику или скепсис, ставите все под сомнение, глубоко копаете, через суть.





8. Ядро аудитории — описание вашей основной целевой аудитории, сделайте его максимально подробным. На начальном этапе вы можете списывать с себя, как первого клиента вашего же личного бренда.

9. Ценный конечный продукт — какие результаты получают ваши клиенты от взаимодействия с вами? Что меняется в их жизни благодаря вашим компетенциям?

10. Монетизация — как вы зарабатываете на том, что вы делаете. Смотрите шире, чем купи-продай-вовлеки. Создайте линейку продуктов, продумайте заранее все варианты монетизации вас, как бренда (минимум 6 типов монетизации)

11. Бенчмарк — анализ конкурентного поля. Кто еще работает в вашей нише с вашей аудиторией? Пропишите прямых и косвенных конкурентов, их сильные и слабые стороны.

12. Грани бренда — что еще вы готовы показать в этот мир? Какие личные грани продемонстрируете, не из профессионального?

например: спорт, хобби, материнство, отношения, книги, нетворкинг...

13. Отстройка — с чем вы не согласны в этом мире или в вашей отрасли? Так не согласны, что готовы заявить об этом и противопоставить себя этому явлению, тренду или личности?

14. Легенда бренда — какие события побудили вас принять решение создать свой личный бренд? Это точка сильного эмоционального перепада или инсайта? Когда что-то получилось или, наоборот, не получилось совсем?

Например: разговор, книга, встреча, неудача, успех, расставание, переезд.

Задача: вспомнить 3-5 таких событий, чтобы на их основе потом строить свою контент-стратегию.



15. Позиционирование — как, в итоге, звучит ваше уникальное личное торговое предложение? Что мир видит и слышит уникального, когда смотрит на вас?

16. Круг силы — где и от кого вы получите поддержку и ресурсы для преодоления марафонской дистанции «Построение личного бренда»? Выпишите ваш персональный круг силы. А если его сейчас нет, то продумайте, где вы можете найти соратников и союзников.

Итог этого этапа — письменный брендбук.

Где собрано всё о вас, как о личном бренде: кто вы, про что вы, куда вы, зачем, для кого, сколько стоите и т. д.

Чем тщательнее вы проработали вопросы этого этапа, тем четче выглядит ваша цель и тем точнее инструкция по её достижению (надеемся вы ничего не пропустили просто так).

2 этап: УПАКОВКА



Теперь важно упаковать ваши смыслы привлекательно для разных точек контакта с миром (особенно с партнёрами, лидами и клиентами)

17. Контент-маркетинг — продумайте ваш контент-план, рубрики и суть сообщений в каждой из них.

Например, рубрики: «изнанка бизнеса», «трудовые будни», «кейсы» и т. д.

Подробнее, про контент-маркетинг, смотрите в нашем видео:

<https://www.youtube.com/watch?v=5fLssLsikqg&t=411s>

18. План точек контакта — пропишите все точки контакта вашего бренда с аудиторией, которые можно использовать. Выберите 5 приоритетных для запуска в ближайший месяц

Например: персональная страница в инстаграм, нетворкинг, выступления, личные консультации, регулярные стримы, книга и т. д.

19. Триггеры — выпишите триггеры, которые вы будете использовать в своей контент-стратегии для того, чтобы «продавать не продавая» и «вовлекать не вовлекая».

Что такое триггеры, подробнее смотрите в нашем видео:

<https://www.youtube.com/watch?v=hcGqzljppw>

20. Доверительный маркетинг — почему ваша аудитория доверит решение своих проблем и воплощение своих мечтаний именно вам и вашей компании.

Пропишите 9 факторов доверительного маркетинга в вашу контент-стратегию.

21. Язык бренда — определите тип и стиль вашего контента. Подумайте, как вам проще и комфортнее регулярно и долгосрочно общаться с вашей аудиторией. Например: посты, статьи, вебинары, стримы, видео-контент на YouTube, влог, встречи, собственные события и т. д.



