

→ Тема: Продвижение персонального  
бренда



*Автор: Эльнора Розмут*

# О спикере

- ★ Магистр в области связей с общественностью (KIMEP);
- ★ Профессиональный коуч Erickson International;
- ★ Более 10 лет опыта работы в сфере PR и маркетинга, журналистики;
- ★ Автор первого в Казахстане онлайн курса «Личный Brand»;
- ★ Спикер международных конференций;
- ★ С 2016 преподаватель курса «Предпринимательская лаборатория» в ALMAU;
- ★ С 2017 преподаватель курса Image and Brand Management и Public Speaking в KIMEP;
- ★ С 2018 ведущая и автор программа «Ты – БРЕНД» на Business FM.



# Опыт работы в кадре

Телеведущая телеканал КТК (2009–2011);



# Опыт работы в медиа

Радиоведущая на Business FM (2018-2020)



# Механика создания бренда:

---

Стратегия



Оформление



Продвижение



# Этап №1

ЦЕЛЬ и МЕЧТА

УТП

МИССИЯ

Портрет целевой

3 ключевых сообщения

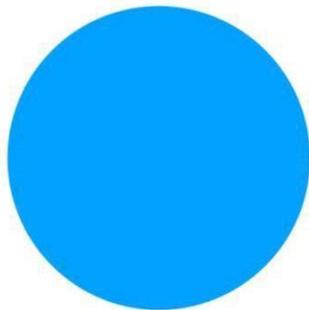
4 кита личного бренда

Задание: шкалирование цели

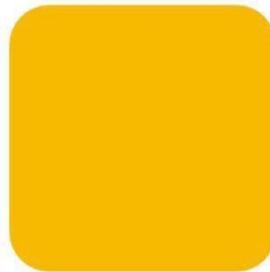


## Ключевые сообщения бренда

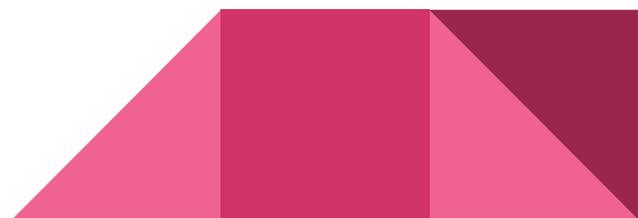
Внутренняя уникальность: экспертиза, ниша, специфика работы, особая целевая аудитория. Главный фокус бренда и стратегии.



Внешняя уникальность: упаковка бренда. Доступное внешнее «сообщение», которое отражает внутреннюю уникальность



Эмоциональный посыл бренда: цвета, эмоции, чувства.

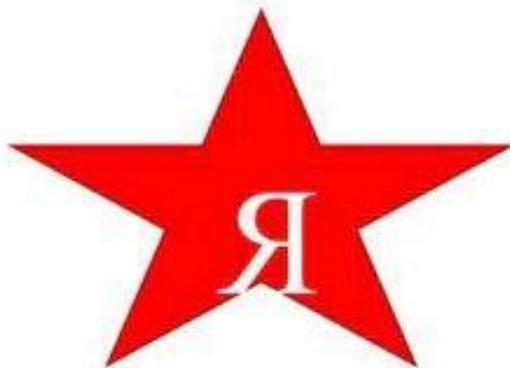


# Структура Томаса Гэда – 4 Д Брендинг

Освещение всех сфер жизни в равной степени

Работа (то, что приносит  
деньги)  
50 % постов

Личное (семья, дети,  
бойфренд, собака)  
20% постов



Саморазвитие  
(хобби, занятия,  
таланты) 20% постов

Общественное  
(Причастность к  
социуму, помощь,  
участие) 10% постов

# Тенденция №1 Массовая миграция бизнеса в онлайн - этап начало...

В продвижении: присутствие на разных площадках, прямая коммуникация с подписчиками, выстроенная система продаж

Instagram - Личный сайт с описание "продуктов" - Сайт курса

Сайт курса - портфолио (может быть там же или отдельно) -  
Instagram/Facebook



# Тенденция №2 глобализация в условиях ИЗОЛЯЦИИ

У людей с общим языком общения - появляется единое информационное поле, появляются:

- Общие темы и новости: их можно смело использовать в продвижении.
- Общие проблемы: нехватка общения
- Возможности: охватить рынок СНГ

