

# Оглавление

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Введение</b> . . . . .   | <b>8</b>  |
| Для чего нужен личный бренд . . . . .   | 11        |
| Почему так важно доверие и как его<br>вызвать. Правило десяти тысяч часов . . . . . | 14        |
| <b>Глава 1. Анализ рынка и аудит ниши</b> . . . . .                                 | <b>21</b> |
| Изучение рынка . . . . .  | 23        |
| Если ниша выбрана и вы довольны . . . . .   | 27        |
| Сужаем нишу . . . . .   | 36        |
| Если ниша не выбрана,<br>или Как найти свое дело . . . . .                          | 39        |
| Почему важно ставить цели<br>и как это правильно делать . . . . .                   | 45        |
| <b>Глава 2. Работа с целевой аудиторией</b> . . . . .                               | <b>53</b> |
| Как понять, кто ваша целевая аудитория . . . . .                                    | 54        |
| За что именно вам платят . . . . .  | 61        |
| Как сделать клиента идеальным . . . . .   | 64        |
| <b>Глава 3. Построение своего образа</b> . . . . .                                  | <b>67</b> |
| Осознанный и неосознанный образ . . . . .   | 67        |

|  |            |
|--|------------|
| Чего можно хотеть от построенного образа:<br>денег или известности? . . . . .  | 76         |
| Что строить в первую очередь:<br>личный образ или бизнес . . . . .             | 77         |
| Направление развития . . . . .   | 83         |
| <b>Глава 4. Внешний вид и имидж . . . . .</b>                                  | <b>85</b>  |
| Почему нельзя быть умным и красивым<br>одновременно . . . . .                  | 85         |
| Девять обязательных правил . . . . .   | 88         |
| Важны ли бренды, где одеваться<br>и нужна ли помощь стилиста . . . . .         | 96         |
| Скромность в XXI веке — добродетель<br>или помеха для успеха? . . . . .        | 99         |
| <b>Глава 5. Развитие экспертности. . . . .</b>                                 | <b>102</b> |
| Наработка базовых компетенций<br>эксперта. . . . .                             | 105        |
| План проработки компетенции<br>на 6 месяцев вперед . . . . .                   | 112        |
| Уникальное личное предложение (УЛП).<br>Определяем конкурентные преимущества . | 115        |
| <b>Глава 6. Социальные сети,<br/>выбор оформления . . . . .</b>                | <b>126</b> |
| Выбор базовой сети. . . . .  | 126        |
| Принципы оформления аккаунтов<br>для формирования доверия. . . . .             | 128        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Глава 7. Социальные сети – контент. . . . .</b>                                     | <b>140</b> |
| Вовлекающий контент . . . . .  | 160        |
| Новые медийные каналы коммуникаций –<br>какие они? . . . . .                           | 164        |
| <b>Глава 8. Точки контакта. Анализ<br/>    и усиление своих точек роста . . . . .</b>  | <b>165</b> |
| Что такое точки контакта. . . . .  | 165        |
| Социальные метки. . . . .  | 172        |
| <b>Глава 9. Нетворкинг . . . . .</b>   | <b>176</b> |
| Инструменты вовлечения новой<br>аудитории. . . . .                                     | 178        |
| Алгоритм действий на мероприятиях . . . .  | 179        |
| <b>Глава 10. Эмоциональный интеллект. . . . .</b>                                      | <b>187</b> |
| Важность эмоциональной составляющей<br>в вашей стратегии успеха . . . . .              | 189        |
| Базовые принципы работы<br>с эмоциональным интеллектом. . . . .                        | 192        |
| Как вами манипулируют через эмоции<br>и что с этим делать . . . . .                    | 194        |
| <b>Глава 11. Инструменты бесплатного пиара. . . .</b>                                  | <b>208</b> |
| Общественная деятельность и создание<br>сообществ . . . . .                            | 215        |
| Сотрудничество со СМИ . . . . .  | 221        |
| Книга: все ли могут ее написать, всем ли<br>это надо и насколько это осуществимо . . . | 224        |

|   |            |
|---|------------|
| Выступления и конференции . . . . .           | 227        |
| <b>Глава 12. Монетизация бренда . . . . .</b> | <b>232</b> |
| Бартер и финансовые схемы . . . . .           | 237        |
| Выстраивание сети партнеров . . . . .         | 238        |
| <b>Глава 13. VQ. . . . .</b>                  | <b>243</b> |
| <b>Глава 14. HR-бренд . . . . .</b>           | <b>256</b> |
| <b>Заключение . . . . .</b>                   | <b>265</b> |