

Роман Михайлович Масленников
Как проснуться знаменитым и богатым. Система
монетизации личного бренда

КАК ПРОСНУТЬСЯ
**ЗНАМЕНИТЫМ
И БОГАТЫМ**

система монетизации личного бренда



Иллюстрация «SketchLook»

Роман
Масленников

Москва
2016

«Как проснуться знаменитым и богатым. Полная система раскрутки и монетизации

личного бренда /Роман Масленников»: Авторское; Москва; 2016

Аннотация

Что нужно для успешного личного пиара? – Не допускать ошибки неуверенности в себе, мультиформатности и стремлении быть на кого-то похожим. Не нужно быть «белым и пушистым».

Сколько нужно заниматься личным пиаром? – Не менее одного часа в день.

Какой личный пиар самый эффективный? – Не слова, но поступки.

Что надо делать прямо сейчас? – Упаковаться, активничать и только после этого монетизироваться. Если вы не Петр Листерман, конечно. В этом случае начинаем с пиара.

Для кого книга? Для простых людей! Которым нужно, чтобы их личный бренд приносил больше денег. И вообще, чтобы хоть какие-то деньги приносило ваше имя. Наконец-то. Уже. Пора!

Ответьте честно, сколько вы зарабатываете исключительно на своей личной репутации? И какую бы сумму вы сейчас ни назвали, я точно знаю: «Можно делать денег в 2 раза больше».

Простые советы для специалистов и профессионалов своего дела, очень применимые как в кризис, так и в сытые годы. Прочитал – сделал. Так говорят те, кто прослушал эти советы в аудио-версии «Экспресс-курса по личному брендингу и пиару».

Если вы – представитель нужной профессии и по какой-то причине недовольны своим финансовым положением, эта книга для вас.

Писатель, сценарист, массажист, стартапер, блогер, копирайтер, бизнес-тренер, модель, консультант, инструктор по вождению, топ-менеджер, менеджер по продажам, репетитор по английскому языку, парикмахер, стилист, певец, косметолог, банищик, риэлтор, фотограф, электрик, фитнес-тренер, мастер растяжки или специалист по йоге, диетолог, врач, ведущий мероприятий, радио-диджей, художник, психолог, психотерапевт, экстрасенс, дизайнер! Для вас и ваших коллег найдется добрая сотня советов в этой книге. Вопрос в том, кто овладеет знаниями быстрее – вы или ваш конкурент? Намек понятен? Вперед!

P.S. Все способы реально делать абсолютно «с нуля».

P.P.S.S. 90 % способов реализуются вообще без бюджета. А остальные приемы обойдутся вам в сумму меньше той, что вы тратите в месяц на бизнес-ланчи и кофе.

PPP.SSS. Все предложенные в книге приемы вполне можно сделать за 30 рабочих дней. При необходимости – повторить через год и встроить в поведение те, что не войдут в привычку.

Роман Масленников

**Ты – звезда! Как проснуться знаменитым и богатым.
Полная система раскрутки и монетизации личного бренда**

Предисловие

Для кого написана эта книга? Для самозанятых людей.

Если пособие «Наконец-то знаменит» было издано, в основном, для топ-персон, состоявшихся директоров, первых лиц и всех, кто хочет попасть в высшую лигу. А также для их помощников. Почитайте первые страницы, кто оставлял отзывы.

Прочитал книгу – отдал даже ассистенту, секретарю, персональному помощнику, а лучше – пиарщика или маркетологу. И они все делали. Иногда звонили, я консультировал.

Но если вы новичок, вчера открыли ИП (5 минут на сайте Налоговой службы), к вам внезапно пришел клиент, возможно, ваш бывший работодатель или как-то еще свалилась работа – надо себя с позиционировать.

В идеале – стать Шерлоком Холмсом. Работа приходит, когда захочет. Вы выбираете – с кем работать, а кого послать...к коллегам.

Или, другая ситуация – вы хотите сделать все правильно. Вам нужна система – сначала упаковки себя любимого, а затем и планомерного привлечения клиентов на свой огонек. Сейчас вы планируете, завтра делаете, не спеша. И точно хотите знать, чего можно ожидать в результате и каких горизонтов можно достичь. Что-то подобное я рассказывал в занимательной полу-художественной форме в сборники рассказов «СуперМаркет»¹. Способы очень рабочие, взятые из жизни – для само-раскрутки таких профессий: от бухгалтера, до массажистки и проститутки².

Третий вариант. Вы состоявшийся профессионал. У вас 10-20-30 лет практики. И вдруг клиентов стало меньше, «сарафанка» уже не та. Нет, не померли клиенты, хотя и это тоже. А просто молодежь стала наступать на пятки. Да, выбирают некачественных специалистов, но им по фигу. Молодые профи знают современные способы раскрутки, а вы – нет. Они зарабатывают, а вы, заслуженный работник – сосете лапу. Это неправильно. Оружие раскрутки должно быть у каждого. И я вам его дам. От и до. Качество, в конечном счете, победит. Только упакуйте это ваше качество как надо.

Для тех, кто любит аудио, вы можете послушать содержание этой книги исключительно по интересующим блокам³. Голос – мой. Единственное, так как данный труд вышел позже, здесь есть некоторые интересные, на мой взгляд, дополнения.

Кому не надо читать книгу?

Заумным пиарщикам, которые всегда норовят четко разделить – где бренд, где имидж, где репутация.

Скажу честно, предпринимателю, моему клиенту – вообще все равно, где тут имидж, где репутация, где бренд, где пиар. Главное, чтобы работало!

Тем не менее, пару слов скажу. Чтобы вы, уважаемые читатели, могли, если что, поддержать разговор на факультете пиара. Имидж – это то, как вы выглядите. А бренд и репутация – это то, что о вас думают после того, как познакомятся с вами, с вашими услугами. Пиар помогает делать имидж в динамике. И честно, уже все равно, какой *был* имидж. Важно, какой он будет после столкновения с рынком и реальностью. О пиар-активностях, которые меняют реальность вокруг вас, в книге будет сказано немало.

¹ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/supermarket-tvoya-super-rabota-i-tvoya-super-karera/>

² В книге описаны один-два мощных на момент написания раскруточных хода для каждой из следующих профессий: аудитор, бизнес-тренер, блогер, бухгалтер, гид, диджей, кондуктор, крупье, массажистка, менеджер по продажам, переводчик, пионервожатый, писатель, политик, проститутка, радиоведущий, системный администратор, сказочник, спортсмен, таксист, телеведущая, фитнес-тренер, фотограф, юрист и др. Честно скажу, многие фишки работают исправно и сегодня.

³ <http://www.litres.ru/serii-knig/ekspres-kurs-po-lichnomu-brengingu-i-piaru/audioknigi/>

Вас ждут опечатки и почему это хорошо

Важный момент, если вы – граммар-наци, то есть кипятитесь по каждой опечатке, запятой и т. п. – лучше не портите себе нервы. Отложите книгу, она не для вас. Я предпочитаю доносить информацию быстро, чтобы она была подана в срок и принесла пользу. А то время, что книга шлифуется, кто-то может разориться. Хочу, чтобы вы были богатыми как можно быстрее. Такая моя позиция.

Кстати, а про важную для вас пользу моих, и не только, опечаток я записал отдельное видео. Суть в том, что именно через них, и только через них, вы можете понять, что на самом деле имел в виду человек. Так учил Фрейд – опечатки есть источник подлинных знаний.

Ну и – лучше один раз вовремя, чем сто раз правильно.

Часто задаваемые вопросы

Обычно эта и следующая глава располагаются в конце книги. Знаю по себе, когда начинаешь читать книгу, уже представляешь, что как будто ее прочитал. В этом есть часть правды. Как говорят Виктор Цой и Тони Роббинс: «Все находится в нас». У нас с вами уже достаточно ресурсов и сил, возможностей, сделать то, что мы хотим СДЕЛАТЬ. А лучше время для этого – СЕЙЧАС. Ну и все такое... Так вот, покупка книги (именно покупка, в книге это будет объяснено почему), – лишь ритуал, символический акт. И зачем листать книгу вскользь, если можно уже сейчас получить десерт.

Часто вот какие вопросы задают. Сразу и отвечу.

Сам справлюсь?

Хороший вопрос. Вопрос денег и умения делегировать. Если у вас надежный помощник, вы ему платите, он доволен и вас не обманывает, то вооружайте его этой книгой, плюс трудом «Пиарщик на прокачку» – и вперед! Именно так, достоверно раскрутили до федерального уровня консультанта по инвестированию в недвижимость. Отзыв его помощника есть на Литресе к одному из блоков.

Как долго нужно заниматься личным пиаром, чтобы увидеть результат?

Вы не поверите, но – постоянно. Вход рубль – выхода вообще нет. Да-да, есть такая книжка, о том, как стать богатым и известным – стоит 1000 рублей. А книга «Как стать богатым и неизвестным» – 1 000 000 долл. Вторую не читал. Как узнаю – расскажу. У меня опыт другой – сначала ты становишься известным, потом богатым.

Ах, да, сколько заниматься? По 1 часу самопиара в день. Делайте, что хотите (понимайте буквально) и до чего дотянуться руки: ТВ-съемки, пост в блог, книга. Больше – можно. Меньше – не эффективно, как деньги в унитаз смоее. Лучше и не начинать. А то будут думать, вот, мол, очередной выскочка – был, да сплыл. Лучше быть выскочкой постоянно, жечь. Со временем, а если быть точным, через 21 день, вы знаете, самопиар войдет в привычку.

Не хочу сам – дайте надежных людей

Так как я сам сейчас занимаюсь другим пиаром, возможно, вы знаете, каким, то беру на услугу «личный пиар» всего 2–3 персоны в год. Высокий входной ценник, предоплата за полгода вперед и обязательно личный интерес. В общем, не для каждого хотящего меня,

подходящие условия. Именно поэтому, я создал группу «Директоров PR-агентств» в Фейсбуке, которая стала своеобразным «картельным сговором». Там я раздаю, (в ответ на взаимность), заказы, которые не берусь выполнять сам. В пиаре я больше 10 лет, многих хороших профессиональных пиарщиков знаю лично. И со временем, я классифицировал их на группы. Личный пиар для моделей, для психологов.

Вот этот список – пользуйтесь, лайкайте, репостите:
<https://www.facebook.com/roman.pr.maslennikov/posts/10207221153551997>

Скорее всего, они знают меня, мой подход и методы работы. Так что, общайтесь с ними как со мной. Можете им даже показывать мои книги и говорить «хочу вот так». Разрешаю. Половина скажет, что «это не работает в его сфере». Чушь! Глаз замылился. Работает. Проверял. Но вы с пиарщиком не спорьте – доверяйте друг другу и подталкивайте к нужным действиям.

Чего-почем?

Сколько стоит «килограмм пиара»? Этот вопрос, примерно вот в таком вот тоне, как мешок картошки покупают, всегда бесит пиарщиков. Нельзя, потому что заранее сказать, вот, сколько вас, Хрена с горы или Принцессу на горошине, будет стоить распиарить. Почему? Да потому что, все ин-ди-ви-ду-ально. Я это понимаю, мои клиенты предприниматели, изъясняются просто. А пиарщики, тонкие и ранимые души – противятся.

Скажу-скажу. Сейчас март месяц 2016 года, кризис пошел на спад, доллар 68 рублей. В общем, цены не изменились. В месяц личный пиар стоит в среднем от 90 до 250 тыс руб. Меньше – не эффективно, скорее всего, удаленно – вами будет рулить пиарщик из другого города. Больше – вам будет заниматься мэтр. Возможно, вам он пока и не нужен, а хватит и рабочей лошади. Поэтому – см. список личных брендологов выше, и не пытайтесь меня нанять в этой вилке цен.

Достаточно?

Как это часто бывает, некоторым из вас, вот прямо сейчас, уже будет достаточно информации, чтобы состояться как профессионалу, стать известным и получить клиентов. Вам успехов! Ну, а мы с вами движемся дальше!

Были случаи, когда я говорил, вот есть такие сайты – Youdo, Profi.ru, Freelance. Оформите там нормально свой профиль, заполните все поля, проверьте орфографию и вперед. Уже было достаточно! Человек получал заказы и был богат и счастлив. Кому-то, кого много – репетиторов английского или массажистов – надо просто добавить фишку («учитель языка – от Бога» или «массажировала звезд российской эстрады»), и пазл складывался. Заказы шли.

Моделям, например, тоже ни к чему постоянные комментарии в прессе, посещение конференций и прочая суета. Они могут купить обложку популярного журнала или программу на ТВ, решить задачу (например, «выйти замуж») и забыть про личный пиар до развода.

Бизнес-тренеру достаточно всеми правдами и неправдами получить микроскопическую роль в популярном сериале, и график будет расписан на месяцы вперед.

И так далее. Главное, знать эти «главные точки входа» и бить строго в них. Как? Я рассказывал во многих своих книгах, и не устану это повторять. Сделайте простой опрос ваших клиентов и других целевых групп – что они читают, смотрят, слушают, каким журналистам и СМИ доверяют? И будьте там периодически. Все, больше от вас ничего не требуется. Ну, и делать работу хорошо, это даже не обсуждается.

Запрещаю читать книгу всем, кто делает плохой продукт или оказывает некачественные услуги. Вам же хуже. Еще старик Огилви говорил, что хорошая реклама быстро убивает плохой продукт. Вам оно надо?

Итак, теперь точно вы знаете о пиаре больше, чем даже некоторые пиарщики.

Допустим, применение описанных выше фишек для вас затруднено. Маловероятно... Уж не знаю, чем вы тогда занимаетесь, но вдруг вы тоже Петр Листерман или Паша Светомузыка?

А вот теперь я вас приглашаю познакомиться с полной системой упаковки и монетизации личного бренда.

Но прежде – очень важная часть книги.

Благодарности

Спасибо Владимиру Маховикову и студии SketchLook⁴ за обложку книги. Их продающие рисунки⁵ – просто нечто.

Спасибо Михаилу Белокозу⁶ и конверсионному Коту⁷, а также всей команде www.nextteam.ru за интернет-поддержку книги.

Спасибо Калине Ярковой⁸ за подборку иллюстраций.

Спасибо Ольге Чарной за редактуру данной книги.

Юлии Бряник – за корректуру и вычитку. Тем не менее, я все равно сохранил предупреждение для граммар-наци:)

Спасибо всем моим клиентам, особенно тем, кто не разрешил себя указывать в этом списке⁹. Без вас я не стал бы таким опытным пиарщиком, как меня представляют.

Роман Масленников,
кандидат философских наук,
автор книг «Раскрутка Суперфирмы», «Ты – Суперличность», «Наконец-то знаменит»
и др.¹⁰,

президент Ассоциации Российских Пиар-агентств (АРПА), Российской Ассоциации
дневного сна и отдыха трудящихся (РАДОСТ) и др. общественных организаций,
директор PR-агентства «Простор Пиар и Консалтинг»¹¹

Отзывы

⁴ <https://vk.com/sketchlook>

⁵ <http://sketchlook.ru/landing/01-5/>

⁶ <https://vk.com/mbelokoz>

⁷ <https://vk.com/catnext>

⁸ <https://vk.com/kalinayarkina>

⁹ <http://www.msk-pr.ru/clients/>

¹⁰ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/>

¹¹ www.prostor-vip.ru

Мне книга Романа Масленникова понравилась подробным описанием множества ситуаций. Это свод правил дорожного движения по PR. Много и точно расписаны ситуации, типажи, методы и решения. Этим же она вам может и не понравиться. Мол кто автор и кто я чтобы учить меня. Поэтому рекомендую относиться к книге, как к справочнику. Особенно зацепила меня таблица личного пиара. И понравилась следующая мысль "В каждой соц. сети должна быть своя лента, которая на 50 % состоит из ваших профессиональных забот, историй, кейсов.

Алимжан Бисембаев , непрофессиональный маркетолог, любитель авиации и споттер, 34 года, Алматы, www.marketology.kz

Понравилось подробно разобран момент с разницей в услугах между специалистами, профессионалами и т. д. Пошаговый мануал первых шагов в самопиаре. Глава «как написать статью» понравилась. Тот факт, что в книге есть ссылки на различные сервисы и источники.

Сергей Кривенко , <https://www.facebook.com/sergey.krivenko.1401>

Ничего хорошего не скажу. Мне книга категорически не понравилась. У Вас в тексте есть фраза «Качество, в конечном счёте, победит». Увы, здесь Вы победили качество.

С первого предложения неприятно поражает количество не просто опечаток, а грубейших ошибок. Опять же Ваши слова из книги – текст должен быть «грамотный, орфографически и пунктуационно выверенный». У Вас же помощник есть, а вычитать книгу некому. Это откровенное неуважение к своему читателю. Много несогласованных предложений, что сильно снижает качество восприятия текста.

Вы обещаете своему читателю рассказать о «системе самопиара», но не можете банально структурировать информацию. Всё свалено в кучу, одна и та же информация повторяется раз за разом.

Ну и, пожалуй, самое главное то, что у Вас происходит подмена понятий. «Личный бренд» не равно «имидж» и не равно «репутация».

Как человек, который не первый день в PR, ничего принципиально нового для себя не вынесла. И, уж простите, под таким подписываться не имею ни малейшего желания.

