

# Бизнес-пикап: создание и монетизация личного бренда

*Программа трехдневного интенсив-курса*



Автор и ведущая курса: Екатерина Кононова – директор и учредитель собственного брендингового агентства, автор подкастов MediaFresh (вошла в топ-30 в сфере бизнеса по версии iTunes), автор методики построения и монетизации личного бренда под названием «Бизнес-пикап».

Профессиональные достижения:

- Обладательница премии в номинации «Лучший молодежный проект по версии The BalticPRWeek 2011»
- Соорганизатор ежегодного форума общественных коммуникаций MoscowPRWeek2011 и MoscowPRWeek2012;
- Обладатель премии RuPoR 2011 в номинации «Лучший студенческий проект»
- Дипломант премии «Серебряный Лучник» в номинации «Лучший проект в сфере бизнес-коммуникаций»
- Номинант премии «Эксперт Года» от журнала «Эксперт Северо-Запад» в номинации «Общественный проект»;
- Номинантка «Топ-5 умных девушек из соц.сетей» по мнению журнала «ВКурсе».

За два с половиной года провела более 100 лекций и мастер-классов по коммуникационной тематике в 11 городах России (Санкт-Петербург, Москва, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Тверь, Волгоград, Пенза, Краснодар, Самара, Череповец, Петропавловск-Камчатский).



**Основные положения бизнес-пикапа: методология создания личного бренда. Формирование собственной «Я-концепции» и положений брендбука. Создание собственного продукта и дополнительные материалы**

10:00 – 10:15 – Вводная часть, знакомство

10:15 – 11:30 – Основные положения бизнес-пикапа: методология создания личного бренда.

### **Часть 1. Личный брендинг: место в системе маркетинговых коммуникаций и основные элементы**

- Маркетинг: основные определения, цели, задачи;
- Реклама, связи с общественностью, маркетинг, брендинг – в чем отличия и что необходимо именно вам;
- Личный брендинг – отличия от продуктового брендинга;
- Известность, популярность, успех – почему важно знать различия;
- Целеполагание как основа успешного продвижения себя и своего бренда;
- Система личного брендинга для начинающих – основные элементы.

### **Часть 2. Целевая аудитория и анализ конкурентов**

- Целевая аудитория: характеристики, которые вы должны знать;
- Первичная и вторичная целевая аудитория – особенности воздействия и коммуникации;
- Конкуренты: прямые, косвенные и латентные;
- Правила мониторинга деятельности конкурентов и ее влияние на карту собственного продвижения.

11:30 – 12:00 – Заполнение собственного брифа.

12:00 – 12:15 – Кофе-брейк, индивидуальные ответы на вопросы.

12:15 – 13:30 – Внешний образ и позитивный нетворкинг

### **Часть 3. Внешний вид как характеристика успешного человека.**

- Как найти свою фишку, по которой Вас будут узнавать и запоминать;
- Одежда, обувь, аксессуары – как создать Ваш идеальный образ;
- Генерация визуальной карты собственного образа;
- Ухоженность – необходимые мелочи, которые влияют на восприятие;
- Теория 100 баллов – как нас оценивают другие люди и как мы на это можем влиять.

## Часть 4. Основные правила позитивного нетворкинга.

- Алгоритм правильного знакомства;
- Три типа подстройки при коммуникации;
- Основные положения нетворкинга;
- Правило слабых и сильных связей;
- Модель VAK для управления коммуникацией;
- 10 типов опенеров для правильной системы нетворкинга.

## Часть 5. Взаимодействие с лидерами мнений

- Коммуникация с лидерами мнений на мероприятиях - как не попасть в серую массу свиты;
- Бартерное, коммерческое и некоммерческое сотрудничество с лидерами мнений;
- Использование рычага влияния известных персон для построения собственного личного бренда;
- Социальные медиа как способ знакомства и коммуникации с лидерами мнений

## Часть 6. Деловой этикет

- Как критиковать и принимать критику;
- Compliments, лесть и похвала - в чем различия;
- Частные и деловые подарки, умение дарить и принимать. Отказ от подарков

13:30 - 13:40 - Практический блок - Отработка навыков позитивного нетворкинга.

