Персоналды бренд

Орындаған: Тургумбаева Е.Д.

Қабылдаған: Бейсенова Ж.Ж.

Жалпы бренд деген не?

Бренд (ағылш. brand, [brænd]) — сауда белгісі, немесе қазіргі кезде біздің бренд деп жүргеніміз — таңба ғана емес, сол таңбаның астарында тұрғанның барлығы. Әдемі таңба-рәміздерді және фирмалық мәнерді бренд деп атау қате болмады. Бренд — бұл сауда белгісі ғана емес, бұл тұтынушыға берілетін уәде және сол уәдені орындау.

Ежелгі заманнан бері адамдар қарым-қатынас жасауды, таңбалар арқылы белгілі бір сезімді немесе ақпаратты беруді қажет етті. Бұл таңбалар бір идеяны жақтаушыларды өздерінің бәсекелестерінен өзгеше етіп көрсетті. таңбалар адамның немесе топтың даралығын көрсетуге, өзінің мақтанышын немесе белгілі бір қасиеттерді иеленетіндігін көрсетуге мүмкіндік береді. Адамдар өз идеалдарын қорғай отырып, белгілі бір тудың астына жиналған.

Personal brand is what people say about you when you leave the room.

- Jeff Bezos, Founder, Amazon.com

Бренд бізге не береді?

Әр адам өз есімін өзі қалыптастырады. Егер сіз өз есіміңізбен әлеуметтік желіде жақсы танылсаңыз, бұл сіздің жеке брендіңіз. Мәселен, менің брендім – баспасөз хатшысы. Сол секілді әрбір адамның өз бренді болады. Сіздің жеке брендіңіз сізді өзгелерден ерекшелендіріп тұруы қажет.

Жалпы бренд бізге не береді? Біріншіден, өзіміздің кім екенімізді көпшілік алдында дәлелдеуге уақыт жоғалтпаймыз. Маған біреу келіп: «мына студент жақсы, жұмысқа ынтасы бар» деп айтса, әрине, мен оның әлеуметтік желісін қараймын. Ол қаншалықты белсенді? Немен айналысады? Толық ақпаратты фейсбук пен инстаграм парақшасы арқылы білемін. Әрине, ұнаса міндетті түрде жұмысқа аламын. Міне, дәл қазір көбі осылай істейді. Астана мен Алматы қалаларында әлеуметтік желісін жүргізуіне қарап жұмысқа алады.

Менің компетенцияларым

Жеке бренд 4 бағытта қалыптасады

Жеке брендін қалыптастыру үшін жеке тұлғаға төрт бағыт бойынша жұмыс жасауы қажет. Ол **функционалды**, **әлеуметтік**, **ақыл** және **рухани** белсенділік. Бұл аталған бағыт брендті пайдаланудың артықшылары мен өз-өзін бағалаудың пайдалы жақтарын қарастырады.

Брендтің әлеуметтік желідегі орны

Сіз – керемет танымал тұлғасыз. Ал сіздің айналаңызда сіз секілді жандар көп. Олардан сіз немен ерекшеленесіз? Атап айтсақ, сіздің әлеуметтік желіде дұрыс таңдалған суретіңіз, есіміңіз бен лауазымыңыздың дұрыс жазылу да сізді ерекшелендіреді. Суретіңді үнемі өзгерте берсеңіз, оны оқырман есінде сақтай алмайды. Тұрақты суретіңіз және тұрақты атыңыз тұруы керек. Көпшілік мені тегім арқылы таниды. Қазір инстаграмда уақыт деген шектеу жоқ. Сіз күндіз де, түнде де сурет сала аласыз. Алайда, инстаграм мынадай жүйе орнатқан. Сіздің салынған суретіңіз бен постыңыз көп лүпіл жинап, пікірлер болса, оқырман оны міндетті түрде қарайды.

Менің аудиториям қайда?

Үнемі қызықты тақырыптар іздеңіз

Тың тақырып іздеңіз. Соңғы кездері әлеуметтік желіде бензин бен «зың-зың» хит болды. Ал жақында" Қазақстан" ұлттық арнасының директоры Ерлан Қарин инстаграм желісіне Елбасының суреті салынған ақ футболканы киіп тұрған суреті жарияланды. Бұл дегеніміз үнемі трендте болу. Тікелей эфирге шығып отыруда маңызды. Бастапқыда көрермендеріңіз көбейгенімен, қозғаған тақырыптарыңыз іш пыстырса, кейін оқырмандарыңыз азая береді. Сол себепті, эфирде пайдалы ақпаратпен бөлісіңіз. Мәселен, мен дәл қазір тренинг өткізіліп жатырғаны туралы салсам, оны көрермен өзіне сақтап алар еді. Мотивация беретін посттарды жиі салып тұрыңыз. Тек жұмысыңыз туралы айта бермей, қызықты тақырыптарды да қозғаңыз. Қазір – рахат. Таргет арқылы жұмысыңызды мықты жарнамалай аласыз. Сіз оны саларда қандай аудитория керек екенін, қанша күнге салатыныңызды да таңдай аласыз. Ең мықты таргет жасаушы Нұрлан Байділдәдан үлгі алаласыздар(күліп).

who
who
who
who
WHO
ARE
YOU
who
who
who
who
who

Назарыңызға рахмет!