

ОСНОВЫ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Учебник



3

Содержание

44



Личный бренд

58



Создание личного
бренда

64



Продвижение
личного бренда

3.1. Личный бренд

44



Рис. 7



Рис. 8

Что такое личный бренд, чем он отличается от корпоративного, из каких элементов он состоит и как применяется в творческом бизнесе

Личный бренд — это публичный образ человека, благодаря которому его узнают и обсуждают в профессиональной среде. В отличие от корпоративного бренда личный бренд строится на вашей личности и её особенностях.

«Люди не покупают продукты, они покупают истории и идеи, которые стоят за этими продуктами»

45

— Сет Годин, маркетолог и автор книг

Создание личного бренда помогает выделяться и привлекать внимание тех, кто разделяет ваши ценности и интересы. Первый шаг в развитии личного бренда — это определение ключевых ценностей. Ценности отражают то, что для вас действительно важно, и помогают сформировать стратегию поведения и принятия решений.

В мире, где многие следуют трендам и копируют друг друга, способность предложить нечто новое и аутентичное становится настоящим преимуществом.



Рис. 9

Покрас Лампас

- | | |
|----------------|-------------------|
| ① Эксперименты | ③ Масштабность |
| ② Инновации | ④ Разные культуры |

Российский художник-каллиграф, основатель каллиграфутизма, участник стрит-арт-проектов и выставок по всему миру. Работает с арт-проектами по всему миру, устраивает перформансы, мастер-классы, участвует в различных стрит-арт-фестивалях.



Рис. 10

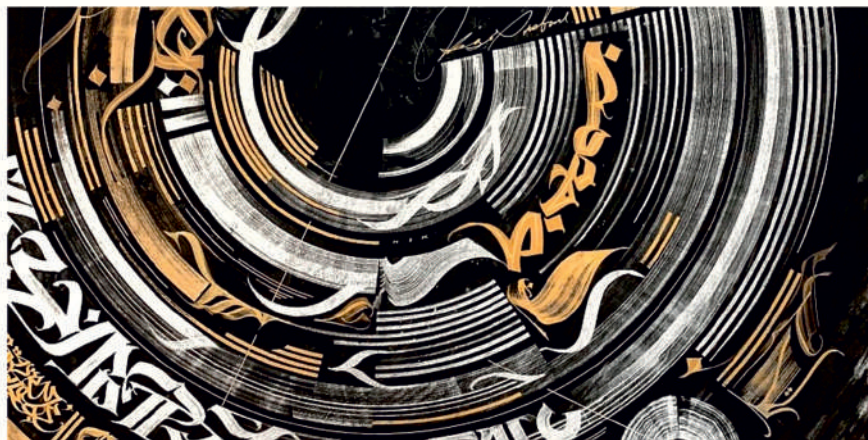


Рис. 11



Рис. 12

Брэндон Стэнтон

- | | |
|------------|------------------------|
| ① Простота | ③ Человеческие истории |
| ② Эмпатия | ④ Филантропия |

Американский уличный фотограф, создатель фотоблога “Humans of New York” с историями жителей Нью-Йорка. На основе блога была опубликована книга Humans of New York, ставшая бестселлером.



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15



Рис. 16

Такаси Мураками

- ① Яркость
- ② Смелость
- ③ Японская идентичность
- ④ Массовая культура

Японский художник, скульптор и дизайнер, автор стиля superflat, основатель компании Kaikai Kiki. Известен стиранием грани между элитарным и массовым искусством.