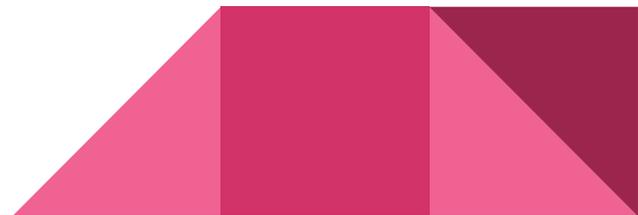


# Тенденция №3 Живое общение и работа дома

Ивенты переживают вторую волну: они были и остаются единственным надежным способом продвижения

После переизбытка на рынке, люди пытаются найти “безопасные” площадки для новых контактов и живого общения

- Бизнес бранчи
- Полезные завтраки
- Походы в горы
- Сборы по интересам для мам



# Тенденция № 4 Инвестиция в образование

→ Онлайн-образование: создание медиа продукта

Цель:

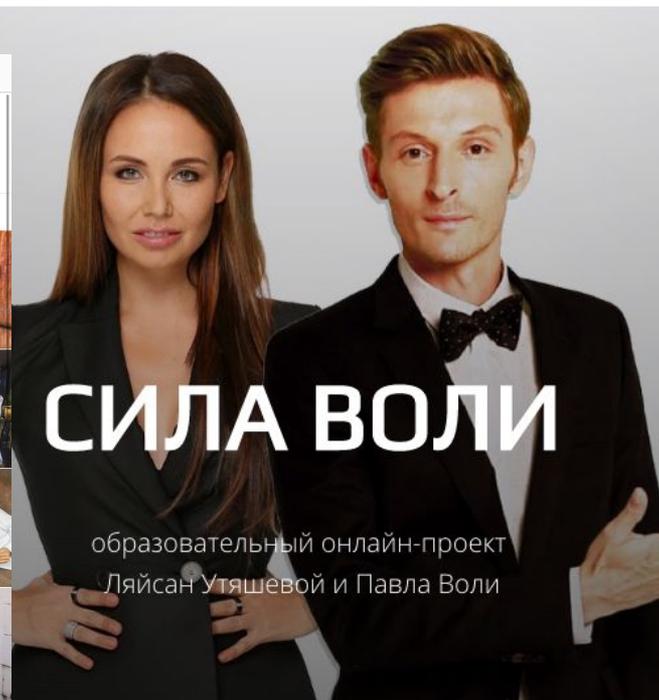
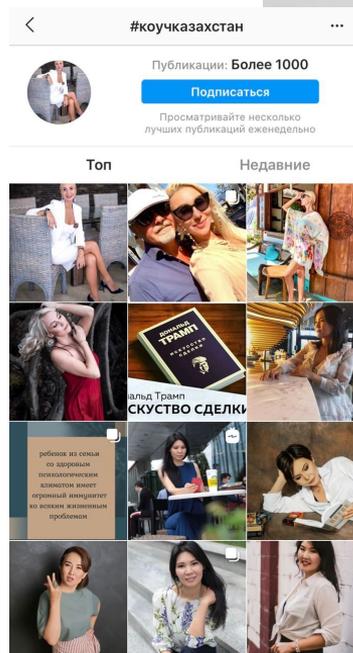
монетизация опыта

увеличение охвата ЦА

бонус для имеющих клиентов вашего бизнеса

продажа через онлайн основного продукта

ТЕЛО    МОЗГ    Материалы    Блог    Личный кабинет



# Возможности онлайн

→ Онлайн-торговля, индустрия доставки

Все профессии связанные с онлайн и логистикой становятся популярны

→ Онлайн-образование

→ Рост и усиление взаимодействия и взаимопомощи

→ Микс сферы услуг (продажа онлайн курсов) со сферой товаров

Кейс: курс по психологической проработке + заказ планеров



# Тренды и тенденции в Instagram

Тренд на сериальность:

