

Личный бренд и его влияние на качество деловых коммуникаций

Личный бренд – что это?

То, что позволяет выделиться из толпы конкурентов!

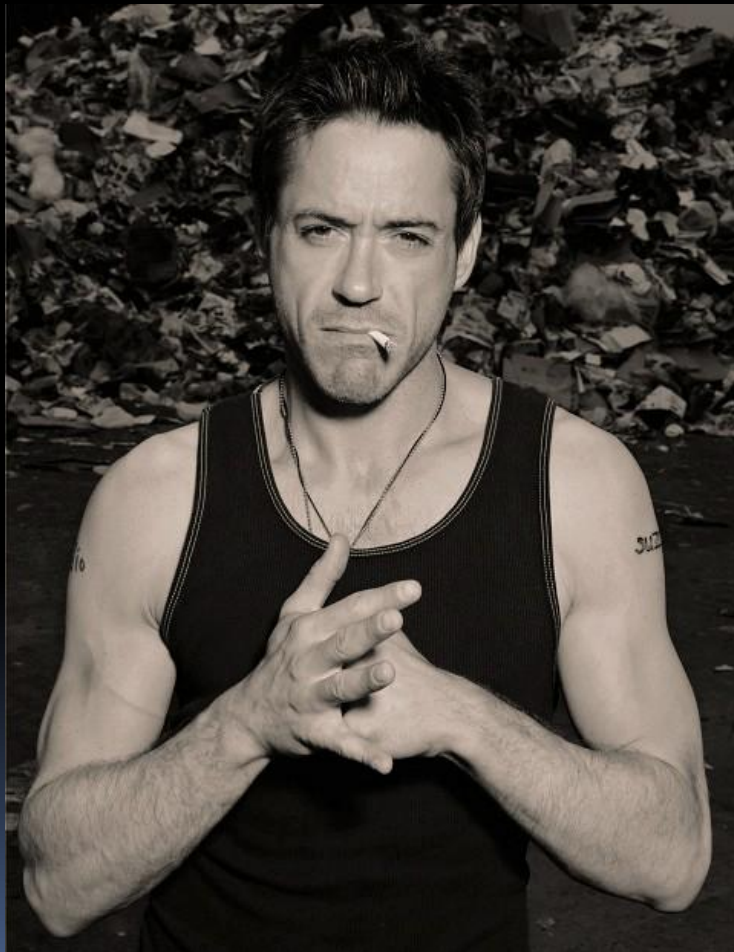
Это зрелое отношение к себе и к своей работе.

Это хорошая репутация, сильная личность, лидерство, харизма!

Возможно - харизматичность, амбициозность, активность, авторитетность!

Это дополнительный способ привлечь клиентов

Личный бренд. Из чего состоит?



Ваше **ИМЯ** (возможно псевдоним)

Ваши **внешние характеристики** :

- «плюсы»
- «минусы»

Ваши **внутренние характеристики**:

- «плюсы»
- «минусы»

имидж

«фишки»

уникальность

Ваша манера и культура общения!!!

Ваша репутация – то, что думают о Вас другие

Ваша публичность – узнаваемость в определенных кругах

ИМИДЖ - ЭТО

- искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица (толковый словарь Вебстера).
- является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью публицити, рекламы либо пропаганды.
- впечатление, производимое человеком, компанией или институтом на одну или несколько групп общественности. Он не рисунок, не калька, не разработанное в мельчайших деталях, точное изображение, а скорее несколько деталей, оказывающих эмоциональное воздействие



Репутация это

совокупность мнений о достоинствах и недостатках компании. Это бизнес (организация), увиденный глазами коллег, которых трудно обмануть или ввести в заблуждение;



не всегда может соответствовать ее имиджу.

