

МЫ СТРОИМ
ОТНОШЕНИЯ.
ПОДКЛЮЧАЙСЯ!

PR на связи

СТУДЕНЧЕСКАЯ
ГАЗЕТА
КАФЕДРА
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТ-
ВЕННОСТЬЮ»

№ 3 (95)
ДЕКАБРЬ
2022г.



“ Так что такое формирование успешного личного бренда. Как этого достичь?”

На страницах декабрьского номера «PR-на связи!» вы можете прочесть материалы от том, как позиционировать себя в профессиональной сфере, как формировать свой личный бренд в соцсетях, как создать бренд «по имени себя».

Высококласный PR-специалист сочетает в себе мастерство оратора, любопытство журналиста, проницательность дипломата, лидерские качества управленца и профессионализм креатора. Будущее предсказать сложно, но помните самый важный посыл, формирующий ваш бренд как PR-специалиста: «Это все понятно, но придумайте что-нибудь креативное».



БРЕНД ПО ИМЕНИ МЕНЯ

НАДЕЖДА
СКРИПНИКОВА

Процесс превращения очередного продукта в предмет всеобщего восхищения и есть брендинг. Есть продукты, которые мы ценим не только за высокое качество, но и за нечто большее. Индивидуальность — вот что роднит успешный бренд и успешного человека. Бренд — это самопрезентация, конструирование своего образа для других. Именно в нем вы стремитесь реализовать представление о самом себе.

ЛИЧНЫЙ БРЭНДИНГ НЕОБХОДИМ

Современная экономика делает ставку на уникальность, и главным фактором успеха становится отличие. Если ты ничем не отличаешься, тебя просто не заметят. Вопросы, которые волнует всех: с кем ты имеешь дело, что ты собой представляешь и можно ли тебе доверять? В этих условиях создание для себя бренда не роскошь, а средство продвижения себя. Убеди окружающих, что ты дорого стоишь. Личный брендинг предполагает, что ты рассматриваешь свои деловые и человеческие качества как товар или услугу, для которой создаешь свой образ. Он не ставит

целью подогнать твоё «я» под некий идеал, а конструирует имидж, который позволит тебе добиваться успеха. Его назначение — создавать правильное представление о тебе у окружающих. Ведь, когда мы не знаем, с кем имеем дело, мы чувствуем себя неуверенно. Неопределенность делает нас неуверенными и подозрительными. Нам не нравятся люди, которым мы не можем доверять, потому что не знаем точно, в чем состоит их кредо.

САМ СЕБЕ РЕЖИССЕР

Психологи утверждают: мы часто не добиваемся желаемого, потому что не знаем, чего на самом деле хотим. Твой бренд станет успешным только тогда, когда его создатель (то есть ты) будет иметь четкое представление, каким он должен быть. Поэтому первый шаг — это сценарий. Создай картину, отражающую образ жизни, о котором ты мечтаешь, собрав все свои идеи. Теперь можешь составлять описание своего будущего бренда. Томас Гэд предложил для этого простой и эффективный инструмент — бренд-код. Это как бы подробный рассказ о роли, которую ты хочешь сыграть. Конструируя свой бренд, ты сможешь понять, какие стороны у тебя достаточно сильны, а какие нужно подтянуть. Сильный бренд всегда гармонично сбалансирован.

ПОЗИЦИОНИРУЙ СЕБЯ

**А для этого ответь
на вопросы:**

● В чем моя уникальность?

Выдели в себе то, чего другие не умеют делать. Акцентируй только одно или два качества (желательно связанные друг с другом), чтобы сделать свое отличие максимально ясным.

● Сколько я стою как специалист?

Выясни это, используя профессиональные тесты, которые можно найти в литературе по оценке персонала или на соответствующих сайтах. В результате ты получишь трезвый взгляд на уровень своей квалификации и понимание, над чем еще надо поработать, чтобы улучшить показатели.

● В чем моя миссия?

