

Оглавление

Предисловие	6
1. РАЦИОНАЛИСТ. Можно ли просчитать эффект от персонального брендинга? Как понять, что персональный бренд работает?	19
2. НЕЗНАЙКА. Как найти свой путь в персональном брендинге?	33
3. НАБЛЮДАТЕЛЬ. Тот, кто уверен, что его место уже занято	47
4. ЧЕЛОВЕК-ШТИЛЬ. Боюсь нестабильности. А вдруг все изменится?	63
5. ХРОНИЧЕСКИЙ МЫСЛИТЕЛЬ. Очень много думаю и анализирую, но не делаю первый шаг ...	77
6. АЛЬТРУИСТ. Кто еще знает, кроме вас?	87
7. ФАТАЛИСТ. Верю, что все предопределено, и не могу ни на что повлиять	99
8. САМОЗВАНЕЦ. Мои достижения незначимы, я не достоин лучшего	107
9. ДРИФТЕР. Осторожно! Резкий поворот!	121

10. НОВИЧОК. Первая помощь персональному бренду	133
11. ЧЕЛОВЕК-ОРКЕСТР. Как прожить 9 жизней одновременно?	143
12. МИНИМАЛИСТ. Потихонечку, помаленечку ...	155
13. ПЕРФЕКЦИОНИСТ. Доколе вы будете злоупотреблять нашим терпением?	163
14. ГРЕШНИК. Как исправить ошибки прошлого?	173
15. УПРЯМЕЦ. Почему в персональном брендинге нельзя заниматься «самолечением»?	185
16. ИНТРОВЕРТ. С легкостью преодолевая страх публичности	199
17. ВТОРОЙ ПИЛОТ. Последний, но не по значению	209
18. ОБИДЧИВЫЙ. Карьера VS Принципы	239
19. МИЗАНТРОП. Я люблю людей	255
20. ЧЕЛОВЕК «Я ЗАНЯТ». Вы уверены, что вам точно это надо?	265
21. МАКСИМАЛИСТ. Репутация как образ жизни	277
ПРИЛОЖЕНИЯ. Здесь вы найдете много полезного	285
Список литературы	302

ПРЕДИСЛОВИЕ

Мы живем в мире, где все друг друга «гуглят»

А что, если есть способ обойти конкурентов и сделать так, чтобы все решения, от которых зависит, сколько у вас денег, на какой машине вы ездите и с кем общаетесь, принимались бы в вашу пользу?

Чтобы на работе вас встречали словами: «У нас есть интересное предложение, тебе понравится!»

Чтобы вы поднимали трубку, а незнакомый голос говорил, что хочет работать именно с вами — выставляйте счет.

Какая бы безграничная вселенная возможностей перед вами открылась!

Это не фантазии. Такой способ существует, и он называется «Осознанное управление впечатлением о себе, или Персональный брендинг». Первыми его пользователями были правители — цари, фараоны, императоры, короли, — для

того, чтобы усиливать свой авторитет, устрашать врагов и управлять народами.

Мы — первое поколение на планете, которое живет в мире, где все друг друга «гуглят». В эпоху глобализации и индивидуализации каждый, у кого есть Facebook и выход в Интернет, ваш конкурент. Клиенты стали более искушенными и информированными: на 70% положительное решение о сделке или приглашении на работу принимается на основе информации, полученной из Интернета. Люди хотят работать с теми, кто им нравится, кто им понятен и близок по ценностям.

Сегодня осознанно управлять впечатлением о себе доступно каждому, кто читает эту книгу.

Так что же, — спросите вы, — все так просто? *Я развиваю персональный бренд — и получаю все: доверие, деньги, славу, сильное окружение?* Я наконец-то нахожу баланс между работой и личной жизнью, получаю лучшие предложения и могу делать только то, что мне по душе? А еще я высыпаюсь и по выходным провожу время с семьей, а не в тяжелых думах о будущем?

Абсолютно верно! Но прежде всего вам нужно

поработать над собой, и эта книга — единственная в своем роде, которая может вам помочь.

Давайте знакомиться.

Мы — эксперты в управлении репутацией Надежда Кобина и Елена Старостина. Более 10 лет мы работаем в сфере персонального брендинга с клиентами из МТС, Tele2, Coca-Cola HBC Russia, Shneider Electric, PwC, Сбербанк, CBSD Thunderbird, Mars, Philip Morris International.