Отличия между имиджем и репутацией

Имидж

- Создается для публики (для всех)
- Форма
- Можно изменить
- Создать быстро

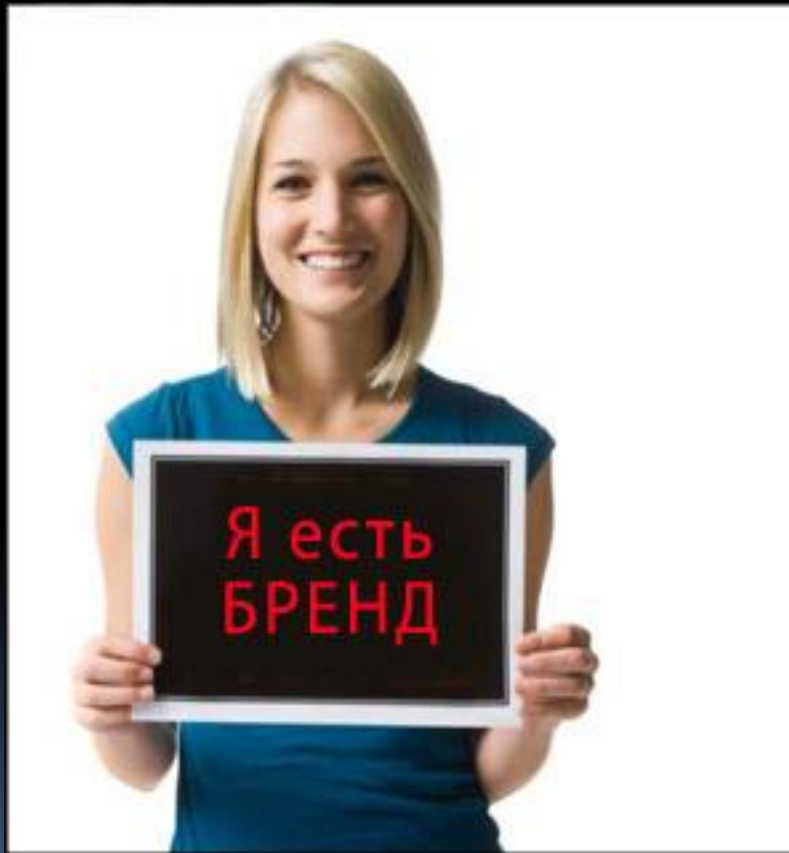
Репутация

- Складывается в определенных кругах (обычно в профессиональных)
- Содержание
- Неизменна
- Требуется время

Что делать?



**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?**



Качественная деловая коммуникация

Одна из основополагающих
успешно сформированного
личного бренда !



Определяем степень значимости атрибутов для наших потребителей:

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)!



Главное - вера в свои силы!

Контакты = Коммуникации

1. Качество Ваших контактов это отражение Вас и Вашего бизнеса.
2. Количество Ваших контактов это четкий план (цифры), отсутствие комплексов и страхов.
3. Средства – то, через что Вы контактируете. Подбираются индивидуально.

Качество контактов

Секрет в соответствии!

Приведите свой имидж в соответствие с образом и имиджем Вашей компании (бизнес-проектом) и наоборот. А также той сфере в которой ведете \ планируете вести бизнес.

Что делает контакт качественным?

1. **Личный имидж:** *внешний вид, манеры, речь, личная страничка в соц. сетях, «Я-история», визитка, транспорт, «фишка».*
2. **Имидж бизнеса:** *офис, сотрудники (внешний вид, манеры, речь, вежливость), «Мы-история», корпоративный сайт, страница в соц.сетях, визитки, e-mail, фирменный стиль, POS-материалы.*
3. **Качественные характеристики:** *честность, отзывчивость, пунктуальность, внимательность (ДР, праздники или помощь в горе, беде), обязательность (хотя бы в мелочах) и выполнение обязательств, сроки исполнения, отсутствие мелочности, благодарность.*

АКСИОМА: жадность – порождает бедность!

Если Вам помогли и Вы заключили выгодную сделку, благодаря какому-то контакту – поделитесь и Вы получите в 10 или в 100 раз больше в следующий контакт.