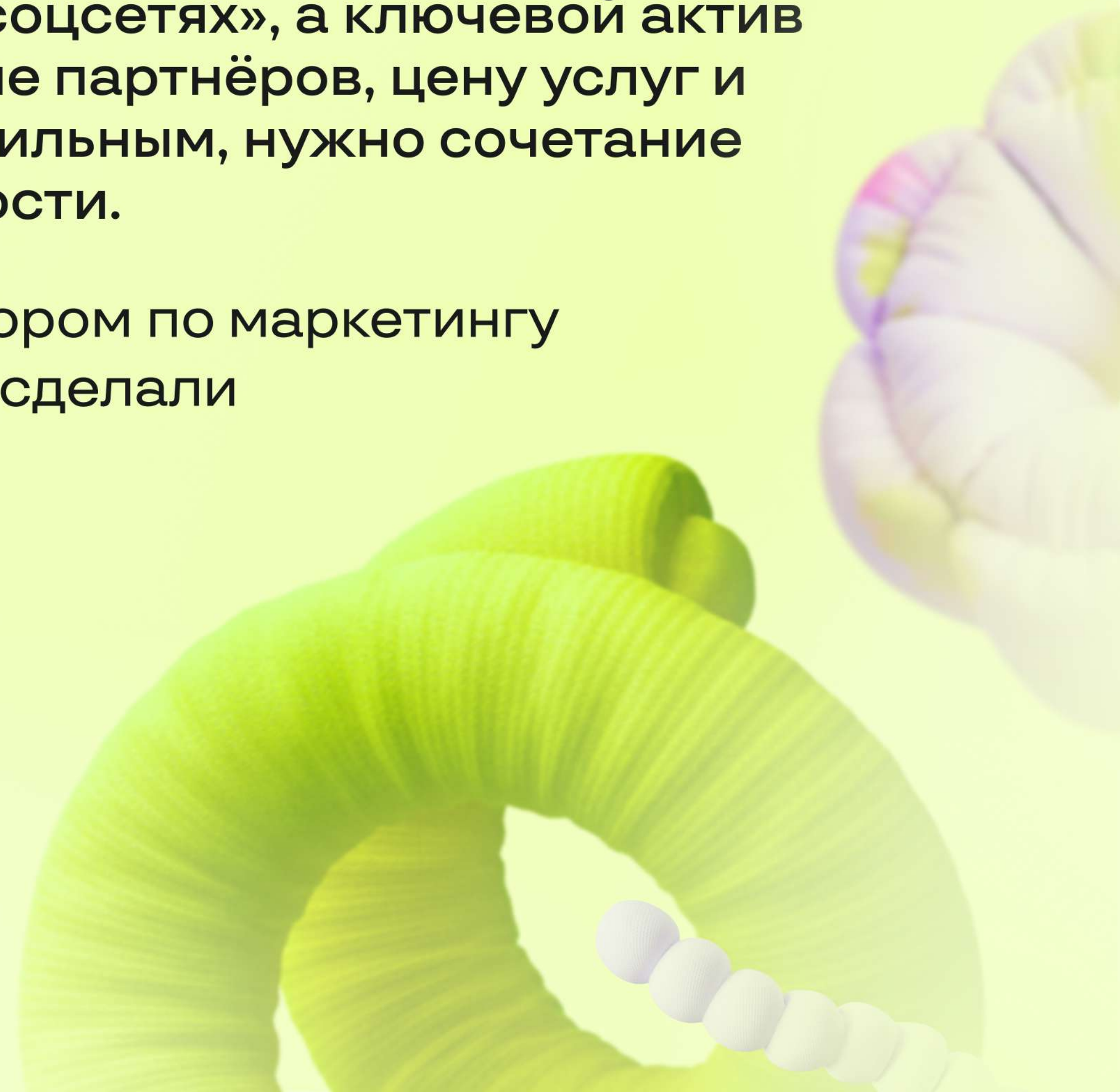


«Делаю всё, но бренда нет!» Знакомая ситуация?

Личный бренд — это не просто «быть в соцсетях», а ключевой актив предпринимателя. Он влияет на доверие партнёров, цену услуг и возможности роста. Чтобы бренд был сильным, нужно сочетание честности, стратегичности и адаптивности.

Поговорили про личный бренд с директором по маркетингу Битрикс24 Александром Вартаняном, и сделали для вас чек-лист.

Битрикс24[©]



1. Уникальная ценность

Личный бренд не будет работать, если вы не знаете, чем отличаетесь от других. Начните с того, чтобы понять: кто вы, какие у вас ценности, чем вы можете помочь людям и в чём вы эксперт. Это поможет создать чёткий и запоминающийся образ.

