

# РАБОТА С ИМИДЖЕМ



Ваше имя (возможно псевдоним)

Ваши внешние характеристики :

- «ПЛЮСЫ»

- «МИНУСЫ»

*имидж*

Ваши внутренние характеристики:

«фишки»

- «ПЛЮСЫ»

*уникальность*

- «МИНУСЫ»

Ваша манера и культура общения!!!

Ваша репутация – то, что думают о Вас другие

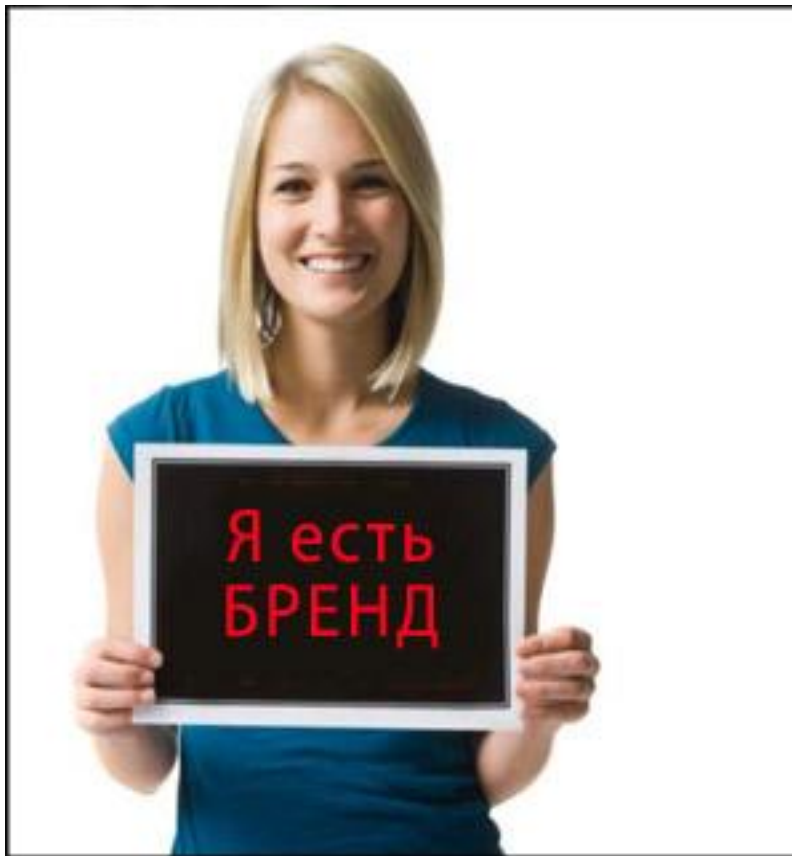
**Ваша публичность** – узнаваемость в  
определенных кругах

Личный бренд – это образ, который складывается в сознании у других людей, у вашей целевой аудитории.

Другими словами – это аура, которая создается вокруг вашей личности!



**В начале формирования личного бренда стоит задать самому себе 4  
простейших вопроса:**



**Кто должен обо  
мне знать?  
Зачем обо мне  
должны знать?  
Что должны  
обо мне знать?  
Как обо мне  
узнают?**

# it's important

**ни каких противоречий!**

**соответствие слов с ожиданиями и  
действительностью!**

**качество!**

**когда мнение одного человека подтверждается  
мнением другого – создаётся репутация.**

**Если же бренд в головах разных людей  
складывается по-разному, общий образ  
разрушается!**

# Определяем степень значимости атрибутов для наших потребителей!



Главное - вера в свои силы!

DEMOTES.RU

Записываем особенности, качества, которые нужны для желаемой работы.

Опрашиваем друзей, знакомых (желательно - экспертов).

Выясняем какими качествами, по их мнению, должен обладать профессионал.

Пишем и ранжируем список атрибутов.

Выделяем из них главные (4 – 6)!

# Концепция формирования личного бренда:



- продукт с его наиболее значимыми потребительскими свойствами, позиционирование;

- марочность

(упаковка, имидж, марочные атрибуты), т.е. *создание фантиков*. Красивый фантик – значит, на продукт обращается внимание:

- распространение - массовые коммуникации и постоянное поддержание контакта с потенциальными потребителями, а так же обеспечение узнаваемости в целевых и околоцелевых аудиториях;
- мифодизайн, т.е. – представление бренда в виде