2 этап: УПАКОВКА



22. Логотип — придумайте концепцию персонального логотипа, который передаст суть вашего бренда. Пусть это будет замысловатый герб или картинка наполненная смыслом, ваш псевдоним или фамилия, написанные красивым шрифтом.

23. Визуальный ряд — цвета, фирменный стиль, дизайн-концепция.

24. Самопрезентация — создайте и отрепетируйте, как вы будете коротко и ясно представляться при личном знакомстве — 30 секунд о том, кто вы и чем занимаетесь.

25. Ваш персональный стиль — какой стиль подчеркнет ваши профессионализм и философию, сделает вас впечатляющим и запоминающимся?

26. Инстаграм/Фейсбук — ваша персональная страница или рубрика на странице бренда вашей компании? Выберите стратегию и начинайте оставлять правильный digital-след.

27. Телеграм-канал — создание собственного канала или чата — это способ быстро достигать до нужной аудитории и качественно её утеплить с высокой конверсией.

28. YouTube — один из самых эффективных каналов для прогрева аудитории — это регулярный видео-контент. Выберите ваш формат, регулярность, принцип производства видео.



2 этап: УПАКОВКА



29. Сайт/Landing Page — интеграция себя в существующие сайты или создание персонального? Создание большого портала или мини-сайт на 2 экрана с конкретным предложением и формой захвата? Подумайте, что лучше сработает для вашего личного бренда и продвинет вашу линейку товаров.

30. Окружение бренда — помимо целевой аудитории, вас окружают: подрядчики, сотрудники, представители СМИ, лидеры общественного мнения и т. д. Продумайте, как лучше с ними взаимодействовать, как ваши ценности влияют на отношения с этими аудиториями.

«Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты». В личном брендинге важный аспект позиционирования — это ваше окружение. То, с кем вы общаетесь, делаете дела, взаимодействуете, строите партнерские отношения — подчеркивает ваши ценности и миссию. Может ли знакомство с определенными людьми усилить ваше присутствие в нише? ДА!

31. Книга — готовы ли вы поделиться вашими знаниями, практическими наработками, своей историей в виде книги? Это будет короткая инструкция или роман в формате сторителлинга?

Итог этапа: ваш личный бренд упакован, понятен, привлекателен для вашей аудитории. Между ним и аудиторией происходит регулярная связь через точки контакта



3 этап:

РАСКРУТКА



На этом этапе мы запускаем трафик и увеличиваем количество лидов, часть из которых превратится в ваших клиентов

32. Вовлеченность — как реагирует аудитория на ваш контент? Взаимодействует ли она с ним? Какие механики вы используете, чтобы рейтинг вовлеченности в ваш бренд рос?

33. Адвокаты бренда — отзывы благодарных клиентов, как эффективная реклама вашего бренда. Учитесь стимулировать ваших клиентов писать о вас, рассказывать и рекомендовать, превращайте их в адвокатов бренда.

34. Реферальные программы — можете ли вы платить тем, кто регулярно или разово приводит к вам вашу аудиторию? Если да, то сделайте это и тогда каждый месяц, через партнеров к вам будут приходить сотни и тысячи теплых лидов.

35. Кросс-промо и партнерские коллаборации — стратегия «выиграл-выиграл» — это когда у вас похожие аудитории, но разные продукты, а значит, вы можете создавать любые партнерские проекты/продукты/взаимодействия и это будет приводить к взаимному росту охвата и прибыли. Какие люди-бренды и компании интересны вам для такого взаимодействия?

36. Реклама у блогеров и лидеров мнений — чье мнение важно для вашей аудитории? Смело покупайте лояльность, которую годами нарабатывают лидеры общественного мнения.

37. Нетворкинг — искусство заведения, поддержания и развития отношения с другими людьми — способ увеличивать охват через личное общение, выходить на нужных персон и правильно позиционировать себя.

3 этап: РАСКРУТКА



38. Продвижение через экспертный статус — выступления на других платформах, экспертные комментарии в целевых СМИ, собственные рубрики в тематических пабликах. Когда вы признанный эксперт, вы желанный гость на многих площадках. Здесь вы определяете те места, где бы хотели «засветиться».