Не нужно стремиться ответить на этот вопрос раз и навсегда. Но понимать, зачем ты делаешь свое дело, все-таки необходимо. И это не громкие слова. Тогда ты действительно сможешь ставить высокие цели и получать удовольствие от их достижения.

● Какое впечатление я произвожу на окружающих?

Подумай, какой образ будет самым удачным? Деловой стиль не значит застегнутый на все пуговицы. Яркий пример — знаменитый миллиардер, владелец корпорации Virgin Ричард Брэнсон, который внешне напоминает скорее «морского волка» или хиппи в летах, чем бизнесмена с мировым именем и харизмой.

● Что в жизни для меня самое главное?

Тебе нужна четкая система ценностей, конкретные жизненные принципы. Они дают силу и смелость принимать независимые решения и совершать поступки. Наличие принципов подтверждает, что тебе можно верить. Они-то и выражают то, во что ты веришь.

● Каковы перспективы моего личного роста?

Успешных людей отличает четкое видение своего будущего роста.

А теперь...

Пойми, каким ты хочешь быть, и веди себя так, как будто ты уже стал таким!

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СТУДЕНТА: КТО Я?

— Я попрошу вас закрыть глаза и представить две тысячи двадцать восьмой год. Как выглядит ваш день? Вы просыпаетесь, собираетесь на работу, приходите. Что Вас окружает? Сколько длился Ваш путь? Это было десять минут, для того, чтобы перейти в другую комнату? Или Вы потратили час для того, чтобы поехать в офис класса «А»? Есть ли какие-то люди рядом? Во что они одеты? Во что одеты Вы? Как Вы выглядите? Как себя ощущаете? Чем Вы занимаетесь, приходя на своё рабочее место?



АЛИНА УРАЗОВА

Именно так начался мастер-класс: «Кем я стану, когда вырасту, или как студенту определиться с профессиональным позиционированием» от Елены Чесноковой, доцента кафедры «Связи с общественностью», кандидата наук, автора книг и монографий, соавтор учебника «Коммуникационный менеджмент».

Одним из самых важных выборов для будущей профессии является способ занятости, а именно: работа по найму, предпринимательство и самозанятость. Расскажем об этом.

Найм. Данный способ подходит тем, кто желает стабильной работы и заработной платы. Можно выбрать совершенно различные направления: от государственных и муниципальных управлений до некоммерческих организаций, от больших корпораций до микро- и малого бизнеса. На каждой из работ будут свои плюсы и минусы. Например, в микро- и малом бизнесе есть как преимущества: легко устроиться

на работу, прямая связь с руководством, неформальный характер общения; так и недостатки: маленькая зарплата, нестабильность, невозможность развития. Желая заниматься наймом важно знать, что их устраивает или не устраивает в работе, и чего они хотят добиться в дальнейшем.

Предпринимательство. Цель данного вида занятости — получение прибыли, поэтому оно больше подойдёт коммерческим организациям или индивидуальным предпринимателям. Отличается от найма: возможностью развиваться, расширять бизнес и получать больше прибыли. Вместе с тем, предприниматель не

должен забывать о больших рисках. Особенно важно то, что бизнесмен или индивидуальный предприниматель несут материальную ответственность за своё предприятие, и, в случае разорения, именно за его личный счёт (квартиры, машины, компьютеры и т.д.) будут выплачены все кредиты или заработная плата нанятых работников.

Самозанятость. Одних из самых удобных видов занятости: большой выбор партнёров, свободный график работы, возможность выполнять задания из других городов и стран, находясь дома. Однако самозанятость имеет очень большой минус — незащищённость: постоянного нанимателя нет, в работе может быть наплыв или абсолютная тишина, заказчик откажется выплачивать всю сумму, оставит очерняющий комментарий о проделанном задании, что нанесёт вред репутации, а новичку сложно подняться первые несколько лет из-за недостатка опыта и личного бренда.