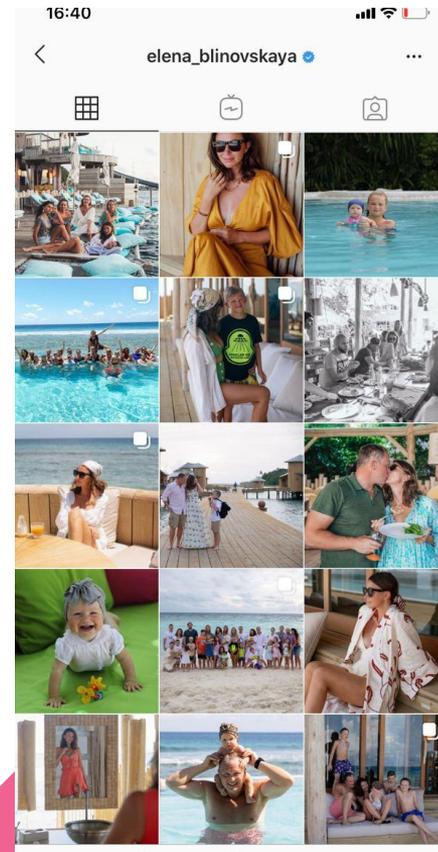
“Трушность” - естественность главный тренд 2020.

Эксперт должен уметь показать свою работу со стороны

Здесь точно работают:

истории (затравка, начало и конец)

фото и видео со стороны



# Сториз - новое телевидение

Сториз - равноправная часть стратегии продвижения

что работает у экспертов:

-мой день, список дел, фишка дня

геймификация, интерактивы, опросы, голосования. 60 %

брендов используют интерактивные элементы в Stories хотя

бы раз в месяц





*Как я могу помочь  
своим делом людям?  
Ответишь на этот  
вопрос - узнаешь  
миссию своего блога!*



## СОБЕРИ ПАЗЛ



**Зажимай историю  
и делай скрин**

0:01

0:10

insta\_fabrica

ИНСТА ФАБРИКА

2 122 188 тыс. 2  
 Публикации Подписчики Подписки

**ИНСТАФАБРИКА ПРОДВИЖЕНИЕ ОХВАТ**  
 Личный блог  
 Катя Раевская ✨ Алёна Рейес  
 🌱 Научим зарабатывать от 100 тыс до 1 миллиона  
 ✨ Вся правда о высоких охватах и... ещё  
[taplink.cc/alyona\\_reyes](http://taplink.cc/alyona_reyes)

Вы подписаны ▾ Написать ▾

О КУРСЕ МОТИВАЦ... УЧЕНИКИ О НАС TRA

Чтобы зарабатывать деньги, вовсе не обязательно иметь деньги и кучу свободного времени.  
© ИРИНА РАЕВСКАЯ

В ИНСТАГРАМ ВСЕ НА РАСТОЯНИИ ВЫТЯНУТОЙ РУКИ. НУЖНО ТОЛЬКО ЗНАТЬ, В КАКУЮ СТОРОНУ.

helen\_wize

3 473 737 тыс. 549  
 Публикации Подписчики Подписки

**ЕЛЕНА ВАЙС НЕО ПСИХОЛОГ**  
 Личный блог  
 Founder @my\_pws  
 💰 Твоя Вселенная даст тебе ВСЁ!  
 💎 Учимся волшебству с гос. дипломом  
 ✨ Создаем реальность своей мечты... ещё  
[taplink.cc/wize\\_praktik](http://taplink.cc/wize_praktik)

Подписаться Написать Контакты ▾

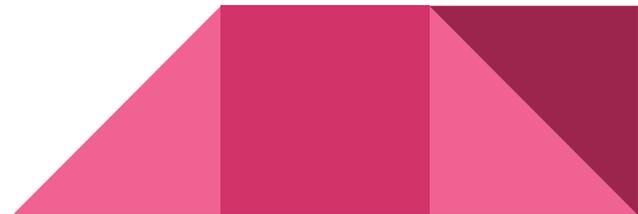
Денежная... Манифеста... PWS psy/so... Матрица л... PWS M

ПУТЬ К ДЕНЬГАМ

# ТИК ТОК

По статистике App Annie, эта соцсеть для съёмки и просмотра коротких видео стала самой быстрорастущей в 2019 году, завоевав любовь миллионов людей. Россияне стали проводить в ней на 860 % больше времени — в целом 55 млн часов за год. Согласно данным на декабрь 2019 года, общее число пользователей TikTok достигает 146,3 млн человек, из них жителей России — 8 млн.

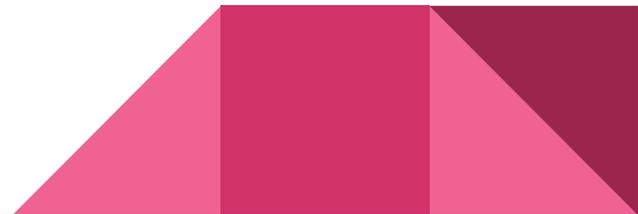
По прогнозам на 2020 год, «тиктоколюбив» станет ещё больше.



