

КАК В КАЧЕСТВЕ БРЕНДА ИСПОЛЬЗОВАТЬ СВОЮ ПЕРСОНУ

1

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ

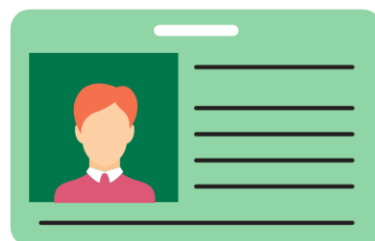


СУЩЕСТВУЕТ ПОНЯТИЕ «[ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ](#)» — ЕГО МЫ ПОДРОБНО РАССМАТРИВАТЬ НЕ БУДЕМ, ОБ ЭТОМ УЖЕ СКАЗАНО МНОГОЕ — ЛУЧШЕ ЗАГУГЛИТЕ. В СЛУЧАЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА ТОВАР ИЛИ УСЛУГА ПОЛНОСТЬЮ ИДЕНТИФИЦИРУЕТСЯ С ВАМИ И ЦЕЛИКОМ ЗАВИСИТ ОТ ВАШИХ ЧЕРТ ХАРАКТЕРА, НАКЛОННОСТЕЙ, ОСОБЕННОСТЕЙ ПОВЕДЕНИЯ.

РАБОТАЯ НАД ЛИЧНЫМ БРЕНДОМ, ВЫ ПРОДАЕТЕ НЕПОСРЕДСТВЕННО СЕБЯ: КАК НАЕМНОГО РАБОТНИКА, КОНСУЛЬТАНТА, ЗВЕЗДУ, СПОРТСМЕНА. МЫ ЖЕ РАССМОТРИМ СИТУАЦИИ, КОГДА ТОВАР ИЛИ УСЛУГА НЕ ЗАВИСЯТ ОТ БРЕНДА ЛИЧНОСТИ, НО ИСПОЛЬЗУЮТ ЛИЧНОСТЬ В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ.

2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВОЕГО ИМЕНИ В КАЧЕСТВЕ НАЗВАНИЯ БРЕНДА



ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СВОЕГО ИМЕНИ ИЛИ ФАМИЛИИ В КАЧЕСТВЕ НАЗВАНИЯ БРЕНДА НАДО ПРОВЕРИТЬ, [РЕГИСТРИРУЕТСЯ](#) ЛИ ТАКОЕ НАЗВАНИЕ В ВАШЕЙ КАТЕГОРИИ — МОЖЕТ ОКАЗАТЬСЯ, ЧТО ВАШ ОДНОФАМИЛЕЦ УЖЕ ЭТО СДЕЛАЛ.

ЕСЛИ ВЫ РЕШИТЕ ПРОДАТЬ БРЕНД ПОД СВОИМ ИМЕНЕМ, ТО БУДЬТЕ ГОТОВЫ, ЧТО НА ВАС МОГУТ НАЛОЖИТЬ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО ПО ПОВОДУ ТОГО, КАК НАДО ВЕСТИ СЕБЯ В ДАЛЬНЕЙШЕМ, ЧТОБЫ НЕ НАВРЕДИТЬ БРЕНДУ. ПЛЮС ТАКОГО ПОДХОДА — РЕАЛЬНОЕ ИМЯ ВНОШАЕТ ДОВЕРИЕ К ПРОИЗВОДИТЕЛЮ.

3

ВЫ ВЫСТУПАЕТЕ В КАЧЕСТВЕ БРЕНД-ПЕРСОНАЖА



ПОМИМО ИМЕНИ МОЖНО ДОБАВИТЬ БРЕНДУ ПРИСУЩИЕ ВАМ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ. ХОРОШО, ЕСЛИ ВАМ УДАТСЯ ВЕСТИ СЕБЯ ТАК, ЧТОБЫ СООТВЕТСТВОВАТЬ ПРОДВИГАЕМОМУ БРЕНДУ — ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВОЕГО ИМЕНИ И ОДНОВРЕМЕННО ВАША РОЛЬ В КАЧЕСТВЕ БРЕНД-ПЕРСОНАЖА БУДУТ УДАЧНОЙ КОМБИНАЦИЕЙ. В ТАКОМ СЛУЧАЕ ВЫ БУДЕТЕ СИЛЬНО ВОВЛЕЧЕНЫ В БРЕНД, И ОН БУДЕТ ПОСТРОЕН НА ВАС.

ЕСТЬ И МИНУСЫ — ОПЯТЬ ЖЕ ВОЗМОЖНЫ СЛОЖНОСТИ ПРИ ПРОДАЖЕ БИЗНЕСА И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ НА РАБОТУ В КАЧЕСТВЕ СПИКЕРА, ФОТОСЕССИИ. И НЕОБХОДИМО ПОНИМАТЬ, ЧТО ВАМ НУЖНО БЫТЬ ПОСТОЯННО В ОДНОМ АМПЛУА, ЧТОБЫ ПОДДЕРЖИВАТЬ ЗАДАННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БРЕНДА.

4

ВЫ ВЫСТУПАЕТЕ КАК SPOKESPERSON (ПРЕДСТАВИТЕЛЬ БРЕНДА)



ЕСЛИ ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ТОЛЬКО ЭТОТ ВАРИАНТ, ТО ВАША ИНТЕГРАЦИЯ В БРЕНД БУДЕТ МЕНЬШЕ, НО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПО СРАВНЕНИЮ С ВЫШЕУКАЗАННЫМИ МЕТОДАМИ БУДЕТ НИЖЕ. БУДУЧИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ БРЕНДА, ВЫ ОПЯТЬ ЖЕ ПОВЫШАЕТЕ ДОВЕРИЕ К БРЕНДУ И ПОКАЗЫВАЕТЕ ВАШУ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В БИЗНЕС.

НО С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, ЭТО ОТНИМАЕТ ВРЕМЯ — НУЖНО ПИСАТЬ КОММЕНТАРИИ, СТАТЬИ, ПУБЛИЧНО РЕАГИРОВАТЬ НА ПРОИСХОДЯЩЕЕ С БРЕНДОМ.

ПРИМЕР



МАДОННА

ПРИМЕРЫ



ОЛЕГ
ТИНЬКОВ
(ТИНЬКОФФ БАНК)



АНДРЕЙ
КОРКУНОВ
(КОНФЕТЫ КОРКУНОВ)

ПРИМЕРЫ



ОЛЕГ ТИНЬКОВ
(ТИНЬКОФФ БАНК)

ПОМИМО ТОГО, ЧТО ДАЛ БРЕНДУ СВОЕ ИМЯ, ВЫСТУПАЕТ ЕЩЕ И КАК ЯРКИЙ БРЕНД-ПЕРСОНАЖ.



РИЧАРД БРЭНСОН
(ВЛАДЕЛЕЦ
VIRGIN GROUP)

ПРИМЕР



ЧИЧВАРКИН ЕВГЕНИЙ (ЕВРОСЕТЬ)