За эти годы мы поняли, что в управлении личной репутацией на первом месте стоит не маркетинг и PR, а сам человек. С его эмоциями, сомнениями, страхами, не преодолев которые у него не получится двигаться вперед.

В основу книги положен наш личный опыт и опыт клиентов из различных сфер деятельности. Не важно, насколько высок ваш статус и сколько людей находится у вас в подчинении — 10 000 или 0. Если вы задумывались о создании чего-то большего в вашей жизни, то не раз сталкивались с барьерами¹. Это те самые *внутренние барьеры*, которые появляются, когда мы придаем слишком большое значение каким-

¹ Подробнее о барьерах читайте в приложении 1.

то событиям или не знаем, как действовать. Мы прячемся от них за стеной, но по ту сторону остается признание наших профессиональных качеств, радость общения, новые встречи и проекты, которые могли бы стать новым качественным этапом нашей жизни.

Кто такой Патрик?

Позвольте рассказать вам одну не широко известную историю про одного весьма известного человека. Чарльз Дарвин в 1842 году опубликовал свое первое эссе о теории естественного отбора. Официально теория Дарвина и его коллеги Альфреда Рассела Уоллеса была представлена в 1858 году на заседании научного общества в Лондоне. Книга «Происхождение видов» увидела свет годом позже. Но знаете ли вы, что за два десятка лет до выхода этой книги ее основные положения уже были сформулированы садоводом из Шотландии Патриком Мэтью?

Исследователи потратили годы на изучение этого вопроса и пришли к выводу, что именно книга Мэтью открыла Дарвину важность естественного отбора. Но сам факт совершения от-

крытия оказался недостаточным. Для того чтобы оно стало признанным, его надо было популяризовать в научных кругах. Так Дарвин и Уоллес заслужили свою пальму первенства. Сейчас их имена знает каждый школьник. А сколько людей знают имя Патрика Мэтью?

Мы не намерены подрывать авторитет Дарвина. Мы хотим лишь обратить ваше внимание на то, как важно *уметь презентовать себя, доносить свои идеи, проекты и достижения до аудитории*. Репутация создается по-разному. Она может зародиться среди узкого круга ваших коллег или сотен тысяч подписчиков соцсетей, но факт остается фактом: таких незаметных гениев, как Патрик Мэтью, на белом свете великое множество.

Как эта книга поможет вам создать сильный персональный бренд?

Существуют десятки книг о построении персонального бренда. Мы прочитали их все. После каждой новой книги наша мотивация действовать возрастала в лучшем случае на несколько пунктов. В конце концов мы пришли к выводу,

что, несмотря на огромное количество информации по теме, ни один автор не называет причин, которые мешают людям управлять репутацией. Сотни, нет, тысячи живущих рядом с нами людей заслуживают признания за свои идеи и достижения, за то, что они чертовски хорошо делают свое дело, однако о них никто не знает. Если одних инструментов было бы достаточно, почему они до сих пор не стартовали? Эта книга создана для того, чтобы изменить ситуацию.

Источник вдохновения для нас — истории наших клиентов. Каждый из них — удивительный человек и профессионал. Каждый столкнулся с внутренними барьерами, о чем искренне рассказал нам. Поскольку мы очень высоко ценим оказанное нам доверие, то изменили имена и некоторые обстоятельства, чтобы герои остались неузнанными. Однако мы уверены, что вы узнаете себя в них. Они помогут вам увидеть те огромные возможности, которые скрывались за высокими барьерами. Покажут, какие преимущества получает человек, во всеуслышание заявляющий о себе этому миру и осознанно управляющий впечатлением о себе. В этом наша миссия.

Задача этой книги — помочь вам

1. Определить, что мешает на пути к продвижению вашего персонального бренда.
2. Разобраться в причинах и следствиях.
3. Найти инструменты преодоления барьеров, которые подходят в вашей ситуации.

В каждой главе мы разбираем один из барьеров. Чтобы вам было легче его узнать, мы описываем симптомы и предлагаем «исцеление» в виде определенных, реально и эффективно работающих инструментов.

Эти инструменты позволят вам

- Провести аудит персонального бренда.
- Глубоко изучить вашу собственную личность.
- Понять конкурентов.
- Сформулировать свое экспертное позиционирование.
- Провести ревизию каналов продвижения и выбрать из них самые эффективные.
- Узнать инструменты нетворкинга и создать собственный совет директоров.