



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Проект  
от 01.01.2019

# МОЙБИЗНЕС

Личный бренд для самозанятых  
Способы поиска первых клиентов



# Светлана Алехина



- Карьерный коуч, профориентолог
- Руководитель отдела обучения “Академии карьерного развития”
- Обладатель премии “Лучший карьерный консультант 2021” по версии Академии карьерного развития
- 20 лет в маркетинге и рекламе, более 5 лет в управлении и развитии персонала
- Автор тренингов “Работа по любви”, “Прорыв в карьере”
- Самозанятая с 2021

# Содержание

<b>1. Понятие личного бренда</b> .....	4
<b>2. Где искать первых клиентов</b> .....	11

1.

# Понятие личного бренда

---

# 1.1 Понятие личного бренда

Когда мы слышим названия крупных международных корпораций у нас возникают ассоциации с логотипом, рекламными роликами, слоганом.

Это и есть бренд — совокупность эмоций и мнений о какой-то компании.

**Личный бренд** — это скорее про индивидуальных предпринимателей, малый бизнес и самозанятых, чем про гигантов рынка.

**Мы покупаем не у компаний, а у людей!**

# 1.2 Составляющие личного бренда

## Позиционирование

Строим позиционирование личного бренда через «я – концепцию»

- Задаем себе вопрос «Кто я?» (3-5 фактов о себе)
- Опрашиваем знакомых (3 качества)

Личный бренд – это образ, который складывается о вас в профессиональной среде

Идеальный личный бренд – видение вашей целевой аудитории сойдется с вашим ощущением и вашими маркерами личности

# 1.1 Понятие личного бренда

## Задание

Какими тремя прилагательными вас могла бы описать ваша целевая аудитория?

## 1.2.1 SWOT-анализ при создании личного бренда

- S – Strengths (сильные стороны)
- W — Weaknesses (слабые стороны)
- O — Opportunities (возможности)
- T — Threats (угрозы)

**Сильные стороны** – все ваши сильные качества

**Слабые стороны** - ваши зоны роста

**Возможности** – анализируем все факторы – контакты, связи, гос факторы – все, что поможет вам развиваться в профессии

**Угрозы** – внешние факторы, которые могут помешать вам развиваться в профессии

# 1.2 Составляющие личного бренда

## Упаковка

- Жесты
- Одежда
- Стиль жизни

## Площадка

Места, где вы будете транслировать свой личный бренд

## Контент

Как вы будете транслировать свой личный бренд

## 1.2 Составляющие личного бренда

### Доказательства экспертности

- Кейсы
- Отзывы
- Навык решения проблем
- Дипломы, сертификаты
- Благодарственные письма, сертификат участника конференции и т.п.
- Нетворкинг

**2.**

# Где искать первых клиентов

---

## 2. Где и как искать первых клиентов

### Близкий круг

Самый простой, но от этого не менее действенный способ – ваше окружение. Расскажите всем и каждому – родственникам, друзьям, бывшим коллегам, косметологу, мастеру маникюра, массажисту – о вашей новой профессии.

Как показывает практика, из близкого окружения приходит от 30 до 50% от общего потока клиентов в первые месяцы.

**ВАЖНО!** Не работаем бесплатно!

## 2. Где и как искать первых клиентов

### Социальные сети

Используйте свой профиль в социальных сетях как площадку для продвижения своих услуг, расскажите о том, что вы – профориентолог и с какими запросами вы работаете.

Размещайте 1-2 поста в неделю, делитесь с аудиторией кейсами

### Нетворкинг

Какие сообщества есть в вашем городе? Профессиональные, по интересам и т.п. Подумайте, какой аудитории может быть интересен мастер-класс в области ваших услуг? Свяжитесь в администратором сообщества и предложите провести бесплатный мастер-класс.

Мастер-класс – это ваша презентация себя как консультанта и своих услуг, на котором помимо упражнений вы рассказываете о том, чем вы занимаетесь и презентуете свой курс.

Постарайтесь на мастер-классе не только дать пользу, но ответить аудитории на вопросы:

- кто я ?
- кому предлагаю свои услуги ?
- какой результат получают клиенты ?
- что я могу дать ?

## 2. Где и как искать первых клиентов

### Тематические мероприятия

В вашем городе регулярно проводятся бизнес-завтраки, обучающие мероприятия?

Если на мероприятии будет ваша целевая аудитория, попробуйте принять участие в мероприятии в качестве спикера.

И не забудьте взять с собой визитные карточки!

### Шесть рукопожатий

Попросите ваших друзей в соц сетях рассказать о вас своим подписчикам – это может быть пост, сториз или совместный прямой эфир.

Не упускайте возможность транслировать свою экспертность через другие площадки!

### Реклама в соц. сетях

Определите параметры рекламной кампании – бюджет в месяц, целевую аудиторию, сформулируйте рекламное предложение. Запустите рекламу самостоятельно или воспользуйтесь услугами профильного специалиста.