

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 шесть 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 |
| Глава 15. Станьте экосистемой! | 281 |
| Заключение | 291 |
| Гайд. Как продавать дорого | 295 |