Теперь, разобравшись с возможными видами занятости, перейдём к тому, что студенты могут предложить работодателю. В основе интернета лежит два круга: малый круг — это то, что формирует картину дня человека, его ленту и просмотры, то, что создано по личным интересам каждого пользователя; большой круг — всё остальное. Это сайты, которыми пользуются компании, предприятия, проекты и все остальные приложения, которые помогают находиться и «вариться» в большом круге интернета.

Оба круга объединяет одно — контент, или то, что хотят предложить вероятному покупателю, «патрону», простому обывателю разные компании, блогеры и приложения. Контент может быть абсолютно различным: это — текст (от постов и сообщений в чатботах до сценариев роликов или фильмов), визуал (фото или видео) или даже дизайн (от рисунков до комиксов, мультфильмов и т.д.). Создание контента может быть совершенно различным и видоизменяться с появлением новых трендов, так появились профессии: сторизмейкер, рилсмейкер, клипмейкер, продюсер, который организует и устраивает правильную работу всей пиар-компании.

Студенты могут развиваться в совершенно разных направлениях, не ограничивая себя в работе, способе занятости или создании определённого контента. Любой опыт, умения и знания могут стать частью личного бренда, необходимого для профессиональной деятельности RP-специалиста.

Не бойтесь, пробуйте.

МОЙ ЛИЧНЫЙ БРЕНД В TELEGRAM



Самое популярное определение личного бренда принадлежит основателю *Amazon* Джеффу Безосу: «Личный бренд — то, что о вас говорят люди, когда вас нет в комнате».

МАРИЯ ЯЦЕНКО

Создайте свой личный бренд в Telegram!

В 2022 году приложение *Telegram* вошло в топ-5 самых скачиваемых приложений по версии аналитической компании *Sensor Tower*. Ничего удивительного, ведь данная площадка в реалиях современного мира стала одной из самых популярных для продвижения личного бренда.

С помощью приложения *Telegram* можно вести неограниченное количество открытых каналов, создавать индивидуальный контент, поддерживать с аудиторией обратную связь и, соответствен-

но, продвигать собственный бренд.

Создайте свой канал в приложении с уникальным запоминающимся названием и ярким описанием. И надо знать для кого? Чем больше аудитория, чем сильнее бренд. Далее — ответьте на вопросы: «Что я буду транслировать миру? Какой контент я хочу видеть?». Помните: контент должен быть качественным, и современный пользователь хочет больше смотреть, а не читать. Существуют разные форматы контента для создания и продвижения личного бренда. Один из самых главных — экспертный материал. Это кейсы, эксперименты, решение проблем, разбор ошибок, анализы ниш и прочее. Такие посты надо разбавлять личной и вовлекающей информацией. Задавайте вопросы, узнавайте мнения, общайтесь в комментариях.

Но самое главное — любите свой личный бренд, «горите» им!

СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО ИМИДЖА. ПОШАГОВЫЙ ПЛАН



Первичный аудит: точка А — точка Б + 2–3 ориентира.

“Сегодня человек стремится показать окружающим свою харизму, стремится самореализоваться. И нередко бывает нетерпим к другому мнению. Вот очень простой пример о том, что человек может поменять свои взгляды за секунду: вы пытаетесь войти в переполненный автобус и совершенно искренне думаете: «Двигайтесь, там полно свободного места, неужели трудно?!». Ровно в ту секунду, когда вы туда зайдете, то подумаете: «Куда вы все идете, тут нет ни одного свободного места». Это пример, который я себе когда-то придумала и стараюсь вспоминать, когда вижу человека, который заслуживает уважения, но у него другая точка зрения. Я стараюсь задумываться: «Может быть он просто в автобус еще не вошел, а я нахожусь внутри?». Поэтому слушайте человека, у которого может быть другая точка зрения, отличная от вашей. А что до харизмы...то мне нравится совет от Оливии Кэбэн («Миф о харизме»), а именно: секрет настоящей харизмы заключается в умении передать окружающим свое присутствие, силу и теплоту, а самому быть красивым в широком смысле этого слова.

Надежда Скрипникова