Как это сделать?

- Составьте «карту бизнеса»: объедините свои ценности, навыки, интересы и опыт — это поможет понять, в каком направлении двигаться
- Выберите 2–3 «якоря» — это темы, в которых вы чувствуете себя уверенно и можете вести себя как эксперт
- Сформулируйте миссию бренда в одном коротком предложении — это станет ядром всего



“

«Не обязательно быть экспертом во всем. Даже скорее нежелательно. Эффективная стратегия — знать досконально одну область, пусть даже довольно редкую. Ваши знания неминуемо найдут аудиторию»

2. Соцсети и медиапространство

Не все платформы одинаково эффективны для разных целей. Некоторые лучше подходят для профессиональной аудитории и делового общения, другие — для более широкой и динамичной аудитории. Перед тем как начать активную работу, важно провести аудит соцсетей, чтобы понять, где находится ваша аудитория, какие форматы ей ближе и какие платформы действительно работают для вас.

Как это сделать?

- Выберите 1–2 основные платформы, где находится ваша аудитория, и 1–2 дополнительные для разных форматов (например, только для Reels и сторис)
- Не бойтесь начинать с одного формата и одной платформы — главное, чтобы контент был качественным
- Составьте график публикаций для каждой платформы
- Планируйте, как часто публиковать и в каком формате



“

«Если вы понимаете, что у вас нет внутренних ресурсов или скиллов, чтобы качество и регулярно вести соцсети — лучше доверить это дело профессионалу, который разбирается в деталях и мелочах этого процесса. Органически расти подписчиками в 2025 году — задача не для трусов, требующая полного вовлечения и времени»

3. Контент-стратегия

Аудитория всегда ценит не просто частые посты, а действительно полезный и интересный контент. Хорошо работает сочетание обучения и развлечения, личные истории, кейсы и уроки из опыта — особенно если вы делитесь не только успехами, но и ошибками.

Как это сделать?

- Составьте контент-стратегию на месяц: выберите темы, форматы и сценарии (например, «проблема — решение — урок»)
- Используйте один материал в разных форматах: текст, видео, визуал
- Регулярно собирайте обратную связь: что вызывает отклик у аудитории



“

«Быстрый лайфхак — говорить о вещах в рамках своей темы, к которым разные части аудитории относятся полярно. К примеру, холодные продажи — одни сэйлзы на них живут, а другие избегают их как огня. Такие противоречивые темы вызывают дискуссии, а значит растет вовлеченность и интерес»

4. Нетворкинг

Личный бренд не может существовать в вакууме. Он становится сильнее, когда вы участвуете в проектах, даёте интервью, пишете статьи и получаете рекомендации от других. Это помогает людям поверить в вас.

Как это сделать?

- Собирайте и используйте отзывы клиентов и партнёров — пусть другие рассказывают, почему стоит работать именно с вами
- Участвуйте в отраслевых мероприятиях, вебинарах, подкастах
- Публикуйте свои мнения в авторитетных изданиях
- Сотрудничайте с экспертами и лидерами мнений



“

«Нельзя построить личный бренд, находясь в вакууме. Нужно быть частью сообщества. Конечно, не все готовы сиять публично, не все умеют просто и легко строить связи. Если вы радикальный интроверт — вам будет сложно. Поэтому стоит поработать с психологами и тренерами, чтобы снизить дискомфорт.»

5. Искренность и человечность

В мире, где вокруг идеалы и безупречность, искренность становится сильным преимуществом. Не бойтесь показывать свои сомнения, ошибки и реальные эмоции — это помогает строить доверие и создавать более глубокую связь с аудиторией.

Как это сделать?

- Не откладывайте личные истории — даже если они не идеальны. Ваша уникальность — в деталях
- Делитесь не только результатами, но и процессом: как вы к ним пришли
- Публикуйте «живой» контент — например, «день из жизни»
- Отвечайте на критику и не прячьтесь от неё



“

«Время блестящих, вылизанных стерильных брендов давно прошло. Люди будут прислушиваться только к тем, кто готов быть трушным с аудиторией и говорить с ней на одном языке. Бренд, в том числе личный — это не набор экспертных тем. Это легенда, которая за ним стоит — многолетний опыт, личность, лайфстайл. Не нужно скрывать это от зрителей»

6. Устойчивость личного бренда

Даже самая продуманная стратегия требует корректировок. То, что работало год назад, может перестать давать результат. Важно регулярно анализировать, что работает, а что — нет, и меняться вместе с аудиторией.