39. СМИ — вы готовы к тому, чтобы СМИ писали о вас? А может быть вы предпочитаете сами писать для СМИ? Выберите стратегию, регулярность, пишите список СМИ и вперед!

40. Таргетинг — чем точнее вы определили вашу целевую аудиторию, тем быстрее и дешевле вы можете купить её в социальных сетях через таргетинг. Выделите бюджет на закупку нового трафика и прогрев имеющегося, заводите лидов в воронки, наращивайте подписчиков, продвигайте посты и эфиры.

41. Воронка продаж — автоматизированная система продаж вокруг вашего бренда, которая проводит ваших клиентов от этапа «я не знал ничего» до «я купил все». Готовы ли вы построить её и делегировать ей часть своих задач?

42. Инфоповод — используйте силу ваших внутренних новостей для того, чтобы привлекать новую аудиторию и подогревать уже существующую.

43. Консалтинг/наставничество/менторство — кого и на каких условиях вы можете консультировать в своей или смежной нише для приобретения статуса ментора и включения принципа рекомендации вас в смежном качестве из рук в руки.

Итог этапа — система продвижения вашего бренда разными способами: платно, бесплатно, условно бесплатно.
Рост охвата, вовлеченности в вас, вашей экспертности и статуса в нише.

4 этап: ТЫЛ БРЕНДА



44. Аудит — проведите анализ всех процессов вокруг вашего бренда. Что из этого вы готовы передать? Что является повторяющейся задачей? Чему можно обучить ассистента?

45. Бренд-Ассистент — та самая правая рука, которая знает вас с профессиональной точки зрения, как вы сами. Почему? Потому что инструкция для работы бренд-ассистента — это ваш брендбук.

46. Команда — самое важное приобретение бизнесмена — это профессиональная лояльная команда. Стройте команду вокруг задач и философии вашего личного бренда, зарядите их идеей ваших ценностей и у вас будет команда мечты.

47. Подрядчики — определите, каких экспертов и на каких условиях вам надо привлечь (купить на стороне), чтобы расти быстрее и масштабнее

4 этап: ТЫЛ БРЕНДА



48. Автоматизация — спросите себя, какие повторяющиеся процессы, при работе с вашим брендом, вы можете автоматизировать? Регулярно анализируйте сервисы, и инновации, которые предлагает рынок.

49. Легальность — дружите ли вы с бизнес-законами того региона и страны, где вы работаете? Как вы ведете и учитываете ваши финансы? Человек-бренд играет на публичном поле, поэтому всегда должен стремиться к максимальной чистоте в ведении дел.

50. Заточка пилы — посмотрите ваш календарь, выделяете ли вы регулярно время, чтобы просматривать стратегию и тактику работы над вашим брендом? И если выделяете, то есть ли у вас список мест, людей и ресурсов, с помощью которых вы сможете делать это эффективнее?

Итог этапа: делегирование рутины, автоматизация процессов - почва для масштабирования бизнеса.



Теперь вы точно знаете, с чего начинается и через что проходит этот увлекательный путь! Путь становления вашего Личного Бренда и проявления вашего Мастерства.

Команда #azarenokPRO желает вам удачи и ...

БУДЬТЕ БРЕНДАМИ! Так вы сможете дать гораздо больше пользы в этот мир, ведь очень много клиентов и партнеров ждут именно вас, но просто они пока о вас не знали.

А если вы хотите пройти весь этот путь вместе с мной,

то **добро пожаловать**
на любой из этапов курса

«Будь Брендом»

Экспресс Курс <https://clck.ru/DuriD>

Мастер Группа <https://clck.ru/DurfQ>

Личный консалтинг <https://clck.ru/E6NpP>

Благодарю Вас за внимание!
С уважением, Команда AzarenokPRO

Присоединяйтесь к нам в социальных сетях,
смотрите полезные видео на youtube-канале
и получайте еще больше техник по активации
Личного Бренда и Эффективному нетворкингу



Вопросы: support@azarenokpro.com