Имя рецензента, согласно ее просьбе, не разглашаю

Мне понравилась эта книга дважды. Прежде всего, тем, что в книге есть ответы на частые вопросы, которые появляются у будущих звезд как в начале пути раскрутки своего бренда, так и в дальнейшем. Это пошаговый план превращения вашей личности в неиссякаемый денежный поток. Кроме того, книга написана простым, понятным языком так, что раскрутить себя сможет даже первоклассник, владеющий азами компьютерной грамотности и умеющий выходить в интернет.

Особенно в книге зацепила та мысль, что самопиар в нынешнее время, это не только деньги, известность, самоудовлетворение, но и один из элементов самозащиты (в том числе физической), управления репутацией. Теперь вы сможете управлять собственной жизнью полностью, так как хотите именно вы, а не тролли желтой прессы, томящиеся в ожидании вашей крови после публичного расстрела или завистливые друзья обделенные чувством такта и уважения.

Вы сможете мгновенно управлять своей репутацией и перестать беспокоиться после выполнения комплекса приведенных в книге рекомендаций, вы сможете сделать свою жизнь насыщенной событиями и обрести новых, известных

и влиятельных друзей. И все это с помощью тех простых инструментов и технологий, которые приведены в этой книге. Она действительно проста в прочтении и понимании.

Если вы считаете, что некоторые действия вам не под силу, то вы всегда сможете найти варианты гарантированного решения этих вопросов от Романа с четким указанием координат лучших исполнителей – как в России, так и за рубежом. Начните читать эту книгу, сделайте хотя бы 10 упражнений, которые дает Роман в этой книге, и вы увидите, как изменится ваша жизнь в лучшую сторону всего за 21 день от начала прочтения.

Рекомендую эту книгу даже тем, кто сомневается в необходимости самопиара, потому что мысли изложенные здесь позволят вам взглянуть на мир с абсолютно другой точки зрения, в которой радости намного больше, чем негатива, потому что теперь вы сможете теперь использовать его себе во благо.

Виталий Перетяченко , маркетолог, психонанотехнолог, 37 лет, город Москва, владелец консультационного центра системных решений «ЛАДОМИРЬ», Президент Российской Ассоциации Психонанотехнологов (РАПНТ), <http://peretyachenko.ru>

Этот товарищ умудрился угодить всем!

Книга Романа Масленников "Ты – звезда! Как проснуться знаменитым и богатым" подходит как диванным мечтателям, так и тем, кто будет действовать.

Я обращаюсь ко второй группе. Предлагаю читать только с ручкой в руках. Написанное обретает силу. А если действовать, то – тем более!

Каждый пункт этой книги надо выполнить. Для начала, хотя бы то, что получается. И потом возвращаться за новыми инструкциями к действию. Ибо знаю по себе, как даже простое выступление в правильном месте и перед правильной аудиторией, неожиданно может поднять доходы как минимум в 20 раз и собрать такое количество фанов, что приходится "отбиваться".

Таких интересных пунктов в книге Романа очень много. Говорю это, так как не понаслышке знакома с западной индустрией "селебрити" – людей со статусом "звезды".

Лично для себя уже сейчас беру на вооружение создание петиций. Никогда не думала, что через эти инструменты можно продвигать не только права четвероногих братьев меньших, но и делать свой собственный пиар.

Карина Галоян , единственный с СНГ тренер публичной речи на английском языке, автор методов «САБРА – Спонтанный английский без русского акцента» и «Карьерный план с английским языком для русскоязычных профессионалов по методу САБРА». <http://audio-video-english.ru/>

Ложусь спать 1:21 это уже среда, и, наверное, я опоздал с рецензией на книгу. Мало того я её не дочитал. Последние 40 минут перед сном я делал именно это. Т. к. обещал итак, буду ли я дочитывать книгу? – буду. Круто ли написана книга? – не круто. Первые страниц 15–20 вода водой, масло масляное, возможно для школьников так и надо писать, что бы они дочитали труд до конца. Но для более подготовленного читателя не стоит расписывать и убеждать, что бы заставить это сделать.

Интересны кейсы, некоторые я слышал на выступлениях и они цепляют. Фишки, вроде аналогов википедии тоже огонь. Вот в этом духе и нужна книга, за которую можно платить деньги и быть счастливым, что получил её именно от автора.

Андрей Краснов . Предприниматель. Недвижимость. Маркетинг. 35 лет, Подольск. ООО Лидман брокерс LeadmanBrokers.ru

Прочитал книгу Романа Масленникова о личном PR, думал будет головомойка о давно заезженных методах, а в итоге реальные рекомендации, которые легко воплотить за минут 20 каждую, раньше даже не задумывался о таком, а ведь оно на поверхности! Внедрил пока что первые 4 пункта и продолжаю дальше, потому что эффект минимальный уже ощущается. Возросло количество подписчиков в соцсетях и сами нашлись 4 новых крупных клиента. В общем, рекомендую к прочтению, причём незамедлительно!

Станислав Печко , <http://vk.com/id214770041>

Глава I Введение в самопиар



Здравствуйте! Меня зовут Масленников Роман. Я директор PR агентства «ПРОСТОР: PR & Консалтинг» и автор проекта «Суперличность»¹².

Я решил написать данный курс, который состоит из 7 томов для того, чтобы рассказать

¹² Перезапуск проекта планируется на 2050 год. Я бы и закрыл его совсем с концами к чертям собачьим как неприбыльный. (Сразу инсайт: если у вас есть основной бизнес, то вывести на такой же уровень ваши тренинги – будет непросто. Если вы не псих и не маньяк обучения, в хорошем смысле этого слова. Подробнее об этом в главе «Монетизация»). Но как-то летом в Стамбуле, еще до санкций, одна бабуся в переулке на кофейной гуще мне нагадала: «Не бросай этот проект». Ладно, послушаем пожилого опытного человека. А к пенсии будут еще интересные истории!

вам все, что я знаю на данный момент о личном пиаре и том как: делать самопиар, проявлять активности в СМИ, монетизировать личный бренд и многое другое.

Все, что я знаю на данный момент о личном пиаре, будет доступно и вам в этом курсе.

Если коротко говорить о моем опыте, то он насчитывает примерно 10 лет работы в пиаре, из которых именно личным пиаром я занимаюсь порядка пяти лет. Более 400 проектов я подготовил в бизнес-пиаре и примерно 70 проектов в личном пиаре.

Многие проекты, которые относились к бизнес-пиару, делались через личный пиар. Поэтому с темой, как мне кажется, и, судя по отзывам клиентов, я знаком. У меня вышло в этой серии несколько книг.

Клиентами по личному пиару являлись такие люди как: Дэн и Мутабор из группы «Мальчишник», актриса Джиа Скова, модель Карина Гурина, топ-модель Анна Сахара, хирург Заур Бытдаев, продюсер Арташес Андреасян и многие другие. Ди-джеи, писатели, бизнесмены, ученые, чиновники, врачи, телеведущие – кто-то из них работал в Госдуме, Правительстве Москвы, Администрации Президента; кто-то работал на Первом канале, кто-то играет свои роли в Голливуде. И когда я рассказываю про своих клиентов, некоторые думают: «Вот, блин, пора идти борщ варить». Эти советы не для меня. Отвечаю: «Ничего подобного».

Советы будут изложены для вас в максимально доступной форме. Да и сами советы – очень просты. Главное, сами знаете, что: брать и делать. Прямо по порядку. Упражнений к немедленному действию будет в книге очень много. Пронумерованных и нет. Явных и скрытых, и потому супер-эффективных.

Что же вас ждет именно в этой части, части номер один – под названием «Введение в самопиар»?

Здесь вас ждут: плюсы и минусы личного пиара, (потому что все видят только плюсы, а минусов никто не видит), мифы и их развенчание, классификация тех, кто хочет личный пиар, (вы себя отнесете к той или иной классификации и поймете, нужен вам пиар или нет). Так же вы узнаете про две главные ошибки, которые допускают все, которые начинают самопиариться и себя раскручивать.

Я расскажу вам о **системе самопиара**, которая, как мне кажется, наиболее понятна и доступна и простому смертному, и властелину мира (будущему), и их помощникам.

Вам предстоит узнать о понятных результатах личного пиара: зачем, почему, сколько вкладывать, какие сроки, чтобы считать себя раскрученной персоной.

Забегая вперед, скажу, что через пару-тройку месяцев интенсивной работы (или через полгода ленивой работы над собой), вас начнут, по крайней мере, замечать. Вам это может понравиться, и будет соблазн на этом остановиться. Этого делать нельзя. Расскажу позже, почему, а пока просто поверьте.

После «чувства супер-звезды» вам предстоит долгая работа, постоянная, буквально каждый день, чтобы уровень известности поддерживать. Самопиар – своими или чужими силами – это пахота. Кровавая, порой.

Как читать эту книгу?



Данную книгу я вам рекомендую читать с ручкой и бумагой под рукой, чтобы вам проще было до них дотянуться и что – то записать, зафиксировать.

Если такой возможности нет, и вы читаете на работе в обед или сидя на скамейке в парке, то просто воспринимайте информацию на подкорку.

Всегда можно повторно прочитать отрывок, всегда можно обсудить в нашей группе в Facebook¹³ материалы книги. Что-то вы не поняли или недопоняли – всегда можно спросить у коллег. Можно будет написать мне личное сообщение: задать вопрос, если вам будет что – то непонятно. Я обязательно сообщу контакты в конце этого курса.

Может быть, какие-то идеи вы поймете не сразу, но они вам засядут в мозг, и в нужное время вы ими воспользуетесь.

В конце каждого вкусного кусочка информации – будет упражнение, которое я вам рекомендую проделать немедленно или записать его себе в to do лист с конкретной датой его выполнения.

Вас ожидает порядка 140 упражнений. Даже если вы сделаете половину из них – прогресс будет виден невооруженным взглядом. А если сделаете все... То тоже напишите такую книгу на личном опыте! Будет интересно почитать. А что, сделайте эдакий book-living – проживите жизнь по книге, это очень увлекательно. Люди становились авторами бестселлеров, когда проделывали такую практику¹⁴.

¹³ <https://www.facebook.com/groups/superperson/> – получить доступ в эту группу можно, когда вы опубликуете ваш отзыв на любую из моих книг по пиару на Литресе или Озоне. Жду скрин-шоты в личные сообщения Фейсбука с просьбой одобрить вступление в группу.

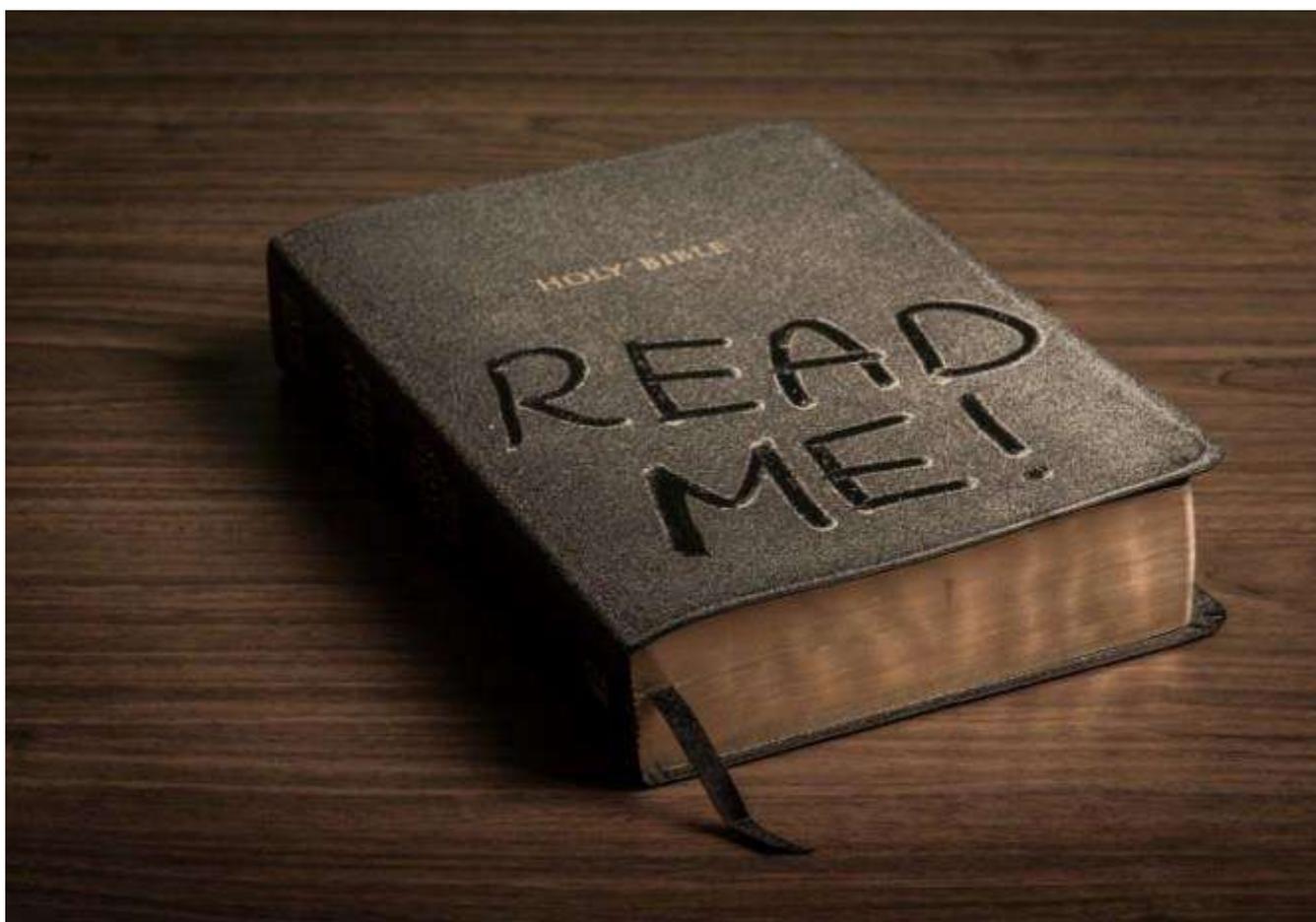
¹⁴ «После «Всезнайки» (The Know-It-All, попытки стать самым умным) и «До смерти здоров» (Drop Dead

Первое упражнение «Фиксация и виртуальная ораторика»

Определитесь, куда вы будете фиксировать ваши сделанные упражнения. Самые продвинутые могут это делать в своих, ваших соцсетях: прочитали, применили и отчитались. Каждый день вы отчитываетесь. Не забывайте ставить хэштег #Суперличность, чтобы я мог эти результаты отслеживать и как– то их комментировать.

Итак, *первое задание: будьте готовы рассказывать о ваших результатах во всеуслышание. Формируем навык письменных, если хотите, виртуально-публичных выступлений. А как минимум – записывать и фиксировать то, что вы услышите.*

Почему вы должны прочитать эту книгу?



Почему я решил написать эту книгу, и почему вы должны ее читать? Неоднократно слышу: «Вот, чувак, сначала ты сам самопиарься, а потом учи других», и так далее, и так далее.

Если говорить о себе, то я не могу сказать, что я суперзвезда. Я всего лишь кандидат философских наук и генеральный директор собственного пиар-агентства. У меня вышло пять книг в разных деловых издательствах и мне за них заплатили гонорары. На данный момент у

Healthy, попытки стать самым здоровым) **Эй Джей Джейкобс**, большой шутник и авантюрист, решил на новый эксперимент. По его словам, самый значимый в жизни. Он прожил 380 дней, следуя библейским правилам, которых оказалось более 700».

Это выдержка одной из рецензий на книгу <http://lifehacker.ru/2014/03/05/recenziya-god-prozhityj-po-biblejski-ej-dzhej-dzhejkobs/>

меня больше полусотни клиентов по личному пиару и 90 % из них довольны своими результатами, довольны тем, что с ними произошло. Что случилось с остальными 10 %, вы узнаете по ходу курса. Мое агентство входит в топ-50 лучших по России.

Звезд с неба не хватаю, я простой парень из Твери, набрался сил десять лет назад, чтобы перебраться в Москву.

Читать ли вам данную книгу? Это, конечно, ваше личное дело. Но я рекомендую, хотя бы, прислушаться к этим методикам, потому что для многих клиентов, которые намного известнее меня, они сработали на ура.

И такое наблюдение – пиарщик должен стараться быть всегда в тени, поэтому мои клиенты всегда известнее меня.

Личная история

А моя история такова: я приехал в Москву из Твери где-то примерно лет 10 назад. У меня не было вообще ничего, я нигде не работал. Я приехал просто, плюнув на все, и решил найти работу здесь, с нуля. Кстати говоря, мои советы о том, как найти работу с зарплатой на порядок выше, чем вы ожидали, тоже будут в книге. Все из личного опыта.

На данный момент у меня своя компания, свой бизнес и несколько партнерских проектов. Все это создано с нуля без стартового капитала. Поэтому, если вы стремитесь к чему-то большему, если хотите открыть свое дело и развить его, развить свой бизнес, развить свой личный бренд, то вы можете послушать данный курс.

Мне сейчас 33 года и у меня есть семья. Я таких людей обычно и встречаю у себя на семинарах, мастер-классах. Но об этой интересной закономерности мы с вами поговорим потом.

Итак, впереди нас ждет много интересного.