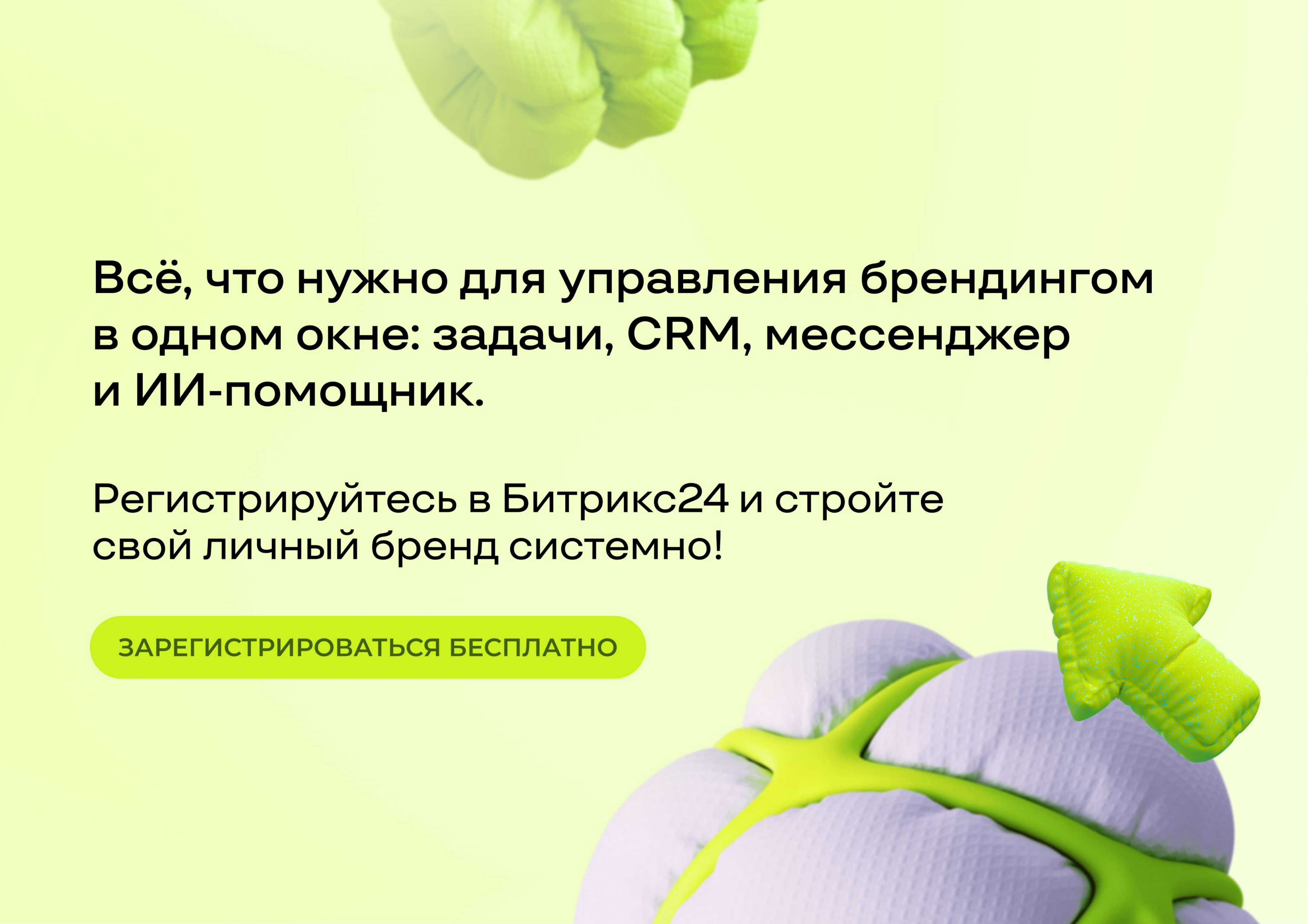
Как это сделать?

- Готовьтесь к изменениям: если канал теряет популярность или правила меняются — переходите на другие форматы или платформы
- Если какой-то формат или платформа дают хорошие результаты — масштабируйте его
- Помните: личный бренд — это долгий процесс. Он требует времени, сил и терпения
- Проводите А/В-тесты: сравнивайте разные форматы и темы



“

«Личный бренд нельзя построить раз и навсегда. Это постоянный процесс. Посмотрите на звезд эстрады из 90х. Часть из них давно забыты слушателями. А другая часть все еще отлично связано с аудиторией. В чем разница между ними? Вторые умеют адаптироваться к меняющемуся миру».



**Всё, что нужно для управления брендингом
в одном окне: задачи, CRM, мессенджер
и ИИ-помощник.**

**Регистрируйтесь в Битрикс24 и стройте
свой личный бренд системно!**

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ БЕСПЛАТНО