



# Содержание

<b>Вступление</b> .....	5
<b>Шаг 1. Структура бренда</b> .....	6
Изучите 6 правил личного бренда .....	6
<b>Ваши ценности — фильтр и магнит для клиентов</b> .....	17
<b>Помните об ответственности и влиянии на людей</b> .....	24
<b>Шаг 2. Позиционирование</b> .....	30
Имидж — все. Продумайте образ .....	30
Соберите базовый PR-набор .....	39
Продавайте тем, кто покупает .....	52
Хорошая история помогает продавать .....	59
<b>Шаг 3. Презентация</b> .....	68
Троллей бояться — блог не вести! .....	68
Оформите соцсети .....	79
«Пилите» контент .....	89
Продвигайте аккаунт .....	115
Скачайте TikTok .....	134
Создайте телеграм-канал .....	142
Соберите продающий лендинг .....	149
<b>Шаг 4. Визуализация</b> .....	158
Наводите мосты .....	158
Ищите платформу для знакомства .....	168
Выступайте смелее .....	175

Правильная речь — трамплин к успеху .....	182
Производите нужное впечатление .....	192
Публикуйтесь в СМИ по методу «СТРОМСС» .....	201
<b>Шаг 5. Эмоциональный капитал .....</b>	<b>223</b>
Пройдите тест на профориентацию .....	223
Берегите хорошее настроение .....	234
Успешные стеснительными не бывают .....	240
Найдите то, что вас зажигает .....	246
Заключение .....	253

# Вступление

«Я — бренд» — новая книга Владимира Якубы, предпринимателя и бизнес-тренера года (2020, HR-ехро), 4 раза признанного лучшим в профессии. Реальный опыт в бизнесе и выступлениях научил Владимира завоевывать доверие, по кирпичикам строить репутацию и влюблять в себя аудиторию. За 14 лет автор провел тренинги в 134 городах, 18 странах, обучив более 30 000 участников.

Что такое личный бренд, почему о нем много говорят, кому он нужен, как его создать и, главное, как сделать это грамотно и корректно, вы узнаете, прочитав книгу до конца. Автор вырос в простой семье, детство провел в военном городке, в первый класс пошел в сельской школе Костромской области, много переезжал и не обладал финансовыми ресурсами для создания реального бренда, но у него получилось очень многое. Владимир Якуба расскажет о своих методах продвижения и действиях его компании Tom Hunt по созданию и укреплению личного бренда клиентов.

Начнем новый путь вместе.

# Шаг 1. Структура бренда

## Изучите 6 правил личного бренда

Лучший способ приобрести хорошую репутацию — стремиться быть тем, кем вы желаете казаться.

*Сократ*

Если вас демонстративно не замечают, значит, вами всерьез интересуются.

*Генри Дэвид Торо,  
американский писатель*

Я не думал о бренде до того дня, когда понял, что «работа на зачетку» в бизнесе для меня закончилась. Тогда, в 22 года, мое имя стало что-то значить для бизнес-окружения, но это «что-то» было почти «ничего».

Помню, как в 2005 году я пришел работать в компанию МТС и стал курировать подбор персонала, занимался хедхантингом, «переманивал» и мотивировал работать у нас нужных кандидатов. Однажды мне встретился кандидат, который сказал: «Я хочу работать с такими людьми, как вы, Владимир». Я тогда подумал, что это классический пример мягкого подхалимства. Но со временем подобные отзывы стали повторяться, и я понял, что своим трудом тоже продаю компанию. Бренд «МТС» силен, но бренд

- ♦ 6 Я-бренд: из Noname в ТОП!

конкретного сотрудника имеет не меньшее значение при принятии клиентом или кандидатом решения. Мысль, которую я часто озвучиваю на тренингах: покупают сначала вас, а потом компанию.

## **Правило 1.** **Вы первичны, бренд компании — №2**

**Личный бренд — это бизнес с человеческим лицом.** При этом продвижение одного человека проще, чем всей организации. Если люди доверяют конкретному человеку, растет и уровень доверия ко всей корпорации. Вспомните Евгения Леонова, Константина Эрнста, Владимира Потанина, Аркадия Новикова, Павла Волю, Артемия Лебедева.