Кстати, в рассказанной истории, как я могу заметить со стороны – мало драмы! Заметили? Правильно, потому что книгу Александра Митты «Кино между адом и раем» я начал читать только сейчас. Вам советую сделать это, как можно скорее!

Кому нужна данная книга?



Кому же нужна данная книга, кому я рекомендую ее прочитать? Во-первых, тем, кто хочет развить свой бизнес через личный бренд, во-вторых, тем, кто хочет найти высокооплачиваемую работу и работу по душе, чтобы за нее хорошо платили.

Этому блоку будет уделено не очень много внимания, но два существенных совета, надеюсь, вам помогут сделать существенный прорыв в вашей карьере.

Сразу скажу, что задерживаться на работе на дядю не стоит. Это тухло. Я смотрю в глаза друга, который идет на работу в очень крупную организацию и вижу выражение: «На каторгу!» Хорошо, что он это понимает, и надеюсь, скоро ситуация изменится.

Рецепт такой. Нужно идти в свой бизнес. Как, зачем и почему на цифрах – я вам расскажу чуть позже. Пока просто поверьте, снова повторюсь.

Данную книгу рекомендуется прочитать тем, чья репутация и доход зависит от того насколько раскручен бренд, то есть это **писатели, ученые, бизнесмены, топ-менеджеры, кинозвезды, врачи, адвокаты, стилисты, вице-президенты банков**. Актерам, певцам и певицам, скорее, этот курс не подойдет. У нас были клиенты из шоу-бизнеса, но там немножко другие законы, немного проще, чем в бизнес-пиаре. Шоу-бизнесу будет уделен совсем небольшой блок в этой книге.

Про активность я расскажу, как сделать скандальный, взрывной и **быстрый пиар для ярких личностей, общественных деятелей**.

Книга так же рекомендована **тем, кто продюсирует звезд**, потому что, когда у вас в подчинении по факту множество разных персон. Кому-то поможет этот способ, кому-то другой, кому-то пятый, кому-то десятый.

Для продвижения личности вас ожидает примерно 100 приемов о том, как можно раскрутить, монетизировать, проявить активность личного бренда. Поэтому для кого-то

подойдут одни инструменты, а кому-то другие. Для кого-то одни и те же, но в разное время.

Ну и всем тем, кто хочет делать звездный пиар, кто хочет работать с первыми лицами, со звездами, звездами бизнеса, то есть **звездным пиарщикам**, всем рекомендована эта книга в обязательном порядке.

А также: **коучам, бизнес-тренерам, тренерам, психологам, психотерапевтам**.

Зачем нужен личный пиар?



Л И Ч Н Ы Й П И А Р



Личный пиар нужен, как ни странно, для безопасности, для вашей личной безопасности.

Вы помните, наверно, фильм «Брат», когда на Салтыкову чуть не произошло нападение братвы, и какая-то «шестерка» говорит своему боссу: «Слушай, а давай замочим там всех в квартире». А босс отвечает: «Ты чего охренел? Там же Ирина Салтыкова, ее вся Москва знает».

Если бы Салтыкову не знала вся Москва, если бы у нее был слабенький личный бренд, то, скорее всего, нападение бы состоялось и фильм «Брат-2» закончился бы по-другому.

Многие люди идут заниматься агрессивным личным пиаром, наращивают себе быструю известность буквально для того, чтобы его тихо не грохнули в подворотне.

Когда у человека сильная медийная полоса или медийный отблеск, его везде видно, то попробуй – тронь. Тут же случится большой резонанс.

Это вы можете видеть на примере многих наших оппозиционеров. Некоторые из них быстро строят свой личный бренд для того, чтобы успеть перейти за ту черту, за которой на него уже не рискнут покушаться. Все последующие происшествия просто уже раскручивают бренд человека и работают ему на пользу. Бывают исключения, «сакральные жертвы», но это именно трагические случайности, что выбор пал именно на него, на Бориса Немцова.

Да, на царей и президентов часто покушались раньше, но сейчас охота идет в основном, на вторых лиц, заместителей, «рабочих лошадок», без должного уровня самопиара.

Вы знаете одного мощного оппозиционера. От него исходит огромный информационный шлейф и шум. Это Алексей Навальный. Возможно, вы видели мою книжку «Принцип Навального» – история самого большого информационного взрыва в России. Я написал ее уже давно и еще тогда, три года назад, его бренд был уже очень сильным.

В то же время, мы знаем о том, что множество оппозиционеров тихо «ушли» от инфаркта, инсульта или просто исчезли в других странах. Произошло это практически незаметно, хотя они занимались примерно тем же самым, чем занимался Алексей Навальный. Произошло это потому, что они предпочитали работать, а не пиариться.

Все, больше политику мы трогать в книге не будем. Это отдельная большая тема, в ней есть свои профессионалы. Просто запомним одну мысль.

В нынешнем мире пиар и работа должны идти практически бок о бок. Сделал дело – отпиарь!

Следующий момент, который несет с собой **личный пиар – это новые клиенты**. В случае, когда у вас много личных продаж, когда вы «торгуете лицом» – личный пиар просто необходим. И чем больше ваше лицо появляется, тем больше идет продаж.

И, наконец, личный пиар нужен для **удовлетворения личных амбиций**, когда человек считает себя не признанным гением и хочет быть признанным.

Итак, **безопасность, новые клиенты (деньги) и самоудовлетворение**. Это три причины начать личный пиар.

А сейчас предлагаю поговорить о том, кто может вам помочь делать личный пиар – о личных брендологах, пиар-специалистах именно такого профиля – по персонам. С учетом того, что некоторым из вас придется самому заниматься своим пиаром – рассматривайте эту главу как список ролей. Кого сыграете? Расскажите потом обязательно!

Но прежде – о клиентах личных пиарщиков. Узнавайте себя на здоровье. И не обижайтесь.

Классификация клиентов личных пиарщиков



Первый тип для пиарщика, наверно, **самый беспокойный** – это люди, которые идут «с нуля» в самопиар, и они **хотят все и сразу**. В этом случае, работать сложно. Это, так называемые, «первоходы». Сложно тем, кто в этой профессии давно. А тем, кто является новичком в звездном пиаре – это самые интересные заказы. Профессионалы, как правило, «с нуля» будущих звезд не берут.

Эта книга как раз для того, чтобы подготовленные люди приходили за пиар-услугами что-то сделав предварительно сами, проведя работу. Это делать не так сложно, как кажется.

Второй тип – это **люди, которые понимают, чего хотят**. У нас была клиентка, у которой частная практика по лечению душ людей – известный экстрасенс. Она понимала, что если она 4 раза в месяц появится по телевизору, (только федеральные или московские каналы), то поток клиентов у нее не иссякнет, а продолжит оставаться на уровне, или расти.

Третий тип, который обращается за личным пиаром – это **попробовать**, например, занять новую должность по горизонтальной карьере. Или, например, у человека все в порядке и ему нужен пиар уже как «вишенка на торте». В этом случае работать довольно интересно.

Пиар – это инструмент успешных, а личный пиар – это инструмент успешных людей. Поэтому, воспринимать пиар как панацею не стоит. Это не та соломинка, которая вытащит вас из болота. Это мост к новому острову, но вы должны стоять на земле твердо, прежде чем обратитесь к пиарщику.

Плюсы и минусы личного пиара: Три горки славы



Люди!!!

Плюсы – это много новых лайков, сообщений, знакомств. Каждый день на вас идет новая лавина людей – клиенты, поклонники, враги. Это реально прикольно. Новые связи и контакты расширяют ваши нейронные сети и в общем, это полезно для здоровья.

Минус заключается в том, что в какой-то момент это надоедает и нужно как-то фильтровать, управлять этим.

Качество на совести

Следующая пара плюса и минуса такая. С одной стороны, будет много клиентов, с другой стороны, всех лично вы обслужить не сможете и поэтому будет падать удовлетворенность до тех пор, пока вы не отстроите систему. Но клиентов после личного пиара прибавляется.

Когда работать?

И наконец, самое веселое – вы перебарщиваете с личным пиаром и вам некогда работать. И наоборот, когда вы много работаете – некогда заниматься личным пиаром.

Получаются такие горки. Лучше сходить в парк и на горках побывать, чем прожить скучную жизнь без них, согласитесь? Бывает, сидишь дома, смотришь сериал и думаешь: «Да ну его на фиг, этот бассейн. Или этот спортзал. Или пробежку. Или секс». Но когда ты возвращаешься с тренировки, то понимаешь, какой же я был дурак, что вообще думал о том, чтобы физическую активность отместить? Так и с личным пиаром.

В данной книге вам, надеюсь, станет понятно, как соблюдать баланс между самопиаром и работой. Самопиар, как я говорил, можно делать и самому, не прибегая к услугам сторонних лиц и организаций. Вычленив из сотни фишек, о которых я вам расскажу те, которые у вас получатся лучше всего, выдадут наибольший эффект и ими пользоваться самостоятельно. И только, когда вал клиентов превысит порог, тогда нужно нанимать новых людей.

Панцирь Земфиры

Плюсом является – внимание со стороны множества незнакомых людей, но это же является и минусом.

Незнакомые люди начинают вас критиковать. Это становится обременительным. Нужно научиться жить под микроскопом, быть готовым к тому, что каждое ваше действие будет зафиксировано, обсуждено и обсосано. И надо учиться не обращать внимание на критику. Как говорила как-то Земфира, когда на нее свалилась слава, она вместе с популярностью начала быстро растить свой панцирь.

Мифы личного пиара



Миф 1. Зачетка не будет работать на тебя

Есть такой миф, что, дескать, если я построю свою личную репутацию, то она будет работать на меня вечно. Миф чистой воды!

Нельзя построить что-то и уже никогда к этому не возвращаться. Над личным брендом нужно работать постоянно, каждый день понемногу.

Миф 2. Угнать репутацию за 5 минут

Следующий миф о том, что репутацию, построенную годами, можно легко за пять минут разрушить.

Репутация делается руками и ими же выправляется. Нельзя ее сломать за пять минут и не восстановить за следующие три.

Мы видели все с вами ситуацию на высоком государственном уровне, когда после 28 февраля 2015 года в Москве на мосту около Кремля случилось громкое событие и на следующий день вину за него «повесили» на главу одного региона.

Буквально через день этот глава региона России был представлен к государственной награде, которая официально «не была связана с тем, какая критика на него обрушилась ранее».

Я надеюсь, вы поняли о ком идет речь. Хочу обратить ваше внимание на то, что даже в таком гигантском масштабе, выправление репутации за пять минут возможно так же, как и за пять минут ее разрушить. Почему так происходит? Потому что мы живем в мире новостей, а память у людей короткая. Поэтому – сегодня пропал, а завтра ты снова пан. И наоборот. И снова наоборот. И так до бесконечности.

Репутацией можно управлять в ручном режиме, вбрасывая все новые и новые события, поводы, инициативы.

Я являюсь сторонником активного управления личным и коммерческим брендом.

Есть теории, говорящие о том, что чтобы построить персональный бренд сначала нужно определиться с ценностями, нужно понять свою душу, прописать свои слабые и сильные стороны и только потом – начинать строить. Скажу вам, друзья, что это ерунда, по моему.

Не нужно уделять этому много внимания, потому что как только вы «входите с причесанным имиджем» в информационное поле – вас сразу же начинает «рвать на куски» и становится все по-другому. Поэтому я – сторонник **формирования личного бренда в действии**.

И тогда, никакие разрушения репутации за пять минут вас волновать не будут. То есть, репутация формируется через активные действия. Хотите – положительная, хотите – отрицательная. Смотря, какая вам нужна. Рейдерам или коллекторам, например, целенаправленно нужна плохая репутация. Чем хуже про них пишут, тем лучше они работают. Эффективнее. И обратное верно, если про них ничего не пишут – ни хорошего, ни плохого, значит – вообще «с радаров пропали». Это ко многим уже профессиям относится. Забвение – страшная мука.

Ваш бренд жизнеспособен только тогда, когда он динамичен и через серии поступков и стимулов внимание стягивается на вас и вами же управляется.

Я был на одном семинаре по личному бренду, где говорили, что самое главное – это почувствовать себя, почувствовать к чему лежит твоя душа, как тебя воспринимают люди и от этого исходить. Тоже чушь! Для ранимых душ.

Есть такой анекдот: Старый ковбой едет с молодым по прерии. Молодой ковбой спрашивает: «Слушай, Джо. Меня обозвали лошадьё. Что делать?». Старый ему отвечает: «Слушай, Билл. Если тебя назвали лошадьё один раз – не обращай внимания. Если тебя назвали лошадьё второй раз – пристрели его. Ну а если тебя назвали лошадьё в третий раз – надевай, дружище, седло и зарабатывай на этом бабки».

Спросите себя, какое вы животное? И я вам помогу надеть седло таким образом, чтобы оно было в пору и приносило удовлетворение и результаты.

Три главные ошибки в формировании личного бренда



Мы подошли к трем мощнейшим ошибкам, которые допускают люди, ввязывающиеся в историю личного пиара. Что же это за ошибки, которые сводят на нет работу пиарщика и самому человеку мешают жить?

Дрожат колени

Первая ошибка – это неуверенность в себе. Человек сомневается – «тварь я дрожащая и право имею», могу ли я самопиариться или не могу. Такой вопрос сам на себя и отвечает. То есть, если такой вопрос задается, то и ответ на него очевиден. Да, «тварь дрожащая».

Я вам скажу так. **У вас нет никаких объективных причин быть неуверенным в себе**. Даже если вы физически неполноценны – это тоже не повод быть неуверенным в себе. Итак, объективных причин быть неуверенным в себе нет, а есть только субъективные.

Маленький совет – не думайте о том, что вы можете быть неуверенными. Хлопните себя ладонью по лбу и скажите: «Я разрешаю себе быть уверенным». И не оглядывайтесь назад.

«Континентальная троица»

Вспоминается слова из веселого ролика¹⁵ про художника:

...Одна деталь имеет разные названия...
...Это могут быть и волосы, и одновременно очки...
...А это одновременно – и затылок, и роговица и ухо...
...Три фигуры спрессованы вместе ...

Да и сам художник, может работать под Пикассо, а может и под кубизм. Какое доверие у вас к этому художнику? Только ржака, доверия ноль.

Итак, вторая главная ошибка в личном пиаре – это **мультиформатность**.

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=aoPrri01IsM>

Когда у человека спрашивают: «Ты кто?» И он говорит: «Я немножко писатель, немножко актер, немножко художник, я еще и вышиваю крестиком». Что можно подумать, когда человек так представляется? И жнец, и жрец и на дуде игрец.

Сама эта поговорка говорит о том, что этого человека даже слушать не стоит, так как он сам еще не определился, кто он по жизни. Поэтому не нужно представляться мультиформатно. Сначала нужно определиться, возможно, сходить на тренинг предназначения, чтобы понять, кто вы и что вы. А потом окунуться в личный пиар и с какой-то одной темой двигать себя. Продвинете себя по одной системе – получится продвигаться и по другой.

Как же превратить мультиформатность в одноформатность? Есть маленький прием, если вы и жнец и жрец. Отведите второе дело в пункт биографии как экзотическое хобби.

В главе «Упаковка» будет пункт о хобби, и я расскажу, как этим пользоваться. На основе этого второго дела можно будет искать VIP-клиентов. Самое главное – быть кем-то одним. Только тогда можно приступить к полноценному личному пиару, не затормаживаясь на каких-то непонятных ресурсах.

Поэтому предлагаю определиться уже сейчас – кто вы по профессии. Запишите это себе и только в соответствии с этим работайте дальше.

Хочу быть, как дядя Степа

Очень грубая ошибка, зная о которой вы точно сэкономите себе уйму времени и денег. **Ошибка называется – подражание. Хочу быть «вторым Навальным», «хочу быть вторым Джоббом». Хочу быть как Бизнес-молодость. Хочу быть как Аяз .** Это реальные запросы моих потенциальных клиентов. Да что там греха таить, я и проект Суперличность придумал, чтобы «быть как Мультиличность» и Алекс Лесли, только с уклоном в личный пиар. Оооо, хочу такую же «секту» и много последователей. Хрена! Копирование не работает. Не будете вы «вторым кем-то». Нет, попробовать можно. Возможно, даже будут какие-то интересные побочные результаты в виде видео-роликов, книг, новых знакомств. Но стратегически это путь в никуда. **Делайте свое дело**, мой такой будет вам совет.

Система личного пиара: специалист – профессионал – мастер



Система личного пиара укладывается в одну таблицу.

Как вы видите, в каждой градации представлены десятки различных фишек. Мастер упаковываться будет не так, как упаковывается специалист. Профессионал будет проявлять совершенно другие активности, чем проявляет специалист или мастер. Поэтому вам надо понимать, на каком этапе вы находитесь, и что вам нужно конкретно делать. Вот это собственно и вся система.

Кто же такой специалист? Специалист – это тот, кому нужно найти работу, получить какую-то должность, совершить карьерный прыжок.

Кто такой мастер? Мастер – это тот, кто работает на себя и привлекает клиентов. Его задача – получение прибыли. Раскрутка личного бренда делается именно для этого.

Кто такой профессионал? Для него деньги уже не вопрос, его задача – управлять паствой.