13:40- 14:30 - Обеденный перерыв

14:30 - 15:30 Создание собственного продукта.

## Часть 7. Освоение собственной ниши: создание уникального торгового предложения

- Понимание ниши своего проекта - потребности и ожидания ЦА;
- Уникальное Торговое Предложение - правила оформления;
- Формирование отстройки от конкурентов;
- Тестирование УТП.

## Часть 8. "Я-концепция" как базовый документ личного брендинга

- "Я-концепция" - методы создания и способы использования;
- Облако мыслеобразов и генеральный образ;
- Написание биографии и листа достижений;
- Часто встречающиеся ошибки при написании "Я-концепции".

15:30 - 16:15 - Заполнение брифа собственного продукта, подготовка к презентации «Я - концепции»

16:15 - 16:30 - Кофе-брейк, индивидуальные ответы на вопросы.

16:30 - 18:00 - Презентация собственных «Я-концепций», получение обратной связи



## Прямая коммуникация

Внешний вид как характеристика успешного человека. Создание экспертности и участие в мероприятиях. Публичные выступления

10:00 – 10:30 – Проверка домашнего задания, ответы на вопросы.

10:30 – 11:30 – Внешний вид как характеристика успешного человека.

- Как найти свою фишку, по которой Вас будут узнавать и запоминать;
- Одежда, обувь, аксессуары – как создать Ваш идеальный образ;
- Генерация визуальной карты собственного образа;
- Ухоженность – необходимые мелочи, которые влияют на восприятие;
- Теория 100 баллов – как нас оценивают другие люди и как мы на это можем влиять;
- Метод оценки восприятия окружающими "360 градусов. Light Version";

11:30 – 12:00 – Заполнение брифа по визуальному образу

12:00 – 12:30 – Презентация визуальных баннеров

12:30 – 13:30 – Создание экспертности и участие в мероприятиях.

## Часть 1. Колесо развития личной экспертности

- Разница между экспертностью и профессионализмом, основные ошибки начинающих экспертов;
- Деловые мероприятия – конференции, форумы, симпозиумы – правила участия для повышения ценности личного бренда;
- Основные ошибки при развитии собственной экспертности

## Часть 2. Премии, нишевые рейтинги и закрытые клубы

- Участие в профессиональных премиях и закрытых клубах;
- Составление календаря профессиональных событий;
- Подготовка к участию в премиях и рейтингах – стратегическое руководство;
- Использование полученного материала для поддержания собственного образа – где, когда и в каком количестве.

13:30 – 14:30 – Обеденный перерыв

14:30 – 16:30 Методики подготовки и организации публичных выступлений

### Часть 3. Elevator-Speech: лифтовая презентация

- Методика самопрезентации Elevator Speech;
- Структура публичного выступления;
- Правила подготовки бизнес-презентации;
- Основные ошибки при подготовке презентаций.

### Часть 4. Сторителлинг

- Сторителлинг - основные правила и особенности восприятия;
- Собственная биография в формате истории;
- Алгоритм создания эмпатической истории;
- Методика конструирования истории в истории.

### Часть 5. Подготовка к выступлениям

- 6 способов отработки социальных страхов при публичных выступлениях;
- Составление заголовков, использование иллюстраций, схем, графиков, текста. Основы дизайна слайдов;
- Контроль над демонстрацией внутренних состояний;
- Невербальная коммуникация - жесты, мимика, общий язык тела.

### Часть 6. Ответы на вопросы

- Обратная связь с аудиторией - ответы на вопросы, комментарии из зала, невербальное общение;
- Черная риторика - основные положения;
- Работа со сложной аудиторией

16:30 - 17:00 - Подготовка лифтовой презентации

17:00 - 17:15 - Кофе-брейк, индивидуальные ответы на вопросы.

17:15 - 18:30 - Проведение лифтовых презентаций, получение обратной связи



## Опосредованная коммуникация

Виртуальный образ – взаимодействие с аудиторией в Интернете. Дополнительные промо-материалы. Взаимодействие со СМИ и организация своего медиаполя.