51

Рис. 17

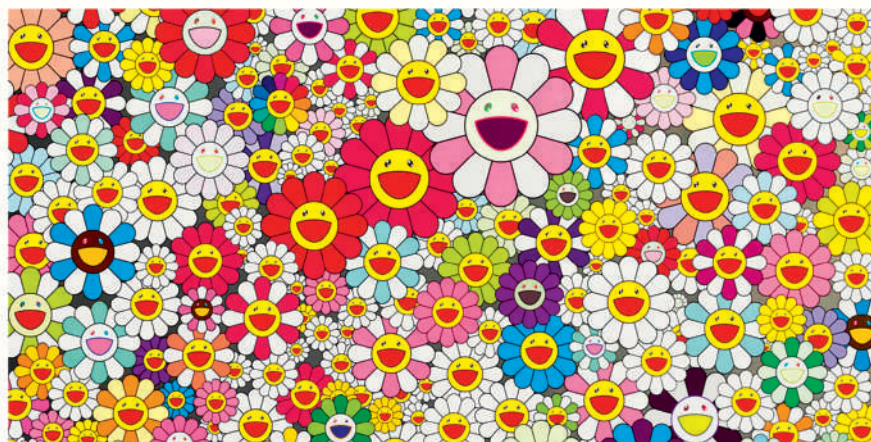


Рис. 18

На первый взгляд личный бренд может показаться чем-то абстрактным и непонятным. Однако он состоит из 5 вполне конкретных элементов.

Все вместе они создают уникальный образ, который затем нужно согласовать с вашей профессиональной деятельностью.

1. Ценности и убеждения

Ваши ценности отражают индивидуальность и то, что для вас действительно важно

2. Внешний вид

Ваш внешний вид в реальности и цифровой среде, говорит о вашем характере и позиционировании

3. Репутация

Репутация — это совокупность образов, которые складываются о вас у окружающих

4. Профессионализм

Профессионализм демонстрирует потенциальным заказчикам и аудитории вашу компетентность, он проявляется в соблюдении сроков, готовности решать сложные задачи и способности учиться на своих ошибках

53

5. Стратегия продвижения

Чтобы донести свою уникальность до других, важно использовать продуманную стратегию продвижения, которая включает подходящие каналы и методы рассказа о себе, без стратегии сложно достигнуть целенаправленного и долгосрочного роста

Для чего личный бренд художнику, дизайнеру или фотографу? Он помогает привлечь внимание к творчеству, чтобы работы не пылились «в столе», а находили свою аудиторию.



Рис. 19

Сегодня почти у каждого, даже начинающего автора, есть блог или аккаунт, где он показывает свои работы. Но просто профиль — это только начало: именно личный бренд создаёт глубокую связь с аудиторией, помогает людям видеть не только работы, но и личность, стиль и историю автора. Когда зрители начинают видеть автора за его произведениями, они испытывают больший отклик и готовы поддерживать художника. Это помогает строить долгосрочные отношения и создавать сообщество вокруг своих работ, где творчество обретает особую ценность.



Рис. 20



Рис. 21



Рис. 22

Задание 1

Анализ конкурентов

56



Рис. 23

Рис. 24

Подумайте, кого вы считаете экспертом в своей творческой сфере, чьи работы и жизнь вы постоянно отслеживаете в социальных сетях. Изучите его аккаунт и ответьте на следующие вопросы:

- ① Какая первая ассоциация с его именем у вас возникает?
- ② Какие мысли и ценности он транслирует в своих публикациях?
- ③ Как он общается с аудиторией (манера речи, формат общения)?
- ④ Чем он выделяется среди других представителей этого сообщества?

