

Заповедь 1

Создайте в блоге свой образ



Создайте в блоге собственный образ. Из обширной биографии, длинного списка своих побед и поражений выделите самое яркое, самое важное и интересное и покажите это в блоге. Ваш образ в Интернете целиком в вашей власти.

Толкование

Личность, образ, бренд блогера прямо влияют на заработки. Чем дороже продукты или услуги, продвигаемые блогером, тем большую роль играет доверие, интерес, лояльность к нему.

Читатели охотно купят мемуары миллионера, эстрадной звезды или как минимум выдающейся личности и не обратят внимания на рассказы заурядного специалиста о себе.

Книгу «Похудеть на 40 кг. Метод А. А. Плюшкина» купят при условии, что сам Плюшкин раньше был обрюзгим тьюфяком, а теперь отлично выглядит и улыбается голливудской улыбкой с обложки. Только в этом случае возникнет эффект: «*Вау, я тоже так хогу!*»

Потребитель (читатель вашего блога) мыслит категориями «*дове- ряю — не доверяю*». Нет доверия — нет продаж.

В данной ситуации приятно то, что каждый блогер может создавать свой образ сам. Образ, который будет помогать продавать, зарабатывать, монетизировать блог и который будет служить подтверждением вашей компетенции и квалификации.

Нужно понять: все, что вы думаете о себе, что говорят о вас друзья и родственники, — не имеет значения! Важен образ, который будет близок вам и будет помогать зарабатывать деньги.

Допустим, женщина с мужем и двумя детьми хочет предстать в Интернете как специалист по кулинарии, продавать сборники уникальных рецептов, проводить семинары и мастер-классы. Если при создании образа блогера она будет акцентировать внимание на своем инженерском образовании, вряд ли она вызовет этим доверие у аудитории. Ее достижения в кулинарии могут затеряться в длинном жизнеописании. А если она будет при этом исходить преимущественно из мнения мужа, который уважает только шашлык из баранины, или детей, любящих исключительно сладости, то недостаточное одобрение близких может лишить ее уверенности в себе как в отличном кулинаре.

Именно поэтому главный критерий формирования образа — ваше желание выступить в этой роли и соответствовать ей.

Лучшее время для создания благоприятного образа — момент открытия блога. Однако никогда не поздно предстать в новом образе, благодаря которому ваши доходы пойдут в гору.

Советы по применению

С чего начать создавать образ

Можно провести такую аналогию: образ блогера — «душа» блога, техническая основа — оболочка. Каким бы качественным и функциональным ни был блог, без «души» он будет странным и неестественным, этакий Франкенштейн из романа Мэри Шелли.

Лучше всего создавать образ сразу после возникновения желания завести блог. Блогеров подстерегают при этом две серьезные ошибки:

- ❑ создать блог и вообще про себя ничего не писать;
- ❑ написать о себе все, что только можно, включая место рождения и предпочтения в еде.

В первом случае читатели составят мнения об авторе блога, исходя из сторонних сведений или своих фантазий. Во втором запомнят что-то из начала биографии и не станут читать слишком длинный текст.

Работу над созданием образа можно организовать следующим образом.

- ❑ **Соберите информацию о себе.** Задача этого этапа — собрать всю информацию о себе: о достижениях (образование, награды, сертификаты, звания и т. д.) и личных качествах (стиль работы, особенности характера, знакомства с известными людьми и др.). Для этого:
 - проведите ревизию файлов на компьютере, найдите все файлы с отзывами и благодарностями;
 - поищите в Интернете упоминания о вас, соберите ссылки и цитаты с положительными отзывами;
 - найдите все грамоты, награды, сертификаты, благодарственные письма; отсканируйте или сфотографируйте их;
 - составьте список всех качеств, которые вы цените в себе или за которые вас уважают клиенты или друзья.
- ❑ **Составьте список всех достижений и особенностей.** Собранную информацию организуйте в виде списка: так будет легче работать с ней в дальнейшем.

- **Выделите главное из списка.** Выделите самые значительные достижения или особенности:
 - определите главные для вас особенности;
 - опросите других людей; покажите список, если достаточно им доверяете, или задайте вопросы типа: «Как ты считаешь, что важнее: 15-летний опыт или третье место в рейтинге специалистов?»

Пяти-десяти пунктов будет достаточно.

- **Максимально усильте выбранные пункты.** Когда вам станет понятно, что является вашими ключевыми достижениями, сформулируйте их максимально ярко. Например, не «*Первый в рейтинге дизайнеров...*», а «*Дизайнер №1*», не «*автор девяти книг, три из которых хорошо продаются до сих пор*», а «*Автор трех бестселлеров!*». Обратите при этом внимание на такие советы:

- составьте различные формулировки главных достижений, выберите самые яркие, значительные;
- опросите друзей и знакомых, что больше запоминается и бросается в глаза;
- просмотрите, что о себе пишут коллеги или выдающиеся личности, почерпните идеи у них.

- **Создайте файл-шаблон своего образа.** Итогом работы будет файл (или архив с отсканированными изображениями, фотографиями, портфолио, ссылками и другими материалами), содержащий список главных особенностей образа. Он и станет концепцией или шаблоном, который вы будете использовать при необходимости во многих аспектах блогинга.

При помощи этого файла-шаблона вы не только сэкономите уйму времени, когда нужно будет составить текст о себе, но и выполните главный шаг в создании образа блогера.