Ко всем можно относиться по-разному: уважать или раздражаться, — но совершенно точно имя каждого вызывает какие-либо эмоции. Бренд — нематериальный актив, который приносит материальные выгоды.

В переводе с английского to brand — «выжигать, оставлять отпечаток в памяти». Личный бренд — смесь качеств, характеристик и ассоциаций. **И упаковка, и продукт, и реакция на них.** Например, Юлия Высоцкая — изысканная кухня, Александр Овечкин — «красная машина», Александр Васильев — история моды и искусства, Павел Дуров — ВКонтакте и Телеграм, Лео Антонович Бокерия — главный кардиолог страны, хотя эту фамилию знают немногие. Добавил ее, чтобы стало понятнее: бренд начинается с узнаваемости в вашей целевой аудитории, которой вы верны и интересны.

Дэвид Алессандро, генеральный директор John Hancock, говорит: **«Бренд — это больше, чем реклама или маркетинг. Это все, что приходит в голову человеку относительно продукта, когда он видит его логотип или слышит название».**

## **Правило 2.**

### **Личный бренд = Образ + Профессионализм**

Как пишет Райс Эл в книге «Новое оружие маркетинговых войн»: **«Бренд — это обещание».** Он формирует ожидание и уверенность потребителя: клиент знает, что получит. В Яндексе найдется все, «Рондо» облегчит понимание, а легендарной «Ниве» подвластно любое бездорожье. Как пишут Нир Эяль и Райан Хувер, авторы книги «Покупатель на крючке»: **«Выигрывает тот, чье название первым приходит в голову».** Бренд — защита потребителя от потенциальных проблем, которые может причинить незнакомый исполнитель.

## **Правило 3.**

### **Личный бренд — это доверие к продукту через ваше имя**

Продажи через личность. Покупка вас и у вас. Поэтому алгоритм продвижения человека похож на привычный маркетинг товара. Мысль о том, чтобы всерьез начать целенаправленно создавать свой личный бренд пришла мне спустя год после открытия первого бизнеса в 2007 году. В тот момент я перестал

- ♦ 8 Я-бренд: из Noname в ТОП!

быть наемным сотрудником и стал руководителем своей компании. И это был совершенно новый этап в жизни. Должность директора и владельца — это статус, ум, авторитет, предпринимательская жилка, умение договориться, хороший автомобиль (правда, долгие годы хорошим был папин «ВАЗ-2109» 1989 года выпуска), красивый офис. Даже ручка, которой пользовался раньше, теперь не подходит: не тот уровень. И дело не в цене ручки, а в отсутствии на ней логотипа компании. В 2007 году мне было 25, а выглядел я лет на 20 и не производил впечатления большого босса, поэтому представлялся старшим партнером. Номинальным, но все же управляющим партнером попросил быть друга, чтобы у будущих клиентов не возникало лишних вопросов к уровню компании.

И я хорошо помню 2 момента.

1. Когда я создал компанию, то осознал, что Владимир Якуба как руководитель Tom Hunt звучит солидно именно благодаря Tom Hunt и другим компаниям, в которых я работал.

2. А через несколько лет понял, что мой личный бренд становится с каждым месяцем сильнее бренда компании. **Большой плюс работы с сильными брендами (компаниями и людьми) — рост собственного бренда.**

Tom Hunt — хедхантинговая компания, которая занимается подбором персонала для организаций, их оценкой и бизнес-образованием. Отдельное направление — личный брендинг частных клиентов. Его цель — повысить узнаваемость среди профессионального сообщества, укрепить лояльность клиентов и увеличить продажи.



## Правило 4. Личный бренд включает 5 параметров

Для упрощения я применяю аббревиатуру, созвучную фамилии человека, который напрямую стал человеком-брендом своей эпохи, — Александра Степановича ПОПОВА. Правда, в нашем контексте речь идет об основных 5 буквах фамилии **ПОПОВ**.