57



Обсудите результаты в боте

3.2. Создание личного бренда

58

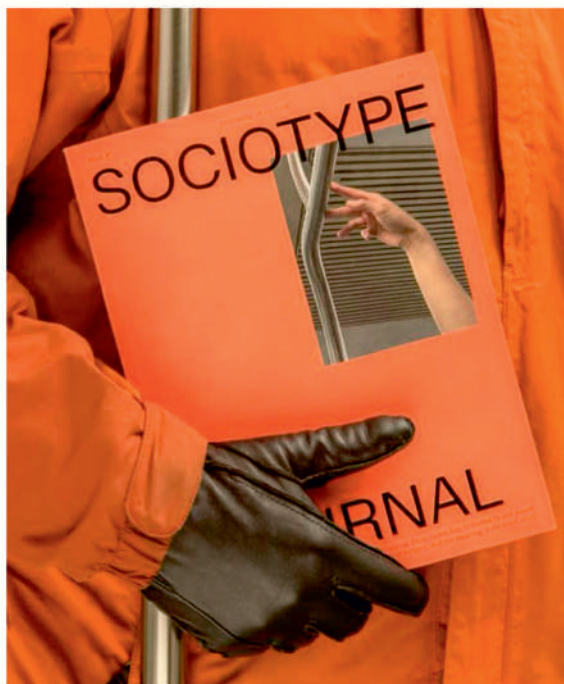


Рис. 25



Рис. 26

Ключевые этапы создания личного бренда:
от самоанализа до разработки стратегии
и оформления портфолио

1. Самоанализ

Определите, какие ценности и идеи вы хотите транслировать через свои работы. Подумайте, что для вас важно и какие черты выделяют вас среди других. Вспомните истории из вашей жизни, которые могут выразить эти качества.



Рис. 27

2. Изучение аудитории

Теперь представьте свою целевую аудиторию. Какие люди будут интересоваться вашим творчеством? Осознание интересов и особенностей вашей аудитории поможет поставить цели и понять, что именно будет им близко.



Рис. 28



Рис. 30



Рис. 29

3. Разработка стратегии

Создайте стратегию продвижения: выберите, как часто и через какие каналы будете продвигать себя. Определите стиль общения с аудиторией и распланируйте бюджет на продвижение.

4. Портфолио

Оформите свои работы в красивые и подробные кейсы. Эти материалы можно использовать на сайте-портфолио или в соцсетях и превращать в контент, который расскажет о вашем стиле и подходе.

61

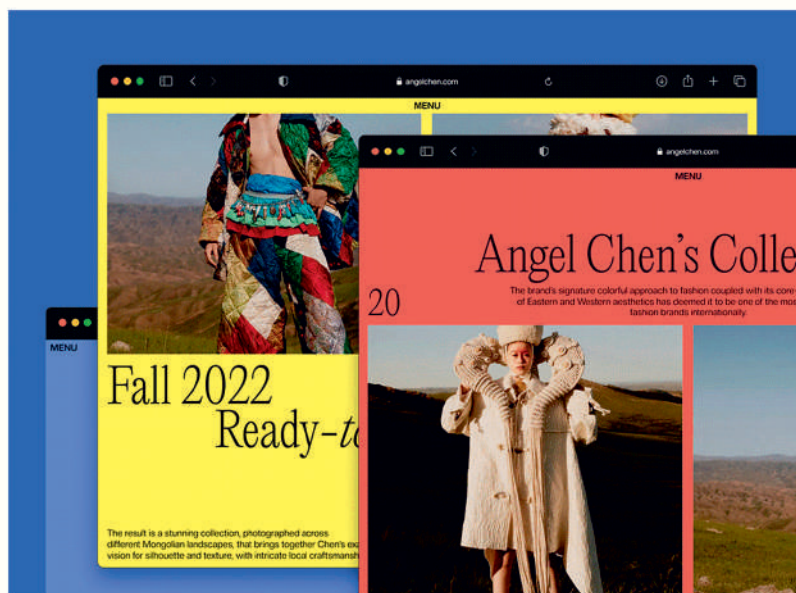


Рис. 31



Рис. 32

После создания основ личного бренда важно не останавливаться — поддерживайте и развивайте образ, чтобы он оставался актуальным и привлекал новых людей.



Задание 2

Самоанализ



Рис. 33

Рис. 34

Вы уже изучили, как развивают личный бренд в вашей творческой среде, теперь пора приступить к самоанализу.

Сформулируйте свои ценности, цели и отличия как творческого бизнеса. Зафиксируйте на бумаге или в заметках на телефоне минимум по 5 пунктов.