Чтобы не загружать вас каждым из десяти приемов, скажу, что многие из них будут упомянуты по ходу чтения книги. То есть в упаковке будут и приемы мастерские, и приемы специалиста, и приемы профессионала. Вам нужно «примерить на себя» каждый из них кем бы вы ни были.

Основные моменты будут изложены в книге, а *ознакомиться с подробной таблицей сможете в закрытой группе в Facebook под названием «Супер личность».*

	<i>Упаковка</i>	<i>Активности</i>	<i>Монетизация</i>
<i>Специалист</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фото 2. Резюме 3. Характеризующие цитаты 4. Один блог 5. Визитка 6. Костюм 7. Отзывы предыдущих работодателей 8. Сайт на бесплатной платформе (weebly, wix, about.me, uCoz) 9. Сертификаты о прохождении курсов, тренингов 10. Спорт 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Электронная книга (литрес) 2. Комментарий в электронном СМИ (1 раз в мес.) 3. 1-3 профиля в соцсетях, профессиональная лента в соцсети 4. Публичное выступление (1 в квартал) 5. 5 новых визиток в месяц (bizfam) 6. Отзывы на профессиональные книги, фильмы (озон, кинопоиск) 7. 100 книг 8. 100 фильмов 9. 100 людей 10. Любой тренинг по личностному росту 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прибавка к зарплате (бонусная часть) 2. Хобби с деньгами 3. Свой бизнес «одного клиента» 4. Бесплатные консультации (1 в квартал) 5. Учитель, коуч, наставник 6. Свой хэлпантер 7. 10 новых работодателей и поддержание контактов 8. Комментирование коллег по цеху 9. Каталог пользы 10. Любая благотворительность
<i>Профессионал</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Три фотосессии 2. Блоги на популярных платформах 3. Статья (1-3 в квартал) 4. УТП (аудио-визитка) 5. Заменители Википедии 6. Продающая визитка 7. Сталист – стиль-бук 8. Видео-отзывы 9. Лицензия, разрешенная 10. Кандидатская диссертация, ученая степень 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Напечатанная книга 2. Комментарий в электронных СМИ (4 в мес) 3. Комментарий в печатных СМИ (2 в мес) 4. 1 ТВ в месяц 5. 5 соцсетей (VK, FB, LI, Tw, Tumblr, Inst, O). 6. Видео-блог 7. Фирменная презентация (Slideshare) 8. +10 новых визиток в месяц 9. Тренды личностного роста (RU) 10. Фото со звездами, Отзывы на посещения 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лицензия продуктов, не менее 10 позиций 2. Серия интервью 3. Книжки на рецензию, продукты на тестирование 4. Партнерства со звездами, совместные продукты 5. Фан-клуб 6. Свой бизнес 7. Свой пиарщик или агентство 8. 100 клиентов 9. Премальный продукт 10. CRM-система

	<i>Упаковка</i>	<i>Активности</i>	<i>Монетизация</i>
<i>Мастер</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Википедия 2. Политический статус 3. Ассоциация 4. Гербальника, свой логотип, экслибрис 5. Несколько образов с отличительной фишкой (усы, ручка, трость, сигара) 6. Своя тема, где вы номер 1 7. Кейсы, истории клиентов (драма, результаты) 8. Форум, супер-сайт 9. Докторская степень 10. 3 высших образования 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Книга в издательстве (гонорар, спонсорская поддержка) 2. Личный автобиограф 3. 4 ТВ в месяц 4. Все соцсети (+ЖЖ, Medium, G+) 5. Клип 6. Фильм, роль в сериале 7. Скандал (1 раз в месяц) – суд, ограбление, чп, ДТП и др. 8. Взводный курс 9. +100 новых френдов в месяц 10. Враг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интервью с известными людьми, потенциальными клиентами (1 раз в мес) 2. Тренинг 3. «Тысячник» или Мхат (1-3 раза в год) 4. Экспедиция, «крестовый поход» 5. Соратники, капитаны 6. Продюсер 7. Личный помощник 8. Пресс-секретарь 9. 2+ новых бизнеса 10. Паства, (в т.ч. звезды)
<i>Гуру</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сам себе СМИ 2. Президентская кампания 3. Запрет 4. Побег из страны, эмиграция 5. Смена бизнеса 6. Топ Яндекса 1-4 раза в год 7. Тюрьма 8. Общественное полезный сервис (РосЯма, Джастклик) 9. Свой дом 10. Свой город 11. Большая идея (бессмертие, Троя, партия) 		

Не волнуйтесь, если что-то у вас вызвало непонимание. Каждая деталь будет раскрыта, каждое слово будет объяснено далее в книге. Если вы что-то не поняли, всегда можно спросить в группе в Фейсбуке <https://www.facebook.com/groups/superperson/>

Нужен ли лично вам личный пиар?

Очень просто проверить, насколько сейчас вы хороши и нужен ли вам личный пиар.

Зайдите в любую поисковую систему и внесите свое имя и фамилию . Если в результате запроса появятся имена ваших тезок, однофамильцев, причем в социальных сетях, то, скорее всего, нужно прочитать главу «Упаковка».

Если на первой страничке все более-менее понятно, там есть ваш сайт, адрес вашего офиса или какие-то отзывы, то ваша задача заглянуть во вкладку Yandex-новости или Google-новости. Я рекомендую Yandex. Внесите ваше имя и фамилию и нажмите упорядочить по дате. Если в результате выбора про вас упоминаний нет или встречаются о тезках, то вам следует прочитать том «Монетизация».

Если вам не нравится картина, присутствуют пресные вещи (какие-то интервью и т. д.), то есть не видно движения, тогда ваш блок мастерский. Я вам расскажу, как поднимать множество информационных волн вокруг себя и для вас будет важен том «Мастерские фишки».

Прямо сейчас забейте ваши имя и фамилию в Яндекс и поймите, устраивает ли

вас эта картина.

Если она вас не устраивает – читайте эту книгу дальше, если устраивает – подумайте, чем она могла бы быть лучше. Как понять в этом случае? Все познается в сравнении. Забейте имя вашего ближайшего конкурента и посмотрите, как у него обстоят дела, какая картина. Далее решайте – хотите ли вы как у него или нет. Если да, то продолжайте читать.

Сколько времени требуется на личный пиар



Итак, вы узнали, как происходит личный пиар с «нуля». Если интересно узнать, как это происходит применительно к компании, то можете посмотреть соответствующую главу книги «Пиарщик на прокачку»¹⁶. Там добавляется отраслевой мониторинг для того, чтобы понять тему человека и комментировать новости по соответствующей тематике.

За какое время и за сколько денег можно делать личный пиар? Начнем со сроков.

Если применяется классический пиар, то сроки будут определяться специалистами. И это не менее чем 3–6 месяцев, после которых появятся первые результаты. Почему такие сроки? Сами подумайте: нужно составить базу СМИ, со всеми созвониться, провести медиа аудит (узнать отношение к человеку, узнаваемость, что слышали про человека, что планируете делать с полученной информацией). Это классический пиар.

Если применяется взрывной пиар, то первые результаты можно получить уже через неделю. Пройдет мозговой штурм, потом информационный повод начинает активно вбрасываться и происходит формирование картины. Таким образом, взрывной пиар экономит время, но стоит дороже. Для меня взрывной пиар интереснее.

После того как люди выходят на определенный уровень известности, часто спрашивают: «А что потом? Можно этим больше не заниматься?». Ничего подобного!

¹⁶ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/piarschik-na-prokachku-kak-effektivno-delat-strastnyy-i-zvezdnyy-piar/>

Выйдя на определенную орбиту, нужно постоянно заниматься пиаром и поддерживать уровень. То есть вопрос «За какое время?» не корректен. Пиаром нужно заниматься постоянно.

Итак, классический пиар – 3–6 месяцев, взрывной – до 1 месяца и главное – непрерывность.

А заниматься личным пиаром, повторюсь, нужно при самостоятельной практике – не менее 1 часа в день.

Сколько у кого стоит личный пиар? Типы личных пиарщиков



Цена личного пиара зависит от того, кого вы привлекаете на данную работу. Есть три типа личных пиарщиков.

Первый тип – это **ваши друзья**, фрилансеры, которые помогут распространить новости и даже бесплатно можно договориться с Первым каналом. Раз в год и палка без опыта работы стреляет, это правда.

Второй тип – это **фриланс**, который работает с вами на честном слове. Допустим делает вам заданное количество публикаций в месяц и получает за это фиксированный гонорар и бонус за вышедшие публикации. Например, фиксированный гонорар от 30 тыс. руб. до 50 тыс. руб. и бонус от 10 тыс. руб. до 30 тыс. руб. в зависимости от услуг (интернет-СМИ, радио, телевидение). Разброс цен очень большой. Можно договориться на оплату за результат, но я не рекомендую это делать, потому что фрилансер в таком случае не мотивирован. Вам это подойдет, если выходы в телеке вам нужны ситуативно. Закидываете так называемый депозит в 100 тыс руб из расчета 10 тыс за ТВ-выход или публикацию. И

сидите ждете у моря погоды. Может завтра будет сразу три приглашения в студию, а может, первое случится только через месяц-другой. Как повезет.

Третий тип – это **пиар-агентства**. В этом случае, у вас появляется персональный менеджер и команда из специалистов (копирайтер, сопровождающий на эфиры и т. п.), которые работают с вами. Поэтому, надежность возрастает, но растет стоимость и технологичность.

Я рекомендую иметь знакомство с хорошим пиарщиком, чтобы у него спрашивать мнение по методам работы с различными типами и их привлечению для разных целей. Это увеличивает эффективность работы примерно на 25 %.

Какие могут быть рекомендации? Как правильно пинать пиарщиков, как мотивировать их, как «грозить пальчиком», как благодарить, и так далее. И конечно, вам будут полезны рекомендации – как себя держать в кадре, как правильно говорить, как не бояться эфиров вообще и злых вопросов в частности. На частных консультациях я выдаю «Памятку спикера», где описываются конкретные практические упражнения.

Контакты для консультаций

Скайп: prmaslennikov

YouTube, инстаграм и твиттер: prmaslennikov

В Facebook и Вконтакте: ищите меня по имени и фамилии, я самый известный Роман Масленников из всех Романов Масленниковых

В facebook я принимаю в закрытую группу только тех, кто подтвердит свою покупку книги или аудио курса и т. д. В группе можно обсудить вопросы, поставив хэштег #Суперличность с обращением ко мне.

Личные консультации, в том числе о порядке цен, возможны, если вы напишите личное сообщение. Они могут быть часовыми и дневными.

Бесплатная консультация



Хотите бесплатную экспресс-консультацию?

Не вопрос. Оставьте отзыв на эту книгу на Озоне и на Литресе вместе с репостом с

активной ссылкой в вашей любой социальной сети. Пришлите мне в социальную сеть скриншот в личном сообщении. И я вам пришлю «Памятку спикера», а также подскажу, что и как.

Долой белых и пушистых!

Многие понимают репутацию как нечто хорошее, личный бренд чем он шоколаднее, тем он лучше. Это не совсем так.

Не все о человеке должно быть прекрасно, потому что тогда ему не верят.

Когда человек, который занимается самопиаром, предстает перед людьми в белом фраке, то к нему сразу доверия – «ноль». Почему?

Человек должен быть «живым», умным, веселым и иметь свои недостатки. 15 % негатива про вас – это нормальный уровень. Негатив можно создать и самому, но таким образом, чтобы его контролировать. Собственно, если вы себя ругаете, то вы уже это контролируете.

Задание 2. Поругайте себя в сети публично! Можно анонимно, можно, от своего имени.

Тут есть небольшая тонкость. Атакуйте свои второстепенные свойства и преимущества. Например, вы опытный стартапер, консультант. Можно себя покритиковать за ужасную внешность на фотосессии. Так недавно наблюдал интересный откровенный пост в Фейсбуке от Таисии Кудашкиной. Она писала, что проводила фотосессию очень долго, потому что выглядит как замученная лошадь¹⁷. Bravo. Так раскрыться – мало кто сможет.

Интересно вот что.

Через несколько дней она опубликовала пост на тему¹⁸ «Сколько мне брать за консультации?»

То есть, понимаете, вот она – закономерность. Сначала самокритика. Затем – монетизация. Человек говорит правду, значит, ему можно верить. При том, что правда очень нелицеприятная.

Катя Кононова тоже себя любит ругать в фейсбуке. Мол, она из провинции, и «можно вывести девушку из деревни и нельзя деревню из девушки», и все такое. Но атака, заметьте, идет на второстепенные качества. И клиентов становится, уверен, только больше.

Так что, ругайте себя на здоровье!

Работа с негативом

¹⁷ <https://www.facebook.com/taisiya.kudashkina/posts/1270232242994223?pnref=story>

¹⁸ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1271631312854316&set=a.762981653719287.1073741826.100000223788781&type=3&theater>



Принцип Филиппа Киркорова и Димы Билана

Мы выяснили, что главное в самобичевании или заказанной критике не атаковать свои основные свойства. Допустим, если вы певец, то можно рассуждать о своей сексуальной ориентации сколько угодно, но при этом не касаться качества голоса.

Атакуйте себя, имейте на себя компромат и периодически его «выбрасывайте», но тот, который не касается основных свойств вас, как продукта. Так делают и певцы из заголовка данной статьи. Так делает Алекс Лесли. А вот как действуют бизнесмены.

Репутация киллера

Репутация – это количество «трупов» за вашей спиной, как говорил Евгений Гильбо. Если вы предприниматель и умеете судиться (суды выиграны), то вы хороший предприниматель. Если вы судиться не умеете и «трупов» нет, то скорее всего к вам будет много вопросов, почему до сих пор вы не совершили каких-либо значимых событий.

В Европе, Америке предпринимателей оценивают по количеству выигранных судов. В России это могут быть разрешенные спорные ситуации. Чем больше их было, и вы вышли из них в шоколаде, тем лучше для вашей репутации.

Многие считают репутацией – количество заключенных удачных контрактов,

положительных упоминаний. Это не так! Вернее, не только. По-настоящему хорошая репутация – это количество «трупов» за вашей спиной, помните об этом.

Мы еще поговорим о том, как можно делать из судов пиар-повод, если они заведомо проигрышные. А пока рекомендую на эту тему веселый сериал – «Юристы Бостона». Там много примеров и на ту, и на другую тему. И про имидж с репутацией очень много зарисовок.

Глава II

Упаковка личного бренда

Введение

В данной главе мы поговорим с вами про упаковку личного бренда. Вы узнаете информацию и сделаете упражнения по следующим моментам: фамилия, фотография, биография, визиток, аудио визиток, блогов, доменов, сайтов, персональных логотипов, резюме. Так же вы узнаете несколько маленьких историй по поводу поиска работы, увеличения зарплаты и перехода в свой бизнес. И еще некоторые интересные приемы.

Рекомендую иметь под рукой бумагу и ручку.

Википедия и ее аналоги



У вас есть биография. Но что с ней делать? Да, ее можно запаковать в пресс кит, медиа кит и так далее. Об этом я расскажу в следующем блоке про активности.

Биография должна работать постоянно, а не по запросу. Вы прислали биографию, человек ее открыл и сразу захотел вас пригласить для интервью, комментария и т. д. Это работающая биография. Но... Биография должна «висеть» где-то и работать на вас 24 часа в сутки. Лучше если это будет биография в википедии, но в нее не все биографии можно разместить, потому что там нужны объективные ссылки на СМИ, подтверждающие каждое слово про вас.

Как делать объективные публикации в СМИ я расскажу позже. А сейчас я расскажу где

разместить биографию без строгой проверки, если вы ее составили по принципам, с которыми вы ознакомились в предыдущем блоке.

Три сайта аналоги википедии, которые работают не хуже. Это: циклопедия (cyclowiki.org), викиреальность (wikireality.ru) и викитрадиция (traditio.wiki). Моя знакомая, которая посещала тренинг «Суперличность», не разбирается ни в интернет-разметке, ни в html-языки, и вообще никогда не слышала о циклопедии. Она – разместила свою биографию за 15 минут. Это задача не сложная вообще.

Если вы хотите проконсультироваться по этому вопросу, то бесплатно это можно сделать, написав на адрес a@msk-pr.ru (Антон). На этот же адрес можно написать и о том, что вы сами не хотите это делать, а готовы отдать эту работу специалисту. Консультация бесплатна, работа – за деньги.

Есть еще «пиратский способ» попадания в циклопедию. Например, у моего знакомого бизнес – тренера не сразу получилось разместить биографию, а вот кино продюсер взял биографию Дэвида Боуи, вставил свое имя и это заняло пять минут. Биографию разместили, и она до сих пор там есть, хотя он сделал это в качестве прикола¹⁹. Но в шоу-бизнесе границы разумного немного смещены. Там можно позволять себе немножко больше, и никто слова не скажет. Мол, клоуны, им по статусу положено.

Посмотрите, как написаны биографии людей, которые немного выше вас в карьере той сферы, в которой вы находитесь. Можете взять оттуда что-то интересное, модифицируйте.

Задача для новичков – разместить биографию в циклопедии, более продвинутым – в викиреальности или викитрадиции. После размещения, пришлите мне ссылку, и я дам обратную связь в Facebook-группе по качеству работы.

