

Оглавление

Предисловие к обновленному изданию	8
Введение	10
Для чего нужен личный бренд	13
Почему так важно доверие и как его вызвать.	
Правило десяти тысяч часов	16
Глава 1. Анализ рынка и аудит ниши	23
Изучение рынка	25
Если ниша выбрана и вы довольны	30
Сужаем нишу	38
Если ниша не выбрана, или Как найти свое дело	41

Почему важно ставить цели и как это правильно делать.	47
Глава 2. Работа с целевой аудиторией	56
Как понять, кто ваша целевая аудитория.	57
За что именно вам платят.	65
Как сделать клиента идеальным.	68
Глава 3. Построение своего образа	71
Осознанный и неосознанный образ.	71
Чего можно хотеть от построенного образа: денег или известности?	79
Что строить в первую очередь: личный образ или бизнес.	80
Направление развития.	86
Глава 4. Внешний вид и имидж	88
Почему нельзя быть умным и красивым одновременно	88
Девять обязательных правил.	91
Важны ли бренды, где одеваться и нужна ли помощь стилиста	99

Скромность в XXI веке – добродетель или помеха для успеха?	102
---	-----

Глава 5. Развитие экспертности.....105

Наработка базовых компетенций эксперта	108
---	-----

План проработки компетенции на 6 месяцев вперед.....	115
---	-----

Уникальное личное предложение (УЛП). Определяем конкурентные преимущества.....	119
--	-----

Глава 6. Социальные сети, выбор оформления

130

Выбор базовой сети	130
--------------------------	-----

Принципы оформления аккаунтов для формирования доверия	132
---	-----

Глава 7. Социальные сети – контент.....144

Вовлекающий контент	164
---------------------------	-----

Новые медиаканалы коммуникаций – какие они?	168
--	-----

Сериал.....	168
-------------	-----

Сторис	171
--------------	-----

Глава 8. Точки контакта.	
Анализ и усиление своих точек роста	175
Что такое точки контакта	175
Социальные метки	182
Глава 9. Нетворкинг	186
Инструменты вовлечения новой аудитории	188
Алгоритм действий на мероприятиях	189
Глава 10. Эмоциональный интеллект.	198
Важность эмоциональной составляющей в вашей стратегии успеха	200
Базовые принципы работы с эмоциональным интеллектom	203
Как вами манипулируют через эмоции и что с этим делать	205
Глава 11. Инструменты бесплатного пиара	219
Общественная деятельность и создание сообществ	226
Сотрудничество со СМИ	233

Книга: все ли могут ее написать, всем ли это надо и насколько это осуществимо	236
Выступления и конференции	239
Глава 12. Монетизация бренда	245
Бартер и финансовые схемы	250
Выстраивание сети партнеров	251
Глава 13. VQ.	257
Глава 14. HR-бренд	271
Заключение	281