

Занятие 6. Персональный бренд

Автор: Наталья Невзорова
04.06.2012 22:41

Сегодня было 6 занятие курса. Говорили о Персональном Бренде. Было интересно взглянуть на топ-10 БРЕНДОВ, которые по итогам 2011 года заняли первые позиции в рейтинге. Почему так происходит?

#	Brand	Brand Value 2011 (\$M)	% Brand Value Change 2011 vs. 2010
1		153,285	+84%
2		111,498	+12%
3		100,849	+1%
4		81,016	+2%
5		78,243	+2%
6		73,752	+1%
7		69,916	+1%
8		67,522	+1%
9		57,326	+1%
10		50,318	+1%

Позиционирование компаний идет через продукт, и косвенно через ТОП-менеджмент и руководство. На 1 месте компания Apple, причем прирост по отношению к 2010 году составил +84%, что стало причиной? Несомненно запуск новых продуктов, я сама являюсь поклонником продуктов этой компании.

Занятие 6. Персональный бренд

Автор: Наталья Невзорова
04.06.2012 22:41

Мне моя компания-партнер сделала шикарные подарки: подарила Ipad и Iphone за отлично выполненные задачи, которые она передо мной поставила. И сегодня, являясь пользователем этих продуктов я могу сказать с уверенностью, что это -супер продукты!

Ну естественно, как бы ни горько было говорить об этом - уход Стива Джобса - тоже подогрел интерес к компании Apple и её продуктам, здесь уже сыграла роль харизма, персональный бренд руководителя, что является на сегодня очень важной частью продвижения услуг и продуктов на рынке.

Я очень уважаю Стива Джобса, несмотря на то, что о нём пишут и говорят и он далеко не положительный герой в человеческих отношениях. Но он заглянул в будущее и принес его в нашу жизнь. Он зажигал в глазах своих коллег и подчиненных огонь. О нём в прошлом году много писали, говорили, снимали фильмы. Все это работало и на бренд самой компании и соответственно продукты раскупались с невероятной быстротой.

Если же говорить обо мне, как Бренде, то я думаю, что меня не знает и добрая половина человечества. Моя задача, чтобы узнали. Бизнес в интернете имеет один из недостатков, это низкий коэффициент доверия, так как ты не знаешь человека по ту сторону экрана и не можешь ему 100% доверять. В Интернете можно быть абсолютно придуманным персонажем. Это и хорошо и плохо.

Есть классная формула успеха, это: БЫТЬ-ДЕЛАТЬ-ИМЕТЬ. И для того, чтобы БЫТЬ интересным человеком, надо понять, кто ты есть, что ты полезного можешь дать интернет сообществу, а как ты себя будешь позиционировать по отношению к своей целевой аудитории, какие проблемы ты ей поможешь решить сотрудничая с ней.

Если ты будешь интересен миру, то что бы ты ни делал, это будет приносить тебе дивиденды в виде уважения, денег, власти, признания, а может и наоборот ненависти, осуждения. Но это тоже не так плохо, ты сможешь посмотреть на себя со стороны и понять, что тебе есть куда расти. А может это просто зависть? Люди будут тянутся к тебе, а может и отталкиваться. Но главное, они не будут равнодушны! Выделяйся, но будь естественным, так говорил мой учитель, Константин Харченко.

Понятно, что не получится нравится всем. Я благодарю тех, кто мне в рейтингах за

Занятие 6. Персональный бренд

Автор: Наталья Невзорова
04.06.2012 22:41

статьи ставит оценку "Очень плохо", значит мне есть куда расти. Но ещё бы хорошо, если бы они писали в комментариях, а что именно плохо, чтобы я знала свои ошибки. И очень благодарю тех, кто ставит очень хорошо, значит этим людям я принесла реальную пользу.

Коллеги на занятии получили задание. Сесть и подумать, а кто ты есть, зачем ты пришел в интернет, какую пользу принесет твой проект людям, какие у тебя ценности и жизненные принципы, каково твое поведение по отношению к целевой аудитории в контексте своего проекта.

Сегодня было последнее теоретическое занятие. Это занятия, которые дают возможность остановиться и подумать о миссии, смысле жизни, как бы это громко ни звучало, но в суете мы об этом не думаем. Очень трудные задания. Конечно, я не пишу здесь все, о чем мы говорим на занятии, а просто веду дневник курса, для того, чтобы потом сделать работу над ошибками.

Но думаю, что может какая то часть информации вам будет полезна. И я с удовольствием отвечу на ваши вопросы.

{jcomments on}