Подпись со ссылкой

¹⁹ Возможно, к выходу книги в текст биографии будут внесены правки. Но все равно, стоит с ней познакомиться, как сделанной за 5 минут. Дэн Пэ – «хамелеон российского Рунета» – http://cyclowiki.org/wiki/%D0%94%D1%8D%D0%BD_%D0%9F%D1%8D



Маленькая фишечка, о которой многие забывают, но она приносит очень хорошие дивиденды.

Расположите в вашем электронном письме подпись, в которой будет коротко описана ваша деятельность. Внесите туда цифры, которые уже научились писать в вашей биографии, можете внести краткую информацию о вашей компании. Лучше всего, если там будет размещена гиперссылка ссылка на ваши сайт или личный проект. При этих условиях подпись у вас заработает и будет работать всегда при отправке электронного письма.

Многие, даже серьезные люди, забывают про этот маленький момент с подписью. А ее просто нужно сделать один раз и это будет рабочий инструмент.

Ради интереса, после создания подписи с гиперссылкой замерьте статистику на вашем сайте на предмет источника попадания людей на сайт. Посмотрите какой процент людей, которые пришли на сайт по гиперссылке с почты. Сравните показатели в настоящий момент, и после размещения гиперссылки в подписи. Я гарантирую, что процент возрастет.

Образцы подписей великих и не очень людей я привел в книге «Наконец-то знаменит». Работает одинаково хорошо для всех.

Поставьте гиперссылку на всех ваших почтовых ящиках, мобильной почты, планшетах и т. п.

Аудио – визитка



Когда вас просят представиться, а вы говорите о том, что вы занимаетесь многим, допуская ошибку мультиформатности. В результате это производит впечатление не в вашу пользу и обращают внимание на следующего. Еще ошибка, когда люди начинают презентовать свой проект, удачные мероприятия, получение призов, желание получить инвестиции. Это неплохо, но вас не запоминают.

Как же правильно представляться? Какую иметь аудио-визитку, чтобы она была работающая, мобильная и гибкая?

Формула аудио визитки следующая:

я помогаю.... (здесь вы описываете целевую аудиторию) **даже если...** (здесь вы указываете препятствия, при которых вы помогаете целевой аудитории).

Пример: «Я помогаю бизнесменам раскручиваться в прессе, даже если про них никогда и ничего не знали, а они этого достойны».

При таком представлении, люди сразу понимают, что человек работает для них, и он чем-то может быть полезен, и при каких условиях. Эту формулу можно адаптировать под любую аудиторию.

К примеру, вы фотограф и выступаете на Бизнес-молодости, ваша аудио-визитка может звучать так: «Я помогаю молодым бизнесменам иметь хорошее фото портфолио, даже если они не знают, что это такое».

А для фотографа на светской вечеринке подойдет такая аудио-визитка: «Я помогаю светским львам и львицам занять офигенную фотосессию, даже если они считают, что их конкурент сделал уже что-то непревзойденное».

Вы должны понять, что аудио-визитка должна начинаться с той аудитории, которой вы представляетесь. Тогда вас запомнят и поймут, чем вы можете быть полезны. Потом у вас естественно попросят визитку.

Задание 3. Прорепетируйте представление для разных целевых групп.

Фишка. Недавно выступал на Инфоконференции-2016 у Андрея Парабеллума, где был классный ВИП-день. Там гуру раскрывал интересные секреты. Один из них касался как раз представления в аудитории и на тусовке. Называется прием «**Я ищу...**»

- Чем ты занимаешься?
- Я ищу спонсоров для своего документального фильма про селфи. А ты?
- Я ищу, куда вложить деньги. В какой-нибудь культурный проект, который «взорвет»

эфир».

– Отлично, что мы нашли друг друга!

Через «я ищу...» тоже можно эффективно представляться.

Блог, Эхо, Сноб, ЖЖ

Личный блог – это замена персональному сайту. В отличие от сайта, блог делается очень быстро. Он должен быть открыт на существующей системе, в которой уже есть сформированная целевая группа, трафик, своя аудитория.

ЖЖ раньше был таким инструментом, платформой, но сейчас он на третьем месте в моем личном топе.

В мире больше 100 сформированных блогерских платформ. Более 100 вариантов где угодно открыть блог. Проблема в том, что блоги могут быть узкоспециализированными (IT, для мам и т. п.), но вам они скорее всего не подойдут. Хотя... Вот список, посмотрите – <https://yasa.yandex.ru/yasa/cat/Blogs/>

А есть универсальные, в которых можно открыть блог любому специалисту, в котором аудитория будет работать именно на вас.

Что же это за блогерские системы? Это Эхо Москвы или портал Сноб. ru. На Сноб. ru вход платный (примерно 15 000 рублей за полгода)²⁰, а на Эхо Москвы бесплатный с заполнением анкеты. На Эхо Москвы вы увидите много сумасшедших комментаторов, которые тоже пытались открыть свой блог, но не смогли из-за сложной системы проверки адекватности человека. Надеюсь, у вас не возникнет проблем, как и у моих клиентов из разных областей, которые успешно открыли свои блоги. Открытый блог сразу же начнет работать.

Попробуйте открыть блог на Эхо Москвы , а если у вас аудитория премиальная, то стоит разместить, а Сноб. ru.

В последнюю очередь можно рассмотреть ЖЖ как платформу, в которой будут репоститься и сохраняться все ваши записи, вышедшие на ранее обозначенных системах.

Что писать в блогах? Об этом мы поговорим дальше.

Соцсети

²⁰ Актуальные цены можно посмотреть здесь <https://snob.ru/subscribe>



Я вам расскажу про три момента, от которых зависит эффективность самопиара в соц. сетях.

Первое. В каждой соц. сети должна быть своя лента, которая на 50 % состоит из ваших профессиональных забот, историй, кейсов и так далее.

Например, если вы налоговый, то там должно быть все про налоги, если вы аудитор, пусть там будет все про экономику, если стилист – все про персону, моду. Все остальное должно быть личным, но с привязкой к профессии. Например, когда вы путешествовали, подметили что-то про стиль, налоги т. п. И где-то 10 % должно оставаться на какие-то совсем личные вещи: дети, подарили букет цветов, где выпили чашку кофе. Итак, 90 % ленты должен говорить про ваш профессиональный кругозор.

Второе. Во всех соц. сетях должна быть одинаковая аватарка. Идеально – в деловом костюме. Более того в WhatsApp, Viber, Skype, Messenger и прочее тоже должна быть одна и та же аватарка.

И третье. В соцсетях нужно постоянно «приращивать» друзей. В противном случае, это будет «вещь в себе», то есть там ничего не происходит из-за одних и тех же слушателей. Конечно ж речь не идет о покупных ботах. Все понимают, что если есть 10 000 друзей и три лайка, то значит это накручено.

Как сделать, чтобы друзья прибавлялись? Подробные фишки я расскажу в блоке активности. А сейчас про самую главную фишку, которую я узнал не так давно в закрытом клубе предпринимателей в Липецке, где есть целая SMM-контора во главе с Алисой Завертяевой, которая всегда изучает новинки.

Я сам применял эту технологию ежедневно, точнее не я, а мой помощник. Но в любом случае, это занимает очень мало времени ежедневно и дает прирост как минимум 10 друзей в день.

Итак, я просто поздравляю в Facebook всех с днями рождения. Там есть специальная уведомительная штучка, которая подсказывает у кого сегодня день рождения. Ваша задача просто написать «на стене» этого человека: «Привет. Поздравляю с праздником. Пух.». И все! Больше ничего не требуется. Для всех может быть однотипное предложение и это

нормально для эффективности. Как только вы пройдетесь «по стенам» именинников – смотрите на количество добавившихся друзей. Оно будет увеличиваться.

Про другие способы естественного приращивания друзей в Фейсбуке читайте в моей специальной статье – <http://websarafan.ru/author/roman-maslennikov/>

Логотип человека



Персональный логотип, в принципе, не является обязательным. То есть фотография, аудио – визитка, фамилия, биография, подпись, википедия, блог, сайты, соцсети – это обязательно. Все остальное – факультативно. Это тоже работает на ваш имидж, но меньше.

Многие серьезно задумаются над тем, какой же должен быть логотип? По сути это не важно. Но если вы хотите его иметь, то нужно задуматься чтобы он был интересным, вашей черной меткой. Печатью, если хотите, которой вы будете «метить» весь окружающий мир. Например, книги.

Есть такая фишка – экслибрис (печать). Вы изготавливаете его, и это становится вашим персональным логотипом. У меня, например, на экслибрисе изображен льющийся поток масла из масленки, и он льется в огонь. То есть я как бы хочу показать, что подливаю масло в огонь. Это придумал не я, а дизайнеры. Вам тоже рекомендую обратиться именно к специалистам для создания вашего визуального воплощения. Доверьте дизайнерам придумать ассоциации все, что выше второго уровня.

Примеры логотипов персон я привел в книге «Наконец-то знаменит». Можете также посмотреть афиши крупных диджейских мероприятий. Их образцы я приводил в книгах «Супердиджей».

Задание 4. Делайте логотип, экслибрис ²¹.

Геральдика

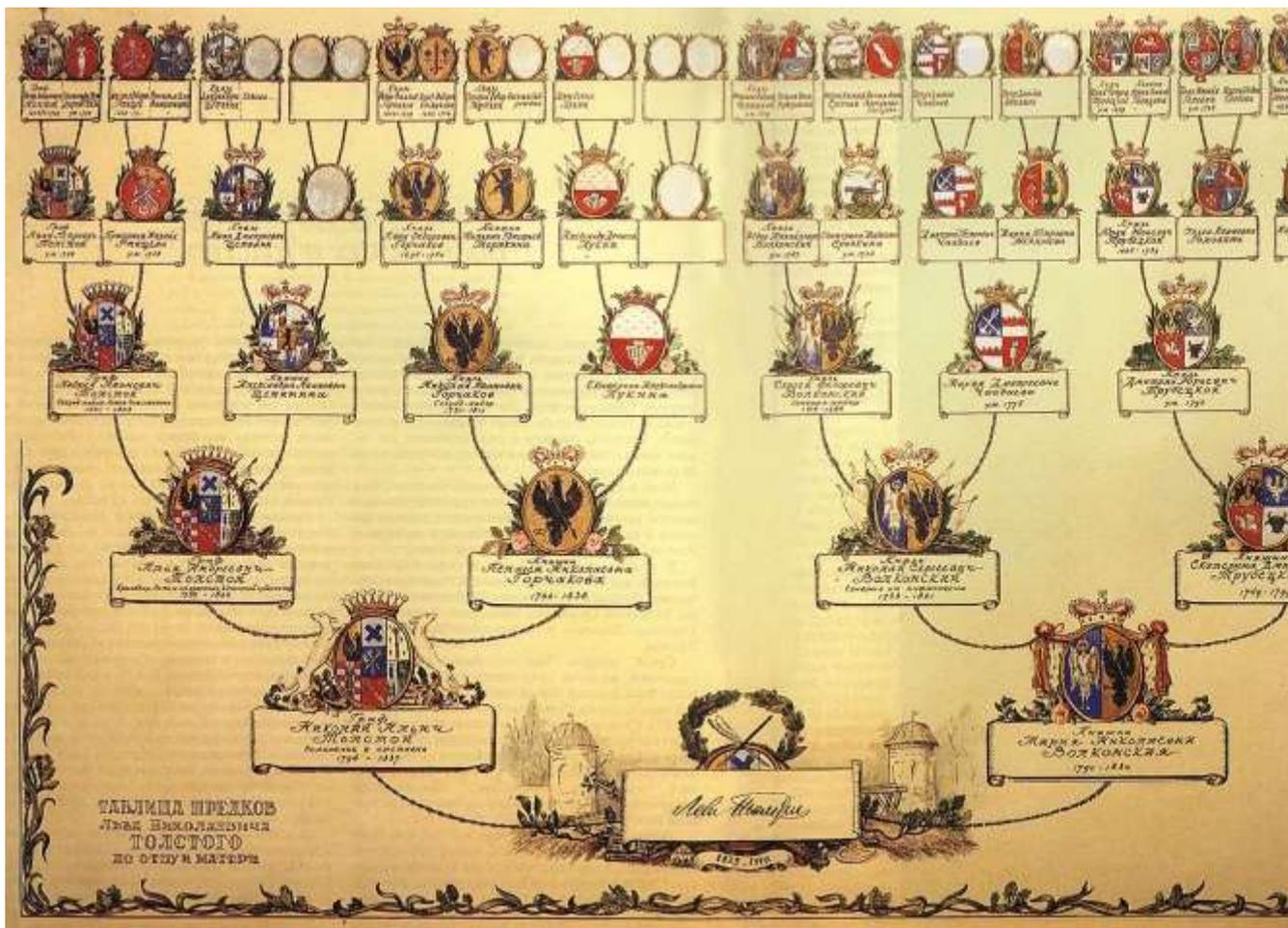
²¹ Можно заказать экслибрис, например, на этом сайте www.ottiska.net



Это более усложненный вариант логотипа. Вы можете заказать специальное исследование, по результатам которого специалисты нарисуют ваш герб. Эта штука интереснее логотипа. Герб может содержать в себе много разных символов и много логотипов может быть объединено в одном гербе. Но это исследование затратное. Это серьезный подход. Но иметь собственный герб – это круто!

Задумайтесь над этой фишечкой тоже. Почему бы и нет?

Родословная



В любом случае, неплохо бы изучить свое генеалогическое древо. В интернете есть даже специальные программы, в которых вы вбиваете ваших родственников и получается визуальная красивая картинка – генеалогическое древо.

Для чего это нужно? Изучение рода – занятие само по себе увлекательное. Можно передать результаты вашим детям, рассказать им кто были ваши бабушки, прабабушки и так

далее.

В процессе можно обнаружить родных, которые занимались профессией аналогично вашей. Не обязательно, что вы их найдете сразу, но один из сотни найдется точно. И если такой человек найдется, то можно объявлять себя потомственным «кем-то там». Это очень здорово и к тому же является некой визитной карточкой и оплотом надежности. Это конкурентное преимущество.

Если такого человека не нашлось, то его нужно просто придумать.

Резюме



У вас есть хорошая биография и резюме. Но как же найти работу мечты так чтобы не искать, а получать предложения?

Расскажу о двух фишках, которые очень хорошо работают.

Во-первых, это **инициативность**. Когда вы приходите на собеседование, сразу транслируйте то, что хотите реализовать на этом рабочем месте. То есть, проявляйте инициативность и показывайте свою осведомленность о компании. У меня знакомый пришел в качестве соискателя на должность пресс – секретаря одной из авиакомпаний и когда он рассказал какие есть у компании информационные пробелы и что бы он сделал, им очень заинтересовались и в результате приняли на работу.

Работодатель, однако, очень удивился, что столько человек знает о компании. Знакомый рассказал, что это очень просто: зашел в Медиалогию (портал, который занимается мониторингом), взял тестовый доступ, выгрузил всю информацию за последние 3–6 месяцев и вот результаты. То же самое можете проделать и вы, идя на собеседование и уже предлагая разные идеи.

Собственно, я сам так нашел работу в Москве в 2004 году. Примерно месяц у меня это заняло. И в конце концов на одном собеседовании я сказал, что вообще-то вам нужно сделать то-то и то-то, тогда у вас будет все хорошо. То есть я вместо того, чтобы в 55-й раз пересказывать свое резюме, предложил свои идеи для результата. А результат – это раскрученный бренд и новые клиенты.

Советую послушать вам советы по правильному трудоустройству отдельно. Эту тему хорошо разработали такие мастера своего дела, как Алена Владимировская, Ильгиз Валинуров,

Тамара Сиукати и Арамис Каримов.

Во-вторых, нужно **проявлять инициативу заочно**. Как это сделать? Напишите статью, в которой упоминаете потенциального или потенциальных работодателей с упоминанием брендов в части предложения идей. Опубликовать их можно через сервис В2Вблоггер или Прессуха за 500-5000 рублей.

Итак, **берете интервью у самого себя** либо пишете какую-то программную статью, в которой выдвигаете инициативы, упоминая бренды ваших потенциальных работодателей. Поверьте, они вас отмониторят, статья попадет на стол руководителям компаний и, скорее всего, вами заинтересуются. Мой знакомый консультант таким образом получил в работу проект от компании Microsoft, предварительно разнеся в пух и прах какую-то очередную стратегию по В2В направлению. Я видел эту статью. Она была разгромная.

Таким образом для эффективного поиска работы нужна инициативность и арт-подготовка в виде статей.

Стиль-бук



Когда у вас уже есть деловая униформа, неплохо бы сходить к стилисту. Стилист даст вам так называемый стиль-бук, по которому вы дальше будете себя «упаковывать» в плане одежды. С девушками будет чуть дольше.

В моем случае, стилист Татьяна Попова подготовила мне стиль-бук примерно за неделю, предварительно 15 минут посмотрев на меня, примерив ко мне цвета, обмерив объемы. Результатом явилась презентация, в которой я увидел одежду на каждый день, на праздник, по сезонам со ссылками на места, где ее можно приобрести. Очень удобная вещь.

Я рекомендую вам обзавестись стиль-буком, чтобы не думать о выборе одежды, не приобретать лишнего, а покупать согласно рекомендациям стилиста. Этим занимается компания Колор Ми Бьютифул, но вы можете обратиться и к любому стилисту, который ходит с вами на шопинг и поможет вам с выбором, дав все рекомендации.