10:00 – 10:30 – Проверка домашнего задания, ответы на вопросы.

10:30 – 11:30 – Виртуальный образ – взаимодействие с аудиторией в Интернете.

## Часть 1. Собственный сайт

- Правила составления скелета личного сайта;
- Разработка с нуля или использование шаблонов – плюсы и минусы;
- Юзабилити-сайта: основные правила удобного интерфейса;
- Создание электронной почты на базе собственного доменного имени;
- Использование сайта для монетизации собственной деятельности.

## Часть 2. Поисковая выдача через Google и Яндекс

- Органическая выдача Google и "Яндекса" по ключевым словам;
- Принципы ранжирования ресурсов в поисковой выдаче;
- "Компромат в Сети" – как убрать материалы, которые вам не выгодны с точки зрения личного брендинга;
- Фото и видеоматериалы в Интернете – правила публичности и приватности.

## Часть 3. Личные аккаунты в социальных медиа

- Понятие виртуального пространства – в чем разница между социальными сетями и социальными медиа;
- Сторителлинг – как базовое понятие виртуального образа;
- Аккаунты в социальных сетях как инструмент формирования фундамента грамотного позиционирования;
- Как правильно вести свой личный аккаунт во "ВКонтакте" и Facebook;
- 5 коэффициентов для идеального аккаунта: друзья, подписчики, контент, статистика, оценка эффективности.

## Часть 4. Официальные сообщества в социальных медиа

- Собственная публичная страница – 30 способов генерации интересного контента;
- Адвокаты бренда, бренд-амбассадоры – способы активизации аудитории;

- Интеграция основных социальных страниц для формирования общей истории;
- Оффлайн-деятельность как инструмент трафика в социальных медиа.

11:30 – 12:30 – Открытый анализ страниц в социальных медиа

12:30 – 13:30 – Контент-маркетинг и копирайтинг.

## Часть 5. Создание полезного контента

- Основные положения контент-маркетинга, его отличие от рекламного продвижения;
- Способы продвижения контента – от email-рассылок до подкастов;
- Собственный видеоблог как собственный медиаинструмент;
- Что нужно для ведения собственной колонки в печатной прессе и Интернет-источниках.

## Часть 6. Общие правила формирования промо-материалов

- Структура создания пресс-релизов;
- Медиа-кит и коммерческое предложение – разница в написании;
- Основные ошибки в деловой письменной коммуникации.

## Часть 7. Правила написания продающих текстов

- Основные шаги начинающего копирайтера: структура, базовый материал, общая стилистика;
- Продающее ядро в тексте – подстройка и невидимое ведение;
- Правила редактирования текстов;
- Оформление текста: от абзацев до шрифта.

13:30 – 14:30 – Обеденный перерыв

14:30 – 16:00 Взаимодействие со СМИ и организация своего медиаполя

## Часть 8. Медиакарта и пресс-пул

- Медиакарта и пресс-пул – создание базы только необходимых контактов;
- Типология СМИ – как нужно взаимодействовать с прессой, ТВ, радио и Интернет-СМИ;
- Анализ ситуации на российском рынке СМИ;
- Узконишевые издания – специфика взаимодействия.

## Часть 9. Пресс-портрет и FAQ (лист вопросов и ответов)

- Пресс-портрет как базовый документ для работы со СМИ с точки зрения монетизации личного бренда;
- Лист вопросов и ответов – правила создания и использования;
- Вопросы, на которые вы должны ответить прежде чем создать базовые материалы для СМИ

## Часть 10. Алгоритм коммуникации с прессой

- Поводы для первого контакта со журналистами;
- Специальные мероприятия для прессы и организованные СМИ – как создать и как попасть;
- Что делать, если "что-то пошло не так" в прямом эфире;

- Аккредитация журналиста - как стать лицом нужного издания в формате win-win.

16:00 - 17:00 - Индивидуальное мини-интервью на видеокамеру.

17:00 - 17:15 - Кофе-брейк, индивидуальные ответы на вопросы.

17:15 - 18:30 - Просмотр полученных материалов, обратная связь

18:30 - 20:00 - Вопросы и ответы, индивидуальные консультации по проблемным местам