3.3. Продвижение личного бренда



Рис. 35



Рис. 36

Основные способы продвижения личного бренда: социальные сети, партнёрский маркетинг, платная реклама, офлайн-продвижение

Продвижение личного бренда — это ключевой шаг к тому, чтобы стать узнаваемым и востребованным профессионалом. Социальные сети, коллаборации, реклама и офлайн-активности помогут выстроить контакт с вашей аудиторией и усилить её интерес к вашему делу.

«Успешный маркетинг в социальных сетях строится не на впечатлениях, а на отношениях»

65

— Ким Гарст, директор KG Enterpris

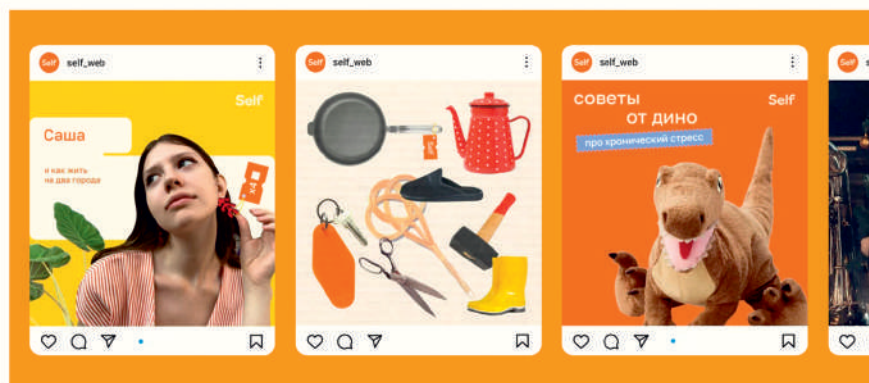


Рис. 37

Социальные сети

Социальные сети — самый популярный способ продвижения. Они позволяют вам напрямую общаться с подписчиками и публиковать регулярный контент. Важно использовать различные форматы — фото, видео и текстовые посты, чтобы со всех сторон раскрыть ваш бренд и создать образ живого, активного человека.



Рис. 38

Однако управление социальными сетями требует больших усилий и времени, поэтому со временем эту задачу можно доверить SMM-специалисту. Главное — сохранить единый голос бренда, который будет узнаваем и близок вашей аудитории.



Рис. 39



Рис. 40

Платная реклама

Платные каналы продвижения, такие как таргетированная или контекстная реклама, помогут увеличить охват. Чаще всего используется реклама в Telegram, VK и Яндекс Директе. Настройте рекламу с фокусом на вашу целевую аудиторию, чтобы ваш бренд увидели именно те, кому может быть интересно ваше творчество.

Партнёрский маркетинг

Коллаборации с другими профессионалами и брендами — отличный способ расширить аудиторию. Найдите партнёров, с которыми у вас совпадают ценности, чтобы вместе продвигаться через гостевые посты, общие проекты или интервью.



Рис. 41

Poster Kombat III

Щёлочь X ONY

Конкурс экспериментальных плакатов
в формате челленджа с использованием
шрифтов от ONY



Рис. 42



Рис. 44



Рис. 43



Рис. 45

Neuro Chicken

Poor Performance × Щёлочь

Интервью ведущего нейро-артиста Щёлочи
об использовании нейросетей для Poor
Performance (медиа о нейросетях)



Рис. 46



Рис. 48



Рис. 47

Офлайн-продвижение

Выступления на мероприятиях, участие в выставках и размещение печатных материалов — всё это делает бренд более ощутимым и надёжным. Используйте офлайн-форматы для установления личных связей и демонстрации своих работ в физическом пространстве.

72



Рис. 49

Заключение

Основы личного бренда — это фундамент для создания уникального образа, который выделяет вас среди других и помогает достичь профессиональных целей. Важно не забывать, что личный бренд требует постоянного развития и саморефлексии.

Задание 3

Выбор стратегии



Рис. 50

Рис. 51

Подумайте, какой способ продвижения личного бренда из вышеперечисленных подходит вам больше всего. Подберите 1-2 примера использования этого подхода в вашей творческой среде.



Pro Zine
2024