Посмотреть мой стиль-бук можно в сообществе «Суперличность» в Facebook или попросив у меня в личном сообщении.

Кого я еще рекомендую из стилистов? Романа Белоснежного, Натали Богданову. Только не «Мастерскую классического костюма»))) Там дерутся)))

Итак, ваше следующее задание – поход к стилисту.

Отличительная фишка



Это не является обязательным элементом при ваших «упаковочных» действиях, но это – изюминка.

Что это может быть? Например, трость с набалдашником или их набор (как у Ефима Островского), бабочка, лысая голова (Сергей Азимов), перстень, серьга в ухе, необычная прическа, присутствие на людях с трубкой как Александр Белановский. Такие отличительные особенности делают вас запоминающейся личностью.

Мой знакомый режиссер рассказывал мне, что Мик Джагер ему запомнился еще с детства, потому что у него был бриллиантовый зуб.

Сейчас новомодная фишка – мягкая игрушка, которая путешествует вместе с вами. Если вам запрещено продавать, рекламироваться и тому подобное, то куда бы вы не пришли всегда можно поставить рядом свою игрушку, как некий маячок и он уже все сделает сам. Это может быть кукла, мультяшный персонаж, детская игрушка – что угодно.

У меня, например, пока нет отличительной фишки. Я нахожусь в поиске. Возможно, это лысина, которая теперь известна не только близким, но и «Яндексу». Но, в общем-то, можно прожить и без нее. Просто – почему бы и нет.

Задание 6. Подумайте и найдите вашу отличительную фишку и пусть она будет в вашем арсенале.

Отзывы в ваш адрес

Очень важно собирать отзывы в ваш адрес. Когда у вас много отзывов – это ваши продающие моменты. Как правильно делать отзыв?

Отзыв не должен быть типа «Все было круто, классно. Я рекомендую». Лучший отзыв – это результаты ваших клиентов. То есть в качестве сравнения – было – стало. Например, был доход 10 000 стал 100 000 и т. д.

Очень хорошо, когда в отзыве упоминаются детали, которые случились в процессе

вашей работы. Деталь может быть не существенная, но она делает отзыв достоверным.

Например, «Мы работали с этим человеком, все было хорошо, нам все понравилось особенно запомнился ресторан, в котором мы проводили первую встречу. Там были такие лобстеры и мы чуть не сломали об них ногти, пока отрывали клешни, но в итоге, нам помог метрдотель и лобстерская вечеринка завершилась успешно». Лобстеры – вот что запомнилось. Человек, который читает отзыв – верит ему, потому что в нем есть такая запоминающаяся фишка.

Можно совмещать до и после, какие-то факты, цифры, результаты плюс отличительные фишки и это будет бомбовый отзыв в ваш адрес. Это поможет привлечь новых клиентов, которые будут читать эти отзывы.

Если отзывов нет – озаботьтесь этим, если есть, то и нужно делать по выше рассказанному образцу.

Ученая степень



Нереально сильно влияет на ваш личный бренд. Когда у вас есть докторская степень, кандидатская, отношение совсем другое.

Я вам рекомендую не покупать диплом, а пройти обучение, получить какую-то степень: МВА, кандидат наук.

Ученая степень добавляет вам вес в глазах окружающих и добавляет несколько нулей к вашему гонорару. Лично, как кандидат философских наук, проверял – работает.

Политика

Политический статус делает вашу стоимость как специалиста кратно больше. Когда у вас есть политический статус, даже самый захудалый, начиная от статуса муниципального депутата и заканчивая членом общественной палаты или государственного учреждения.

У меня на мастер-классе был один бизнес-тренер по продажам. Когда мы дошли до выяснения о наличии у него политического статуса, он воскликнул: «Эврика! Бинго! У моего знакомого бизнес-тренера есть статус то ли депутата, то ли кандидата «куда-то там» и у него гонорары в два раза выше. Я до сих пор не понимал почему, а теперь понял».

Как получить политический статус, если вы не можете войти в какую-либо ассоциацию, вступить в партию и т. д.? Можно, но не очень просто, зато эффективно. Посмотрите какие будут ближайшие выборы и станьте кандидатом на какую-либо должность. Статус кандидата куда-либо уже делает вам имя. Даже если вы никогда не появитесь в википедии, но были кандидатом куда-либо, уже будет большим плюсом.

Я вам рекомендую зайти в интернет и набрать в поисковой строке – выборы мэра Москвы и обратить внимание на список кандидатур, которые были заявлены. Список, скажу я вам, внушительный. Многие кандидаты заявили, но не предоставили регистрационных документов и все равно они остались в истории, в википедии. Там люди различных категорий и профессий: адвокаты, безработные, генеральные директора компаний. То есть это реально отличный пиар.

Иногда, в выборах участвуют не для того, чтобы в них победить, а для того, чтобы занять там второе место и получить за это либо деньги, либо какие-то другие преференции или за то, чтобы ты снялся и получил какую-то другую должность. Но это уже другие истории, политические технологии.

Итак, важное

задание 7. Вам нужно получить политический статус для увеличения гонорара . Пусть это даже будет общероссийский народный фронт (ОНФ) или Партия Единая Россия. Займитесь политикой или она займется вами.

Следуйте плану!

Итак, подошел к концу наш блок «Упаковки». Вы узнали много нового, обязательных и необязательных вещей. Ваша задача – сделать себе те пометки, которые вас зацепили. Реализуйте их. Поставьте даты к тем пунктам, которые обозначили и начинайте их делать.

Всегда можете проконсультироваться со мной, если у вас что-то не получается. Пишите в личные контакты. Посетите мой сайт proctor-vip.ru или позвоните по телефону.

Глава III. Активности в СМИ и не только

Введение

Сейчас прежде чем начать работу в СМИ, блогах, я расскажу, как нужно к этому подготовиться.

Частично мы уже к этому подготовились, сделав «упаковку», но есть несколько специфических вещей и одна из них пресс кит. Так же расскажу о том, как делают новости, что и как писать в блоге, зачем и как пишутся статьи, сделаю обзор пиар сервисов, глобальный пиар, три фишки в соц. сетях с мгновенным результатом, как пробивать ваши частные инициативы под видом общих и как правильно организовывать публичные выступления.

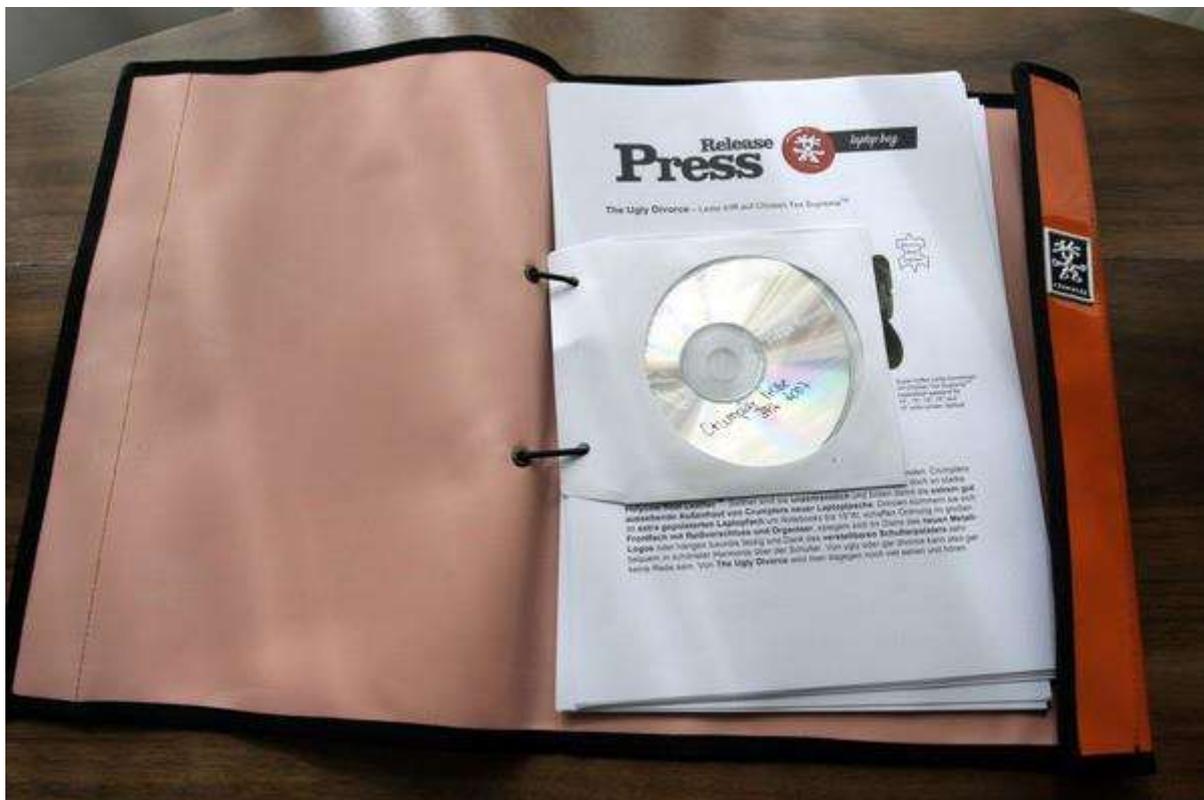
Кроме этого, затронем несколько моментов, касающихся взрывного пиара для личности. Ну и конечно же поговорим про книги и networking.

Нас ждет масса активностей. Берите себе любой кусочек от этого торта, пиццы и кушайте его, получая на выходе калории в виде повышения профессионализма, большей

узнаваемости.

Берите ручку и бумагу и вперед!

Пресс-кит



Прежде чем делать пиар в СМИ, на TV, в интернете, в электронных изданиях, я расскажу, что должно быть для начала.

Сейчас пресс-кит во многих запросах не спрашивают. На пиар сервисах, о которых пойдет речь дальше, просто задают вопрос и предлагают быстро на него ответить. Обычно в течении суток.

Хорошие запросы приходят от первого канала и от других уважаемых каналов. Они хотят быстрого и интересного ответа. Во вторую очередь вас могут попросить прислать про файл о компании. Обычно, это происходит тогда, когда вы главный герой в статье, либо одним из трех героев.

Вот у нас недавно вышла статья в ведомостях про нашего клиента и там накануне у меня спросили про файл компании (сколько компания существует на рынке, чем занимается, какой оборот и справку о личности генерального директора (возраст и т. п.). Статья вышла, но в ней не было упомянуто об обороте компании, возрасте директора. Тем не менее информация должна быть всегда под рукой.

Если вы готовите большую публикацию, тогда пресс-кит нужен.

Пресс-кит в чем-то похож на биографию. Пресс-кит – это «сухая» информация с фактами, без лишних красивых слов. Мне прислали справку и в ней было написано «наикрупнейший, ведущий в России...». Это лишнее. То есть все должно быть написано

конкретно и без превосходной степени изложения. Например, «Холдинг.... Работает сгода. Направления деятельности...генеральный директор.....».

Итак, пресс-кит должен быть в виде короткой справки, размером максимум в 5 SMS. При этом должна быть еще справка в Word или PDF, которую можно разместить на сайте и которую можно оттуда скачать при необходимости.

Примеры образцовых пресс-китов, по моему мнению, у Радислава Гандапаса и Барри Алибасова младшего. Можно зайти к ним на сайты и посмотреть. Там есть фотка, факты, контакты, соцсети, контакты помощника, ссылка на фотоархив.

Пресс-кит можно сделать на своем сайте, во ВКонтакте, в облаке (возможность «расшарить» ссылку для тех, кто хочет ознакомиться).

Ваше задание 8 – сделать пресс-кит. Хотя в каком-то виде запишите информацию о себе в один документ, и будет вам пресс-кит. Мне рассказывали, что у великого маркетолога Самвела Аветисяна пресс-кит представляет собой документ в ворде на одну страничку с невероятным количеством ошибок и ляпов. И ничего. А вы чем хуже?

Пиар в интернете

Пиар в интернете отличается тем, что из текста ничего практически не вырезают. За редким исключением, когда статью нужно вместить при ограниченном количестве знаков. Но это исключение из правил. Поэтому ваша задача написать грамотный, подчеркиваю грамотный, стилистически, орфографически и пунктуационно выверенный. В отличие от пресс-кита, писать статью для интернета нужно эмоционально, метафорично с цифрами и так далее.

Как это сделать самостоятельно, без помощи редактора, корректора? Зайдите на сервис под названием Главред, созданный Максимом Ильяховым и в нем редактируете свою статью. Грамматические ошибки лучше исправлять в Word, а вот стилистические в вышеназванном сервисе. Грамотность, грамотность и еще раз грамотность!

Зайдите на сервис Главред и залейте туда один из ваших последних комментариев или часть статьи. Посмотрите, что он вам скажет. Исправьте ошибки.

Пресс-релиз. Как делать новости?

Ранее мне казалось, что этот вопрос не важный, потому что я уже работаю в теме взрывного пиара и там какую новость придумаешь, такая и будет.

Например, недавно мы «вбросили» новость на грани слухов и уже через 6 часов было 40 публикаций. Если вбрасываешь что-то реальное, то и за 2 часа можно получить 100 выходов, такие примеры были. Поэтому для меня вопрос «О чем писать в новостях?» – не стоит.

Как же научиться писать новости? Для начала нужно потренироваться и поработать с тем, что есть, не выдумывая что-то из головы, не креативя. Так же есть литература на тему пресс-релизов – книга Андрея Мирошниченко – бывшего редактора банковского обозрения, книги и обзоры Артема Каждого известного медиа-эксперта. Именно у него отличная книжка «Как писать пресс-релиз». Так же почитайте книгу «Пиар на 100 %» Мамонтова, Горкина и Манна.

Темы пресс-релиза – это юбилей компании, выпуск нового продукта, кадровые назначения (особенно если это «громкие» имена), личное отношение к значимым событиям. Например, ко Дню Победы вы распространяете пресс-релиз о том, что у вас есть ветеранская программа или какая-то Новогодняя тема. Не факт, что возьмут, поскольку это национальная тема, но может быть некий кусочек пройдет.

Текст пресс-релиза должен быть не больше странички в Word, примерно 1800 знаков. В конце пишется коротенькая справка о компании без превосходных степеней и последнее – координаты первого лица (телефон, почта, скайп) и телефон помощника или пресс секретаря. Вот что такое – идеальный пресс-релиз.

Как и где распространять пресс-релиз поговорим позже, в разделе пиар-сервисы.

Задание 9. Напишите не менее 10 тем, на которые вы можете составить пресс-релиз, что может быть новостью и напишите один пресс-релиз на любую из десяти тем.

На сайте msk-pr.ru в разделе x-files вы можете найти и посмотреть лучшие пресс-релизы.

А вот еще свежая статья на тему, как делать новости – читайте и применяйте – <http://pr-maslennikov.livejournal.com/773532.html>

Мастер-класс. Давайте на примере превратим НЕновость в новость:

Первоначальный вариант:

В России открылся первый выездной музей свечей

С целью популяризации свечного искусства художественной студией Компании Сергея Маузера организован первый в России выездной МУЗЕЙ СВЕЧЕЙ. В экспозиции собраны около 1000 свечей всех времен и народов.

История свечей насчитывает сотни веков. За это время процесс изготовления свечей превратился в прикладное искусство. Все больше и больше людей интересуются свечами. Одних интересует возможность создания обстановки особого уюта во время праздников или романтических вечеров.

Других – украшение интерьеров своих кафе и ресторанов. Третьих увлекает сам процесс изготовления свечей, особенно декоративных. Не менее интересным для посетителей музея является и сама история появления искусственных светильников.

Как это все начиналось? Когда появились первые свечи? Как они выглядели? Из чего их изготавливали наши предки? Какова была их стоимость в те времена? Это характерные вопросы гостей выездного музея свечей. Польза от выездного музея свечей великая! Многие из посетителей находят для себя новое полезное увлечение. Другие видят возможности для домашнего бизнеса. Третьи с удовольствием находят тему для занятий со своими детьми. И так далее. Главное – равнодушных после осмотра экспозиции выездного музея не остается!

Принимаются заявки от выставочных залов, дворцов и Домов культуры, музеев прикладных искусств и других организаций, желающих провести у себя выставку свечей.

А вот как можно новость переделать в правильное русло:

Музей свечей зажжет 1000 свечей в память о... Музей свечей вошел в книгу рекордов Гиннеса или Книгу Рекордов России.

Музей свечей изготовил самую большую свечу и зажжет ее 9 мая.

Музей свечей подарил коллекционный экспонат Музею России.
Самый древний экспонат первого в России Музея свечей подарят Владимиру Путину.
Музей свечей открывает свой свечной заводик имени героя 12 стульев.
Музей свечей нашел свечку, которую держали во время первой брачной ночи Петра Первого.
Музей свечей подвергся нападению феминисток.
Сторож музея свечей съел 10 свечей и вылечился от геморроя и слабоумия.
Музей свечей пытались поджечь, но безуспешно.
Музей свечей ограбили, но через день все вернули и еще доплатили.

А дальше уже можно давать всю рекламную информацию – когда открылся, где находится, что внутри, об идее, об авторе и так далее. И месседж о принятии заявок от заказчиков.

Как писать статьи?