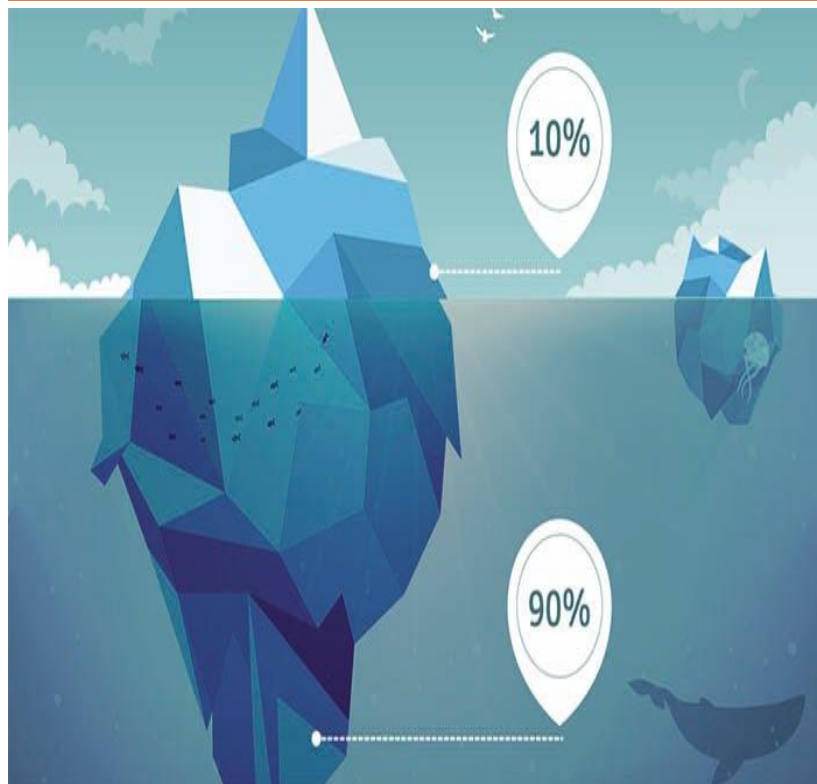
# Марочность ЭТО -



- Внешний вид, физические характеристики
- Одежда и аксессуары (часы, карманный компьютер, мобильный телефон, одежда, причёска т.д.).
- Коммуникации (речевые особенности)
- Формы контактов (сайт, **e-mail**, номер телефона, *профиль в соцсетях*).
- Средства персонализации (визитная карточка, личный логотип, подпись, слоган, *профиль в соцсетях*).

# Теория Айсберга

## Графическое изображение теории

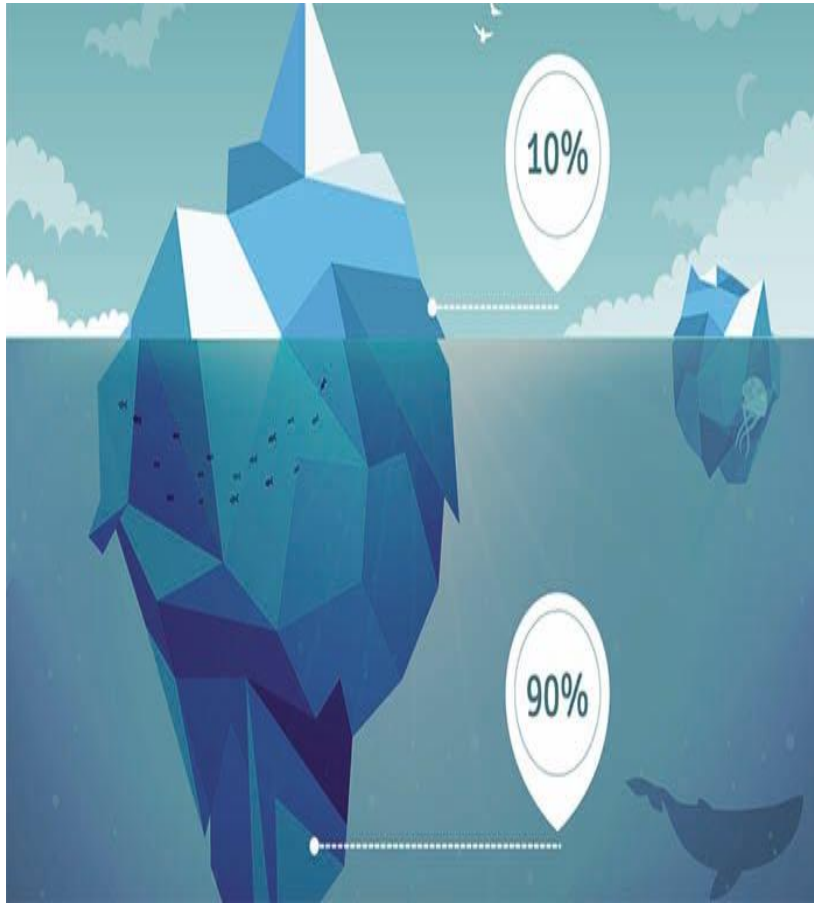


## Суть теории

**То, что есть в реальности – это лишь 10 % проблемы!**

**Истоки и причины любой проблемы скрыты!**

# Теория Айсберга в имиджелогии



## Теория Айсберга в имидже

- 5 % - «Я», глазами других!
- 5 % - «Я» -имидж, искусственно созданный образ.
- 30 % - «Я – самооценка»: заниженная, адекватная, завышенная.
- 60 % - «Я – какой я

# Задание №1

- **Создать групповые скульптуры:**
  1. **Уверенный человек.**
  2. **Неуверенный человек.**

# Аналитическая игра «ПОЛИТУТЕНОК»



**Задача игры: превратить гадкого утенка в успешного руководителя органов местного самоуправления (РОМС) - «белого лебедя»**



# Задания для команд № 1

## Команда «Птичий двор»

- Презентация гадкого утенка. Какой он? Какими чертами обладает, как выглядит? Какой его девиз жизни? Каким мечтает стать?
- Время 15 мин.

## Команда «ПРОФИ»

Представить презентацию команды-профессионалов PRщиков, имиджмейкеров по имиджу (РОМС):  
Чем они занимаются?  
Чему Уделяют особое внимание?

# Задания для команд № 2

## Команда «Птичий двор»

- Разработать бренд-карту мечты «Белый лебедь» для РОМС: что нужно менять, что нет, достоинства и недостатки утенка.
- Время (подготовка) **20** мин.
- Время (презентация карты) – **3** мин

## Команда «ПРОФИ»

- Разработать бренд-карту мечты «Белый лебедь» для РОМС, которая будет включать в себя: рекомендации от **PR**щиков, стилистов, ораторов, коммуникаторов, дизайнеров, психологов и т.д.
- Время (подготовка) **20** мин.
- Время (презентация карты) – **3** мин



## Задание для команд № 3

**Написать 5 важных тезисов \ рекомендаций по формированию личного бренда и имиджа (5 мин) для руководителя органов местного**