**1. Позиционирование.** То, с чем и кем себя ассоциируете. В чем вы профи или хотя бы уже достойный спец. Личный бренд необходим и предпринимателям, и представителям власти, и артистам, и репетиторам, и няням. Покупатели, клиенты, потребители сами хотят сотрудничать с брендами.

**2. Общение.** То, как выстраиваете коммуникации, насколько с вами легко и комфортно вести диалог, решать рабочие и личные вопросы. Ричард Брэнсон справедливо отметил: «Стремиться стать самым крупным брендом — бессмысленно. Гораздо важнее стать самым уважаемым брендом».

**3. Презентация.** Как себя преподносишь и в каком формате. Не путать с пунктом «Общение», т. к. презентация — раздел отдельный. Речь об аккаунтах, личном сайте, визитках и пр. Не у всех есть ресурс быть брендом. Как сказал Майкл Голдхабер: «Не каждому дано привлекать тот же объем внимания. Некоторые из нас звезды, но большинство — фаны».

**4. Опыт.** Покажите свои достижения. Заявите о себе историей-ми, результатами. Продукт, услуга, которую вы продвигаете — это первостепенно.

**5. Визуализация.** То, как выглядишь в реальной жизни, от костюма до авторучки.

Личный бренд — продуманные действия без хаотичного разброса. Как сказал Михаил Задорнов: **«Американец думает на ходу, немец — стоя, англичанин — сидя, а русский — потом. Сначала делает, а потом думает, как бы расхлебать то, что наделал».** Личный бренд — это цель, кем вы видите себя со временем в понятных показателях: ваш доход, образ жизни, сфера деятельности и т. д. Смысл бренда не в количестве читателей, а в **пользе**, которую вы несете.

## **Правило 5.**

### **Вы — личность, вы — бренд**

**Бренд — комплекс результатов.** Блог, выступления, публикации, уровень знаний и опыта, ваше содержание. Внешность, соцсети, награды, проекты — форма. Все это является маркерами для клиента и позволяет ему понять, сработаетесь вы или нет.

Хотите узнать, каким брендом вы обладаете? Попросите свое окружение описать ваши качества.

Какой вы: отзывчивый, терпеливый, агрессивный, легкий на подъем, сговорчивый? К слову, это интересное упражнение, можете узнать что-то новое о себе. Личный бренд начинается с личности, не бойтесь быть неидеальным: недостатки для аудитории порой привлекательнее. Мы ближе к тем, на кого похожи. **Быть брендом — быть собой, действовать в своей системе взглядов, в рамках закона и этики, но без оглядки на мнение критиков.**

С верой в себя. Как сказал Робин Шарма: «**Мы все потенциальные герои**»<sup>1</sup>.

Некоторые специалисты по личному развитию рекомендуют спрашивать именно положительные характеристики, чтобы подтвердить свои сильные стороны. Перечисление слабых может озадачить, но и лишним точно не будет.

И в качестве задания сделайте следующее:

1) Возьмите чистый лист бумаги либо заполните прямо здесь 3 колонки.

2) В верхней строке первых двух колонок впишите имена двух ваших знакомых. Заполняйте и выписывайте все характеристики, которые придут на ум.

3) Третья колонка будет посвящена вам.

<b>Сергей Степанов</b>	<b>Анна Венедиктова</b>	<b>Я</b>
Активный	Медлительная	
Резкий	Скрытная	
Честный	Порядочная	
Болтливый		
Постоянно с ноутбуком		
Не всегда чистая обувь		
Иногда тяжело остановить		
...		
И т. д.		

<sup>1</sup> Робин Шарма. Монах, который продал свой феррари.

Пишите все, что думаете об этом (этих) людях. Число колонок может быть и больше, но честно заполните именно 3. Долго размышлять не нужно. Это и есть ваше видение формы этого человека и, возможно, частично соответствует его содержанию. Примерно так же думают и о вас.