Довольно интересная тема. У многих людей статей, как оказывается, нет. И это непростительно будет для вас.

Статью можно написать за 1 час. Рассказываю.

У статьи есть четыре больших блока. Рассмотрим на примере так называемой продающей статьи.

Первый блок – история вашего вопроса (как это происходило в прошлом).

Второй блок – текущая ситуация. К примеру, вы пишете про налоговое консультирование и говорите, что вот сейчас облагается налогами то-то и облагается такими-то процентами, а кто-то делает по-иному.

Третий блок – проблема, которую испытывают ваши клиенты при текущей ситуации. При этом нужно написать о не менее пяти проблемах. Клиенты должны узнать себя.

Четвертая часть – решение проблемы. Такие «быстрые таблетки», которые помогут вашим клиентам быстро решить какую-либо проблему. Например, вы фитнес-тренер и указали проблему, что люди питаются углеводами, много едят на ночь и так далее. Быстрое решение – это предложение различных диет, отказ от еды на ночь, есть часто, но по не многу. В перспективе клиент должен прийти уже к вам.

Если человек увидел проблемы и узнал в них себя, если он получил от вас решение, то следующим пунктом он зафиксирует для себя ваше имя, контакты и возможно обратится к вам.

Задание 10. Ваша задача написать статью, можете наговорить на диктофон, по шаблону, состоящему из 4-х частей.

Пиар-сервисы



Какие могут быть пиар-сервисы, которые помогут вам быстро оказаться в СМИ. Раньше все пользовались так называемыми пресс-релиз приемниками. На сегодняшний день из них остались нормальными прессрелиз. ru и openmarket.

Сейчас пользуются пресс-релиз рассыльщиками, которые рассылают новости. Это пресуха, B2B блогер, пиар онлайн, огласка-пиар. Первые три это рассылки от официального источника, а огласка-пиар – это сервис, который рассылает новости в том числе от кого угодно (очевидцев и т. п.).

Второй по популярности сервис – это получение рассылок СМИ в автоматическом режиме. Лидируют несколько ресурсов. Pressfeed, на котором можно получить запрос и от Первого канала, и от совсем неизвестных источников. В интернете есть материал, который называется «Чемпионы Pressfeed». Это о людях, которые только и питаются этими запросами, сами ничего не делают, исключительно отвечая на запросы пресс-фит и получая множество публикаций.

Мне нравится ресурс PRProf. На нем вы регистрируетесь как эксперт и получаете запросы от различных изданий, по большей части интернет изданий. Можно менее чем за два месяца стать топовым экспертом портала пиар-проф, отвечая на множество запросов. Однако, не стоит брать все подряд запросы, потому что для вас не нужен такой разброс и вас могут заблокировать формулировкой «бизнесмен». Был прецедент, когда заблокировали девушку, которая отвечала на все-все запросы. Считается, что инфо-бизнесмены – это жадные до информации люди, и хотят быть везде и сразу. Поэтому агрессивность нужно проявлять осторожно.

На одном из тренингов мы зашли в Pressfeed и увидели запрос на тему селфи. Мы сразу написали ответ, нашу историю и через очень короткое время позвонили с Первого канала с предложением снять о нем сюжет. И вот результат – www.1tv.ru/sprojects_utro_video/si33/p96478/pg1

Задача. Ваша задача зарегистрироваться в Pressfeed и в PRProf . Если не получится в PRProf , запросите у меня, написав «в личку», промо код.

Обзорная статья на тему пиар-сервисов, где я на себе прочувствовал плюсы и минусы каждого – www.vc.ru/p/free-pr

Глобальный бесплатный пиар

Оказаться в мировых СМИ не так уж и сложно. Распространение пресс-релизов через сервисы типа PRNews. Но несмотря на то, что они обещают множество публикаций в

различных источниках, я не рекомендую пользоваться сервисами, которые привязывают вашу кредитную карту к аккаунту. Это не безопасно.

Я рекомендую пользоваться иностранным сервисом, который похож на Pressfeed, но действует в мировом масштабе – the HARO – Help A Reporter. В нем вы получаете те же самые запросы от СМИ мирового класса. Запросы естественно на английском языке.

Пробуйте «светиться» в западных СМИ и тогда российский сами «прибегут» к вам.

Если вы стартапер, если у вас IT-ная тема, то прямая дорога публиковаться на западных ресурсах – Mashable и Тех Кранч. Если там опубликуетесь, считайте – дело в шляпе. Если вы пиарщик, то The Holmes Report. Для любой темы есть свой ресурс.

Еще одна микро-фишечка о том, как себя позиционировать для зарубежной прессы, чтобы она вас сама нашла. В свое время я хотел за рубежом найти партнеров по взрывному пиару или просто познакомиться с коллегами. Для этого записал обращение в YouTube, озаглавил его Crazy PR, написал, о чем обращение.

Пока наговаривал текст – запутался и в конце просто наговорил какой-то бред. Однако, этого хватило, для того чтобы уже через три дня мне пришел запрос от одного из западных изданий на тему «Как поживает пиар в России». Поверьте, люди следят за новыми публикациями. Особенно, почему-то в Ютубе.

Ваша задача – бесплатно зарегистрироваться в The HARO и отвечать на интересные вам вопросы.

Пиар в соц. сетях. Три фишки с мгновенным результатом



Модная нынче тема. Я расскажу, как быстро привлечь новых друзей. Это для тех, кто все еще не прочитал мою рекомендованную выше статью на Websarafan.

Первое – каждый день поздравляйте людей с днями рождения. Например, в Facebook это делается очень просто: нажимаете значок уведомление и пишете текст «на стену» человека, у которого день рождения. Вам прибавляется 5-15 друзей. Наверно это работает на позитивных эмоциях.

Второе – напишите пост в Facebook или В Контакте следующего содержания: «Здравствуйтесь! Напишите, пожалуйста, во сколько вы увидели данный пост? Москва. 10:48» и отправьте. Увидите, что очень скоро на вас обрушится шквал комментариев.

Третье – игра в города в соц. сетях. Эта фишка так же хороша мгновенными откликами и количеством этих откликов.

Для чего нужны последние две фишки? На следующий день опубликуйте следующим постом то, что вы хотите продвинуть, продать, сообщить. Вы увидите, что люди, которые присылали комментарии на исследование или в игре, обратят внимание на ваш новый пост, который у них в лентах уже будет выше, благодаря большому количеству комментариев. То есть система будет вас воспринимать уже как «авторитетную личность».

Есть еще фишечки. Например, разместить фотографию и предложить определить возраст. Не советую применять часто, а только под какую-нибудь конкретную задачу.

Задание 11: поздравьте всех с днями рождения и начните играть либо в исследование, либо в города.

Инициативы

Вам нужно срочно пропиариться. В этом вам помогут личные инициативы, замаскированные под общественные.

Начинаете какую-либо борьбу, запиливаете инициативу и начинаете ее проталкивать и раскручивать.

К примеру, один журналист в Сибири начал собирать подписи за то, чтобы лишить Барака Обама Премии мира. Делал он это на специальном портале, который собирает подписи. Он собрал 2 000 подписей и стал известен как журналист. Понятно, что Барак Обаму не лишили премии, но про этого журналиста узнали многие. Так делаются инициативы, так они продвигаются.

Какие же сервисы могут продвигать ваши инициативы?

Первый – roi.ru, общественная российская инициатива. Там публикуются стратегические инициативы (федеральные, городские) сроком примерно на год.

Второй – change.org для тактических инициатив, когда за короткий промежуток времени нужно набрать много голосов.

Так же есть еще различные ресурсы такие, как onlinerpetition.ru и т. п., но я предпочитаю пользоваться в большей степени change.org. Там мы опубликовали множество инициатив и все они стали значимыми.

Еще пример инициативы, за дневной сон в Российской ассоциации дневного сна, мы хотели ввести русскую сиесту. Вообще, инициатив можно придумать очень много в какой бы сфере вы не работали. Можно собрать подписи за кого-то или против кого-то. Вот вам придуманная инициатива – не отправлять SMS за рулем.

Была интересная инициатива, один рекламщик из Санкт-Петербурга вступился против сноса палисадника у своего дома, назвал его садом имени Путина и в результате

прославился.

Ваша задача – придумать инициативу и начать раскручивать ее в СМИ на change.org

Нетворкинг



Большая тема, но я постараюсь рассказать ее вам кратко. Конечно, желательно, чтобы вы дополнительно прочитали соответствующую литературу самостоятельно. Например, «Никогда не ешьте в одиночку», книги Алексея Кекулова и Валерия Бо.

Где делать нетворк – где тусить? Во-первых, это ассоциация Бизнес фэмэли (bizfam). Люди собираются в барах и общаются на профильные темы. Во-вторых, на любой конференции как с помощью визиток, так и с помощью спецсредств (например, meyou – изобрел Степан Данилов). В – третьих, нужно пройти какой-нибудь тренинг со знакомством, пикапом и т. п., посмотрите информацию в интернете.

Нетворкинг это и есть некий деловой пикапинг.

Ваша задача: на ближайшем нетворке обменяться визитками не менее чем с 20 людьми. Реально это сделать за 1 час. Потом рассказать мне об этом и прислать (сфотографировать) пачку полученных визиток от новых знакомых, появившихся за мероприятие.

Видео-блог



Влоггинг (от слова v-log – video-blog) или видео-блоггинг – неплохая активность, которая позволяет вам привлекать много разносторонних клиентов – визуалов.

Я давно открыл свой блог на YouTube, назывался он «Пара слов о пиаре», сейчас он называется «Блог-пиар специалиста». Посмотрите. Ничего сверхъестественного там нет. Но, как только я начал выкладывать видео, сразу же потянулся народ с различными комментариями, в том числе в соц. сетях. В целом, хороший эффект.

Наблюдение. Наличие видео-блога поднимает конверсию по всем остальным каналам. То есть вы становитесь узнаваемым.

В будущем можно привлечь профессиональную студию с хромокеем и наговаривать текст с телетекста.

Ваша задача: открыть свой видео-блог. Я рекомендую на YouTube и в описании каждого видео пишите ссылки на ваши соц. сети.

Аудио-блог

Если вам по какой-то причине некомфортно вести видео-блог – ведите аудио-блог, подкаст. В интернете много специальных сервисов для подкастов. Опять же – первые выпуски вы можете делать просто через обычный диктофон. И уже через какое-то время – делать интро– и аутро-ролики (фирменные начало и конец).

Интересный с точки зрения контент и неинтересный дизайн демонстрирует вот этот подкаст, например – <http://podster.fm/user/shelgilbo/podcasts> (или тут, кому как удобно – <http://shelgilbo.podfm.ru/>)

Я как-то дал совет клиенту – коучу, завести аудио-блог. Говорю, вот недавно я сделал – все круто. Она сказала, ну ты же – Роман Масленников, тебе можно. Ничего подобного. Это можно всем! Главное, это уникальный контент, а оформление или приложится (фанаты добровольно сделают), или вообще не важно. А если контент плохой – то и дизайн не поможет. Согласны?

У меня есть знакомый, он тренер по соблазнению. Его часто спрашивают, в каком

месте лучше заняться сексом, чтобы девушке было приятно? Он отвечает в таком духе, что вообще не важно – хоть на футболке: снял, постелил и трахайся. Если секс классный – девушке будет пофиг на обстановку. Так ведь, девушки? Вернее, секс должен быть не просто классный – а фантастический. У вас же такой контент? Иначе, какого хрена вы полезли его раскручивать. Верно?

Фирменная презентация



Хорошо если ваша презентация станет вашей визитной карточкой. Вы сможете «уложить» презентацию в разное количество времени.

Оптимально презентация должна быть на 1 час (примерно 50 слайдов). Естественно нужно репетировать. Пусть это будет вашей визитной карточкой, которая будет привлекать клиентов.

Какие могут быть презентации? Например, посмотрите презентацию Алексея Каптерева «Смерть через Power Point», мою презентацию «Смерть через взрывной пиар», продающую презентацию Тимура Тажитдинова на YouTube, Тони Роббинса.

Говоря о фирменной презентации, я имею ввиду прежде всего набор слайдов и вашу речь, причем слайды и речь должны быть нераздельны. Только в этом случае презентация будет работать. Кстати, прочитайте книгу «Продажа со сцены».

Задание 12: прочитайте книгу Алексея Каптерева «Мастерство презентации» и сделайте фирменную презентацию.

Роль в сериале



Недооценивают у нас все-таки роль телевидения. Говорят, что телевизор смотрят только недалекие люди, бабушки и т. п. Но мне известны несколько случаев, когда человек очень долго работал, делал большие проекты на радио, книги писал, видео-блог вел, но стал известным благодаря роли в сериале. Это Вадим Демчог.

Михаил Дашкиев из Бизнес-молодости рассказывал, что взрывной рост интереса к их тусовке дал именно репортаж у Андрея Малахова. Хотя все до этого говорили, дескать, мы ТВ не смотрим, а Первый канал – это «фу».

Если вам представился случай где-то сняться, пусть даже это эпизодик и маленькая роль – ни в коем случае не упустите этот шанс стать известным. Даже в «Пусть говорят» и «Давай поженимся» надо хотя бы разок сходить.

Сверьтесь с системой суперличности

Итак, вы ознакомились с блоком активностей, вы упакованы, вы преодолели все страхи и теперь знаете, как правильно активничать. По карте активности можете свериться с системой суперличности в таблице, приведенной выше. Также одним глазком можете заглянуть в приложения к книге. Там вы найдете «Карту поступков», и теперь ваш мозг окончательно взорвется. А что – так можно? Да, и причем, любому человеку.

Глава IV. Монетизация личного бренда

Введение



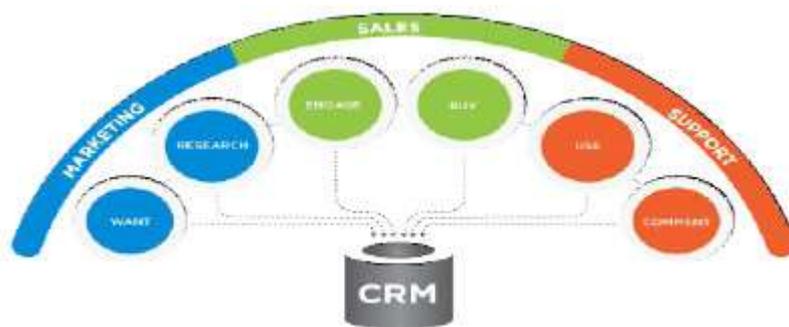
Снова и снова я не устану повторять, что суперличность – это не только раскрученный бренд, но и бренд, который приносит деньги, то есть монетизированный бренд.

Мы поговорим о том, что многие люди умалчивают, рассказывая про личный брендинг и персональный пиар, как превратить ваше имя в деньги. Почему – то этот вопрос остается «за кадром». Все полагают, что само пиар нужен как бы для самопиара. Это не так. Бренд должен работать на прибыль, на ваш доход. И слава не должна быть только ради славы. Если вы не сын или внук миллионера, хотя и они от денег не отказываются. Как Гриша Мамурин.

Я расскажу, как превратить ваше имя в деньги, золото и другие ценности.

По опыту, после прочтения всей книги, можно для себя сразу определить какие-то фишки и даже сделать их. А некоторые вещи может вы сразу и не поймете.

ЦэРэм



Начнем с малого – CRM. И далее постепенно будем приближаться к ответу на вопрос, что же такое монетизация?

Нужно вести базу клиентов для того, чтобы в нужный момент вы смогли вспомнить о тех договоренностях, решениях и результатах переговоров и для возможности отправить повторное предложение.

Так же в CRM есть напоминание о днях рождениях. Поздравив клиента, это может привести к тому, что о вас вспомнят и обратятся.

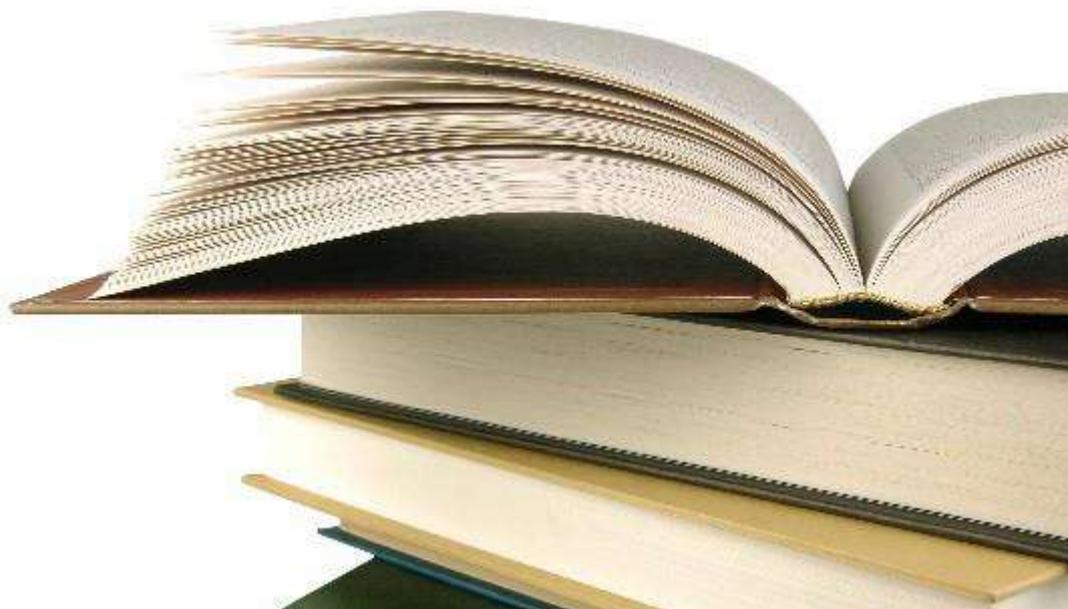
Приведу пример: мы делали проект для одной компании по привлечению в качестве клиентов звезд. Компания занималась поставкой экологического оборудования для загородных домов (септики). Мы все исполнили, фиксированную часть нам оплатили. А вот бонусную часть нам не выплатили полностью, клиент сказал, чтобы мы перезвонили месяца через два. Я забыл про это, а через некоторое время все-таки перезвонил. Случайно в голову пришло – а не позвонить ли... Удивительно, но клиент сам при звонке тут же вспомнил об оплате. Тогда я подумал, а сколько же у меня таких клиентов, так сказать не автоматизированных, по которым не ведется история взаимоотношений и т. д. И сразу же я купил небольшую CRM систему. И с тех пор это – мой основной рабочий инструмент. Рекомендую простую и бесплатную версию AmoCRM.

