

Аудит личного бренда

Начинать работу по продвижению вашего личного бренда надо с аудита. Необходимо понять, какая информация о вас уже есть в информационном поле. А информационное поле в первую очередь — это Интернет.

Когда вы знакомитесь с новым человеком для того, чтобы начать с ним деловые и личные отношения, вам очень хочется узнать о нем побольше. Больше того, что он рассказывает при встрече и, возможно, больше того, что он хотел бы вам рассказать.

Когда вы выбираете подрядчика для проведения работ, вам хочется понимать, как он работал с предыдущими заказчиками и все ли было хорошо. Если вы получаете заказ на работу, вы тоже хотите узнать о заказчике больше: кто он, насколько он порядочный и вменяемый ли он. Может быть, вам попался самодур, который выпьет всю кровь и потом не заплатит денег, найдя кучу якобы недочетов в вашей работе?

Вы пригласили на собеседование кандидата на новую должность? Надо сразу же проверить, что он за человек. Вас пригласили на собеседование на работу мечты? Подождите радостно соглашаться, сначала проверьте, а кто на самом деле ваш работодатель и стоит ли вообще переступать порог новой компании.

Раньше было очень сложно решить эту информационную задачу. Преимущество было у тех, кто имел в друзьях сотрудников правоохранительных органов,

которые пробивали интересующих персонажей по базе и приносили какой-то компромат, если он был. Но если человек не преступал закон, информации о нем в этих базах был минимум.

Сегодня мы живем в век, когда онлайн-репутация имеет самое большое значение как для развития бизнеса и приобретения новых клиентов, так и для построения карьеры и даже личной жизни.

Вы — это то, что про вас написано в Интернете. Хотите посмотреть на свой портрет? Открывайте Яндекс или Гугл, вбивайте свои имя и фамилию и наслаждайтесь!

При этом ваш портрет может укладываться примерно в три типичные ситуации.

Ситуация первая: про вас есть две с половиной ссылки с непонятым содержанием. То есть информации нет. А значит, и вас нет. Для потенциальных заказчиков и работодателей вы — темная лошадка, с которой не стоит, скорее всего, иметь дело. Вы подозрительный тип. От вас неизвестно, чего ожидать. Нет подтверждения вашей надежности и респектабельности.

Ситуация вторая: про вас в Интернете куча гадостей и негативных отзывов. Вы упырь, негодяй, подводите клиентов, воруете деньги работодателя, не платите зарплату сотрудникам месяцами и так далее. Это плохо. Это отталкивает от вас клиентов и потенциальных работников. Нельзя это игнорировать. С этим нужно активно работать и зачищать информационное поле. Даже если все, что написано, — чистое вранье (а так часто бывает), у вас нет шанса доказать это каждому прочитавшему. 80 % людей верят тому, что написано в Интернете.

Вам нужно делать все, чтобы попасть в **третью ситуацию**: при наборе вашего имени и фамилии в поисковой строке на читателя должен обрушиваться шквал нейтрально и позитивно окрашенной информации, подтверждающей ваши экспертность, известность, надежность и профессионализм. Отзывы довольных клиентов, благодарных подрядчиков и поставщиков, влюбленных в вас сотрудников и просто фанатов того, что вы делаете. А если таковых нет и сразу взять их нелегко, вы должны хотя бы формировать поток контента, созданного именно вами: статьи, комментарии, рецензии, интервью, заметки и интересные посты с кучей лайков.

Это еще больше укрепит вашего контрагента во мнении, что вы именно тот, с кем надо работать, общаться, сотрудничать и так далее.

Итак, начинаем работу с личным брендом с аудита. Посмотрите прямо сейчас, как выглядит ваш портрет в поисковике, и завтра же начните делать первые шаги по улучшению этого портрета. Как? Поговорим в следующих главах.

Внутренний аудит личного бренда: пять видов публикаций, которые надо удалить

Личный бренд и репутация формируются при помощи разных инструментов: тех публикаций, что делаете вы, и публикаций, которые делают о вас. И то и другое как помогает укрепить репутацию, так

и может быть угрозой для нее. Поговорим о том, как ваши собственные публикации могут вам навредить и что с этим делать.

На старте вам необходимо тщательно изучить содержание своих страниц в социальных сетях, сайтов и блогов для того, чтобы выявить и удалить информацию, которая может вас компрометировать или быть использована против вас.

Сейчас, когда вы еще только в начале пути по построению личного бренда и только наращиваете свою медийность, вы не очень интересны широким массам общественности. Если про вас и ищут информацию, то копают неглубоко. Но чем выше вы будете подниматься, тем больше будет желающих нарыть про вас всевозможные гадости и вытащить на свет божий максимальное количество вашего грязного белья.

Это будут журналисты, блогеры, конкуренты, просто завистники или досужие сплетники. Чем известнее вы будете, тем больше людей захотят прокатиться на этой известности. И отрицательные моменты, конечно, дают возможность прокатиться гораздо увлекательнее и эффектнее.

И поиск эти люди начнут, конечно, с ваших же страничек.

Найдут все, что только можно: ваши фотографии в неприглядном виде, высказывания, обижающие те или иные группы людей, свидетельства ваших не очень правильных поступков, а то и вовсе нарушения закона.

Вспомните, сколько всего вытащили про Ксению Собчак, стоило только ей заявить о своем участии в президентской гонке.

Порой мы сами даем почву для подобных нападок, не задумываясь над тем, что и где размещаем. И в каком состоянии. Ну кто не делал селфи в легком подпитии и не выкладывал их гордо к себе в Инстаграм, упиваясь крутизной получившегося снимка? У многих хватало ума наутро удалить. Но не у всех. И вроде нет в фотографии ничего совсем предосудительного. Ну подумаешь, рот приоткрыт чуть больше, чем обычно. Взгляд не совсем фокусируется на происходящем. Улыбка странная. Рубашка выехала и галстук на боку. Но настроение же классное!

«Да, фигня. Все мы живые люди!» — решаете вы и не удаляете фото. И они лежат до поры до времени, а потом — хоп! И вы видите его на первой полосе с заголовком: «И этот человек планирует управлять нашей областью?»

Итак, наша с вами задача — найти и проверить все свои аккаунты в социальных сетях, включая полужабытые. Найти и просмотреть все свои блоги, даже если вы уверены, что ЖЖ умер, и бросили вести там свой дневник еще в 2011 году. Изучить все сайты, где есть какая-то информация о вас. Не поленитесь в Фейсбуке дойти до самого начала, до того момента, когда вы только начали вести свою страничку — ведь там находится самое интересное. Вы, скорее всего, тогда вообще не думали, что будете публичной личностью, и никак не ограничивали себя при размещении публикаций.