Ваша задача — создать лучший бренд и достойную репутацию. К слову, **бренд ≠ репутация**. К примеру, есть крупные сетевые компании с громкими именами и хорошо построенным брендом, но с очень сомнительной репутацией. То же самое происходит при упоминании скандальных героев вечерних ТВ-шоу: в связке с ними будут только негативные образы. Репутация — это не всегда хорошая известность.

Был у меня такой интересный отрезок в общественной деятельности, когда я всерьез задумывался о карьере политика. Мне было 26 лет, и в то время я стал председателем Молодежного парламента при Законодательном собрании Нижегородской области. Проживал я тогда в Нижнем Новгороде, где окончил школу и вуз. Хорошо помню слова Председателя Заксобрания Виктора Николаевича Лунина, который один на один сказал мне: «Теперь, Володя, будь готов к тому, что о тебе будут писать и говорить разное, порой такое, от чего будешь сильно удивляться и ты, и твои близкие». Так и было, хотя все же рабочего контекста было намного больше, чем деструктивных выдумок. Но есть хорошая фраза Коко Шанель: **«Мне наплевать, что вы обо мне думаете. Я о вас не думаю вообще».**

## Правило 6. Два пути личного бренда

### 1. Пустить на самотек

Совершенно им не заниматься, ждать, что окружающие самостоятельно создадут вам героический образ. Отрезвляющий метод — найти упоминания о себе в Интернете: вбейте имя и фамилию, внимательно изучите результаты. Соответствуют ли они вашим ожиданиям? Используйте доступные сервисы для мониторинга упоминаний имени в медиа:

- Google Alerts;
- YouScan;
- Iqbuzz;
- Крибрум;
- Yandex.Wordstat и др.

Прямо сейчас зайдите, к примеру, по ссылке: <https://wordstat.yandex.ru>. Введите свое имя и фамилию, после этого введите имена и данные людей, на которых вам хотелось бы равняться.

На момент написания книги Wordstat выдал 1920 показов по запросу «Владимир Якуба». В 2010 году — 167. Это число я помню хорошо. Могло быть и больше. «Системнее нужно работать», — скажу я себе. Самокритика нужна, чтобы идти вперед без иллюзий, понять, что достиг чего-то значимого. Взгляните на свое амплу со стороны. Стоит ли дальше продолжать наблюдать, как хаотично формируется ваш бренд?

### 2. Держать руку на пульсе

Контролировать то, что могут о вас узнать: ваши достижения, работу, ценности. Управлять мнением и влиять на аудиторию.

Подумайте: какой способ надежнее? Что выгоднее: случайные выводы или правдивые факты? Ваша задача — убедить окружающих в своем мастерстве.

Развитие личного бренда должно быть комплексным. Как сказал советский ученый Сергей Ковалев: **«Если вы сделаете быстро и плохо, то люди забудут, что вы сделали быстро, и запомнят, что вы сделали плохо. Если вы сделаете медленно и хорошо, то люди забудут, что вы сделали медленно, и запомнят, что вы сделали хорошо».**

Да, и ответьте себе на главный вопрос: надо ли вам это? В свое время я очень удивился, когда понял, что далеко не всем моим подчиненным интересно со временем становиться руководителями. Еще больше я удивился, когда осознал, что есть люди, которым достаточно своих 23 тысяч рублей в месяц, и они не готовы «пахать», чтобы заработать 40, 60, 100, 500. Нет! 23 тысячи и, главное, без напряжения, спокойно, не спеша.

Недавно я встретился со своей знакомой Еленой, которую знаю еще с юности. Она замужем, двое детей. Ее супруг работает в полиции. Ему 37 лет, он лейтенант. Я с уважением отношусь к людям, которые несут службу и охраняют порядок. Это непростая и важная работа, но... лейтенант. До сих пор. Ему 4 года до пенсии. Почему? А как же семья и дети, которые хотят не только гордиться тобой и видеть пример, не говоря уже о финансовых возможностях. Работа в государственных органах ограничена в возможностях продвижения среди тех инструментов, которые я дам ниже, но все же ты тоже можешь расти и становиться узнаваемым в своей организации, делая больше полезного для