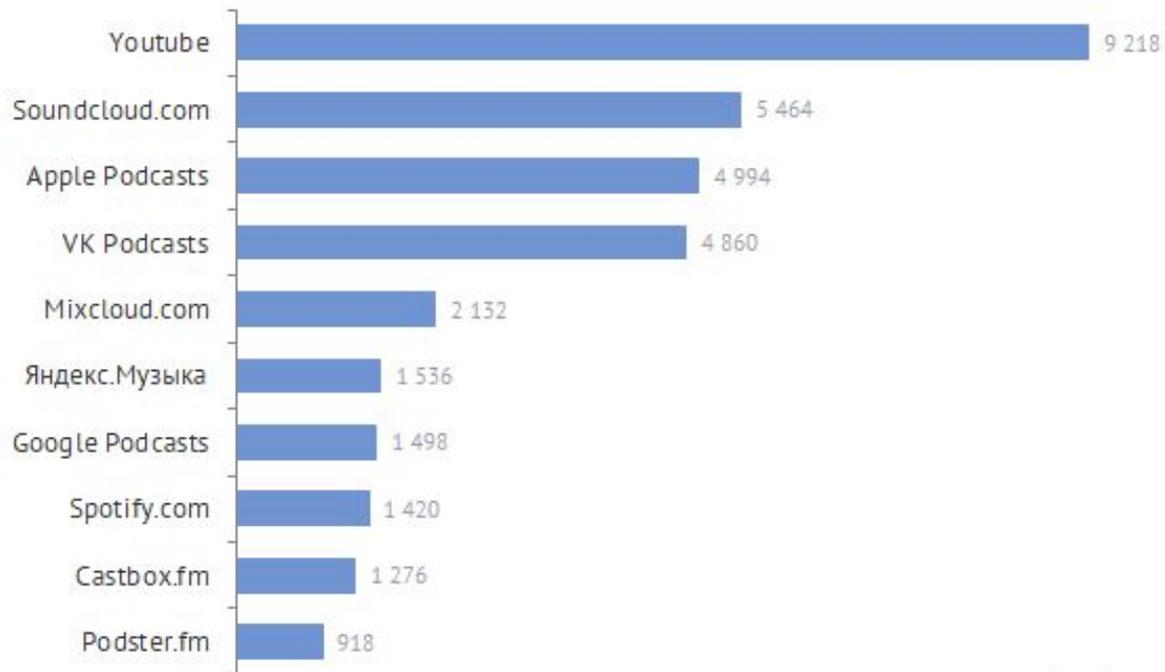
# Подкасты

В 2019 году бренды стали активно создавать и развивать свои каналы с подкастами. Такое внимание к формату появилось из-за растущей потребности в полезном и при этом качественном аудиоконтенте, который можно слушать по пути на работу или домой, во время занятий спортом и т. д. В 2020 году этот тренд только усилится. Появится больше новых возможностей и, как следствие, больше игроков.

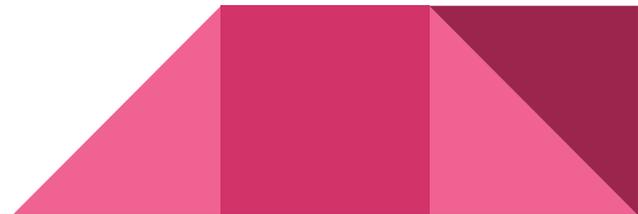
Какие самые популярные площадки для прослушивания подкастов? По данным Brand Analytics, 26 % русскоязычных пользователей слушают подкасты на YouTube. Следом идут SoundCloud и Apple Подкасты.



## Где слушают подкасты



- Выделите целевую аудиторию (ЦА) и выберите соцсеть, где будете продвигаться в первую очередь.
- Проработайте страхи и ограничения
- Создайте собственный образ, на основе эмоций и трех ключевых сообщений
- На основании предпочтений ЦА составьте контент-план, составьте финансовый план
- Возьмите помощника
- Генерируйте контент и тестируйте его с помощью платной рекламы.
- Используйте аналитику для корректировки контент-плана.
- Подключайте медиа продукт
- Сотрудничайте и делайте коллаборации



Подкасты:

[Digital Gurov](#)

[Матвей Северянин](#)

Youtube каналы:

[TED Talks](#)