Воплощение образа блогера

Образ находит воплощение или применение практически везде в блоге. Если вы четко представляете себе вновь созданный образ, вы сможете верно принимать решения, выбирая техническую основу блога, его функционал или дизайн.

Достаточно просто спросить себя: «*Может ли обладатель, владелец, номинант... иметь фото такого качества?*» или «*Как отразится на репутации владение блогом на бесплатной площадке?*». Задавая такие вопросы, вы не позволите себе снизить планку и приуменьшить из скромности свои заслуги.

Существует две опасности в формировании и применении образа в блоге в частности и в Интернете в целом:

- ❑ **излишняя скромность** — в результате чего часть фактов замалчивается и возникает заблуждение, что читатели сами обо всем догадуются;
- ❑ **плохая аргументация** — если вы заявляете о себе что-то большое и серьезное, стоит также грамотно это обосновать, иначе читатель в это просто не поверит.

Крайне полезно посмотреть на воплощение образа со стороны (а лучше спросить мнение незнакомого человека), глазами вашего читателя, и проверить, достаточно ли хорошо и понятно воплощен образ.

Вы должны стремиться всегда иметь актуальный образ в блоге. Если вы достигли новых высот, следует сразу же рассказать об этом, заменив или дополнив часть компонентов образа. И не забывайте, что это ваш образ и вам необходимо воплощать в нем себя.

Позиционирование блогера

Позиционирование в маркетинге — процесс определения места нового товара в ряду существующих товаров.

Позиционированием блогера (как и любого специалиста) можно назвать определение себя как специалиста в занимаемой профессиональной нише.

Таким образом, при позиционировании выбирается социальный статус и область деятельности.

Поскольку позиционирование обуславливается личным выбором блогера, существует множество примеров неправильного позиционирования, которое не дает представления о роде занятий и вообще выглядит достаточно странно. Например:

- ❑ «Учитель миллионеров» — будет вызывать недоверие, если у самого блогера нет миллиона в долларовом эквиваленте;
- ❑ «Эксперт по сборке карбюраторов MV30P1J» — слишком узкая тема;

- ❑ «Гуру жизни» — слишком широкая тема;
- ❑ «Коуч осознаний» — логическая ошибка; коуч — тренер, должен заниматься с людьми;
- ❑ «SEO-ментор» — некорректное сопоставление SEO как технической области и наставничества.

Очень важно не ошибиться при позиционировании, иначе у посетителей блога будут возникать лишние вопросы и недоверие к вам. Лучше отвечать на вопросы типа: «А как вы это делаете, расскажите?», чем на вопросы: «Что это вообще такое, причем это тут?!».

Рассмотрим примеры правильного позиционирования:

- ❑ «Эксперт по маркетингу» — человек, имеющий богатый опыт и множество публикаций по теме;
- ❑ «Специалист по контекстной рекламе» — человек, профессионально занимающийся контекстной рекламой;
- ❑ «Мастер маникюра» — человек, профессионально занимающийся данной косметической процедурой;
- ❑ «Гуру эзотерики» — из-за специфики и неоднозначности отрасли знатоков эзотерических течений принято называть гуру;
- ❑ «Духовный наставник» — руководитель духовной жизни подопечного;
- ❑ «Лайф коуч» — индивидуальный тренер, помогающий клиенту достичь успеха в различных областях.

Как вы могли заметить в этих примерах, важна не только логика позиционирования, но и благозвучие. Например, «Тренер жизни» звучит странно, поэтому применяют американизм «Лайф коуч».

Вы можете использовать следующие статусы для позиционирования в Интернете:

- ❑ **эксперт** — человек, исключительно компетентный в какой-либо области знаний; применяется в технических областях;
- ❑ **гуру** — то же, что эксперт, но в гуманитарных или малоизученных областях;
- ❑ **специалист** — человек, имеющий образование, высокую квалификацию и профессионально занимающийся своим делом;
- ❑ **мастер** — то же, что и специалист;

- ❑ **профессионал** — то же, что и специалист;
- ❑ **учитель** — человек, обучающий каким-либо знаниям; используется также в духовных областях;
- ❑ **наставник** — то же, что учитель, но специализирующийся на индивидуальном обучении.

Хотя эти статусы не всегда точно отвечают своим значениям в обычной жизни (например, гуру — это духовный учитель), однако именно так они воспринимаются в современном Рунете.

Обратите также внимание, что важно правильно выбрать область, в которой вы позиционируете себя как профессионала. В идеале эта область должна быть достаточно широкой, чтобы быть понятной аудитории, и достаточно узкой, чтобы вы были в ней лидером.

Например, если вы занимаетесь розничными продажами автомобилей, ниши можно расставить так:

- ❑ бизнес;
- ❑ маркетинг;
- ❑ продажи;
- ❑ прямые продажи;
- ❑ розничная торговля автомобилями.

Из данного примера видно, что можно объявить себя профессионалом как в продажах вообще, так и только в прямых продажах. Все определяют ваши компетенция и амбиции.

Страница «Об авторе»

Страница «Об авторе» — самая важная для формирования образа блогера в Интернете. Создать такую страницу нужно сразу же после открытия блога.

Самая простая структура страницы «Об авторе» может выглядеть следующим образом.

1. Приветствие — «Здравствуйте, дорогие...».
2. Представление себя — «Меня зовут...».
3. Биография — «Я занимаюсь... сделал... и достиг...».
4. Призыв — «Читайте, подписывайтесь, комментируйте!..».
5. Контакты — «Жду ваших писем по адресу...».