У нас есть группа «Мальчишник», которую мы «продаем» на различные мероприятия. И хотя, в определенных кругах не принято приглашать каждый год одних и тех же артистов, мы поздравляем их с днями рождения, а они в свою очередь рекомендует «Мальчишник» своим друзьям.

Итак, с клиентами нужно поддерживать связь и лучше всего, чтобы напоминания о каких-то событиях приходили в автоматическом режиме. Я, например, использую Битрикс 24. Можно использовать и Excel.

Задание 13. Поставьте себе CRM. Хоть в блокнотике ведите.

Бесплатные книги



Монетизация – это не только получение денег, но и различных благ, услуг, товаров бесплатно. Другие получают их за деньги, а вы – бесплатно.

Я всем, у кого есть больше 500 друзей в соц. сетях, советую обращаться в издательства, например, в МИФ, Альпину. Скажите им о большом количестве друзей и о том, что готов

читать книги издательства и делать рецензии в своих соц. сетях. Скорее всего, вам дадут книжки. И это будет для вас бесплатно. Прочитайте, вынесите из нее что-то полезное и выложите в блог. Таким образом, вы получаете бесплатную книгу и сдерживаете обещание. Я, например, беру только те книги, которые я хочу прочитать. Иногда за меня рецензии пишут помощники или коллеги.

На самом деле когда у вас будет друзей более 500, то скорее всего к вам будут обращаться сами производители товаров, издательства и предлагать вам тест-драйвы на обзор.

Наш клиент производит видео регистраторы, планшеты. И мы один регистратор подарили популярному радиоведущему, который упомянул об этом товаре очень кратко, не более минуты в своей передаче. Потом это выложили в виде транскрипции на сайте. Бесплатно. И этого хватило, чтобы возросла узнаваемость этого бренда.

Задание 14. Посчитайте количество ваших друзей, зайдите на сайт издательства, там есть вкладочка для блогеров, напишите предложение о предоставлении вам книг.

Вип-продукт



VIP-продукт обязательно должен быть в вашей линейке, для того, чтобы его хотели купить. Это первый момент.

И второй момент, вип-продукт с большей ценой должен быть для того, чтобы остальные цены на продукты казались не такими высокими. Вип-продукт как бы оттеняет всю линейку.

У Андрея Парабеллума есть такая замечательная книжка, посвященная только премиальным продуктам. В ней очень исчерпывающе написано про пользу премиальных

продуктов. Премиальные продукты – это те самые продукты, которые не теряют ценности в кризис. Основными потребителями таких продуктов являются мужчины старше 50 лет.

Задание 15. Каким бы бизнесом вы не занимались, чтобы вы не вели сделайте себе ВПП-продукт. Надеюсь, аргументы я привел убедительные.

Прием Дэвида Огилви

Излюбленный мною способ магического привлечения клиентов. На самом деле он магический только на первый взгляд, потому что он работает через программирование мозга.

История про Дэвида Огилви. Он пришел к себе в новый офис агентства и спросил себя: «А кого я хочу видеть среди своих клиентов?». Взял листок бумаги и написал подряд 10 брендов и компаний с которыми он хотел заключить контракты в ближайшее время. И что вы думаете 8 из 10 этих компаний стали его клиентами.

Способ реально работает. Я это проверил лично на себе.

Запишите 10 наименований компаний, с которыми вы бы хотели работать. Если ваши клиенты частные лица значит запишите 10 имен . Я вам не буду советовать смотреть на этот список и медитировать, кидать в него дротики. Нет. Просто читайте следующие блоки и постепенно вы поймете, что делать дальше.

Интервьюирование

Самый простой и убойный способ привлечения новых клиентов, бизнес-партнеров. Вам просто нужно взять интервью у тех, кого хотите привлечь к себе в клиенты.

Я набрел на этот способ, когда хотел познакомиться с ведущими пиар агентствами России. Придумал 7-10 вопросов и задавал их директорам ведущих пиар агентств. Вопросы похожие, многие интервью были письменные. Однако, все они работали.

На одной из встреч политтехнолог, очень мной уважаемый, сказал: «Слушай, а я про тебя знаю. Мне рассказывали, что ты берешь у многих интервью. Уважаю – так прославиться с нуля». В итоге, плоды этих интервью вы можете найти в книжке «Пиар элита. 157 интервью с высшим эшелонem российского пиара». А я нашел крутых бизнес-партнеров и коллег.

Почему же интервьюирование – это хорошо? Что происходит, когда вы интервьюируете человека? Человек, который интервьюирует входит в доверие к интервьюируемому. И в конце интервью, человек как правило, неизменно задает интервьюеру вопрос: «А вы чем занимаетесь?». Тут и наступает ваш звездный час. Происходит контакт.

Был случай, когда я под предлогом интервью, познакомился со своим любимым писателем Андреем Рубановым. Он поинтересовался где будет печататься интервью, и я ответил, что в моем блоге и в «Литературной газете». Однако, на тот момент у меня не было контактов с этим изданием. Но, я не знаю, как, какие высшие силы мне помогли, но появился контакт в газете и интервью вышло и в издании, и в блоге. Зачем я это рассказал? А затем, что вы тоже можете познакомиться под предлогом интервью вообще с кем только хотите!

Почитайте как делать интервью. Рекомендую книгу Лари Кинга «Как разговаривать с

кем угодно, когда угодно, где угодно» или найдите книжечку «Лучшие интервью России», посмотрите программы Познера, Соловьева, Доренко, Бермана и Жиндарева. Это идеалы, к которым нужно стремиться.

Составьте десять вопросов для интервью к вашему потенциальному клиенту.

50 бесплатных консультаций



Бесплатные консультации – это еще один способ завлечь потенциальных клиентов.

«Проверено Парабеллумом», что если вы проведете 50 бесплатных консультаций, то 2–5 из них закроются на продажу.

Вовремя проведение бесплатных консультаций нужно рекламировать будто вы продаете ВИП-товар за смешные деньги. То есть бесплатные консультации тоже придется продать. Проведите 50 консультаций, просто поговорите с людьми. Я не буду учить вас, что и как нужно говорить на консультациях. Думаю, что вы мастера своего дела и сами знаете, как их провести. Единственное, делайте пометки какие и как клиенты формулируют свои вопросы для последующего использования в коммерческих предложениях и на сайтах.

Ваша задача объявить о проведении бесплатных консультаций за 2 недели.

Как брать деньги за консультации



После бесплатных консультаций, наступает время для проведения уже консультаций за вознаграждение. Можно остаться и на бесплатных консультациях, но я рекомендую брать деньги. Но брать деньги только в том случае, если вы готовы предоставить реальный результат.

Первое, консультация бесплатной может быть, например, 1 час, а все что сверх – платно.

Второе, даже если вы не любите проводить консультации, все равно такой продукт должен быть в вашей линейке.

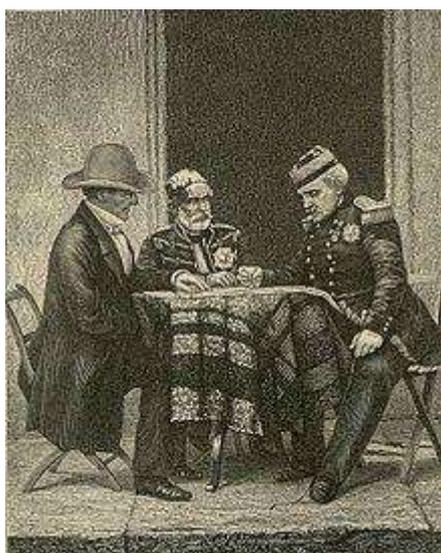
Вот я, например, не люблю индивидуальные консультации. Я делаю так: ставлю сначала одну цену – люди приходят, далее поднимаю цену в 2 раза, и так было уже несколько раз. В результате, поток иссяк, потому что в моем случае, просто дать консультацию по развитию бренда – этого недостаточно, нужно постоянно этим заниматься. А мне интересно не просто поп...здеть, но и то, чтобы клиент получил результат. Поэтому, сейчас мои консультации стоят существенных денег. В эту сумму я закладываю почти что исполнение результата за клиента. В итоге получается круто – не только побазарили, но и что-то интересное сразу сделали.

Еще один подход к частным консультациям – это коучинги. По продолжительности они могут быть месячные, трехмесячные, годовые. Советую брать за такие консультации за 3 месяца вперед. Это совет от гуру Андрея Парабеллума. Связано это с тем, что клиенты сначала вроде «подписываются» на услугу, а потом исчезают, а вы затратили время и силы на изучение проблемы клиента.

Есть еще подход и он больше подходит для тех, кто по профессии врач, экстрасенс и т. д. Это оплата за услугу – столько сколько клиент подсчитает нужным или возможным. То есть, если вы сделали работу хорошо, то вам платят неожиданно большую сумму. Просто делайте вашу работу качественно и это оценят. На похожем методе построено сообщество #побратски brother.pro – услуги за цену себестоимости или за любую цену.

Назначьте цену за индивидуальную консультацию . Можете опубликовать ее на сайте или не публикуйте, но цена у вас должна быть. ***И выбирайте один из несколько приемов для консультаций.***

Посредничество



Это тоже способ монетизации. Посредничество вам придется поставить на поток, даже если вы – профессионально этим не занимаетесь. Потому что, если вы выделили себе определенную специализацию, а клиенты приходят не с теми вопросами, которыми

занимаетесь вы, лучше направлять клиентов к партнерам, а не отказывать им, беря за это определенный процент. Например, я пересылаю некоторые проекты, связанные с пиар в IT, в шоу-бизнесе и т. п. и беру проценты от объема или от прибыли в зависимости от цены контракта.

Занимаясь посредничеством, желательно выработать какие-то шаблоны, правила и так называемый «кодекс партнера».

Не пренебрегайте посредничеством, потому что это фактически ваш доход. Но у него есть некоторая опасность: могут не заплатить. Поэтому очень внимательно выбирайте себе партнера, встретьтесь с ним, сделайте сначала небольшой (тестовый) заказ.

У меня есть знакомый, который раскручивает себя как персональный бренд, он был участником одной из наших взрывных пиар-акций. Так вот он занимается тем, что сводит заинтересованных в друг друга людей, заказчиков с исполнителями и получает за это хороший процент. Вот так можно зарабатывать только на посредничестве, но, на мой взгляд, это не должно быть основным бизнесом.

Задание 16. Сформулируйте кодекс посредничества (партнера) – срок выплат, прозрачность и различные условия информирования о ходе проекта и т. д. Проверьте на ближайшей сделке.

Продажа книги



Продажа книги может быть способом монетизации. Написали книжку, сами ее напечатали без штрих-кодов, ISBN и прочей мути, и продаете. Цену за маленькую книжку можно установить 100 рублей, большую – 500 рублей, формата А3 – 1000 рублей. Себестоимость печати книжки небольшая, а маржа хорошая. Если вас печатает издательство берите гонорар книжками, а не деньгами. Это выгоднее. А если сами печатаете соответственно еще выгоднее. Ваша задача – это полезный контент в книге.

У меня есть книжка «Наконец-то знаменит», которая продается и в интернете за 350 рублей, и напечатанная за 1000–3000 рублей, (в зависимости того, продаю ли я вместе с ней включенную часовую консультацию).

Задание 17. Напишите книжку по блоку активности, напечатайте ее и продавайте на ваших мероприятиях (мастер-классах, тренингах и т. д.).

Тренинги



Если вы отличный специалист, если вас все знают – вам ничего не остается делать, как встретиться с вашими людьми вживую. Это, кстати, тоже часть вашей линейки продуктов. Это может быть: лекцией, мастер-классом, но советую называть это тренингом. Он лучше продается.

Собрали знания в кучу, собрались с мыслями и зарегистрировались, например, на TimePad. Этот сервис «берет» 10 % за то, что продает ваши билеты, но там очень удобная система настройки с «нуля». Можно найти и другие подобные сервисы, если что.

Объявили там свой тренинг и начали «раскидывать» по своим знакомым, друзьям, клиентам и тем, кто был на ваших личных консультациях. Цена тренинга зависит от вашей фантазии, но мой совет использовать три варианта билетов: стандартный, бизнес и V.I.P. Тренинг будет лучше «собираться», если у вас раскрученный личный бренд. А еще лучше, если у вас вышла книга и она продается или вас сняли на TV.

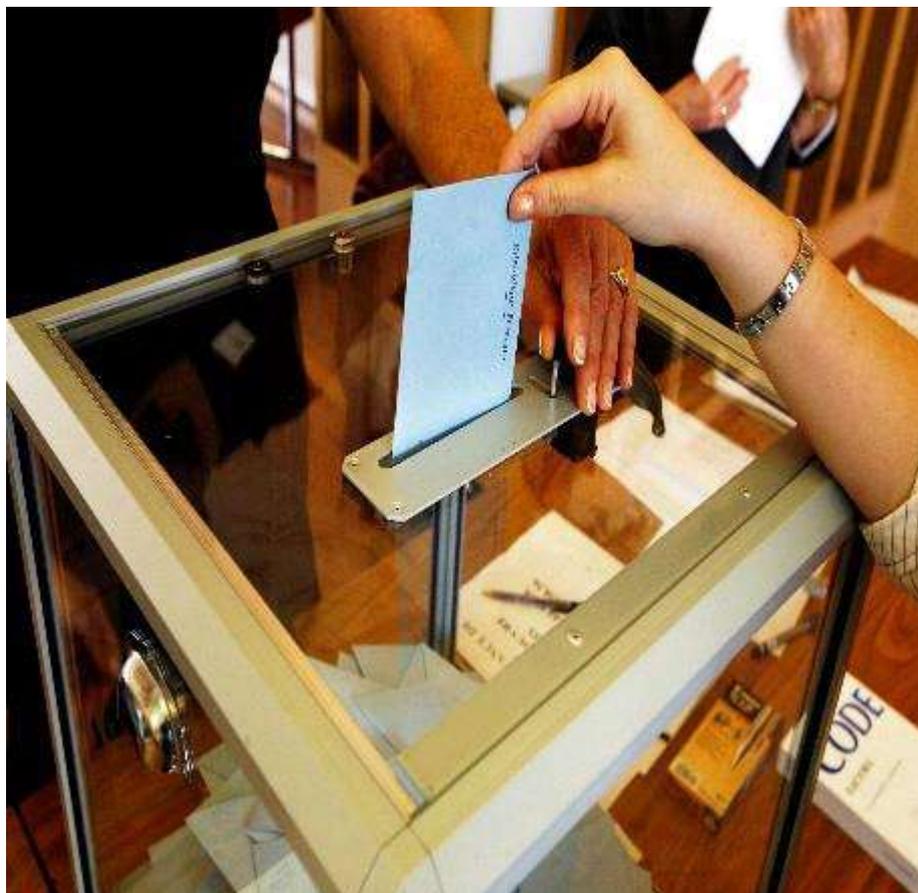
Приведу пример, Наталья Молчанова – знаменитый фридайвер России, мировая рекордсменка, я нашел ее ролики и затем «добрался» до ее курса. Не было бы курса – я бы купил книгу! Я интересовался у людей, как они попали на этот курс, и они говорили, что видели ролики в интернете. А потом пришли на курс.

К сожалению, Наталья Молчанова (<http://molchanova.ru/>) трагически погибла... R.I.P. Но ролики о ней остались, а школа фридайвинга по-прежнему работает. Рекомендую вам этот замечательный вид спорта и активного отдыха – <http://free-diving.ru>

Задание 18. Сделайте тренинг и получайте деньги.

Касательно экспертов по тренингам – рекомендую вам Веру Земскову²² и все ее обучающие курсы на эту тему.

Политика



Зачем идти в политику? Зачем куда-то баллотироваться, если все равно не победишь? Понятно, что кто-то идет чтобы поторговаться, кто-то чтобы получить второе место, кто-то покуражиться и иметь строчку в биографии, но многие идут ради повышения цен на свои услуги.

Я уже рассказывал историю, как у меня на тренинге «Суперличность» был бизнес-тренер Алексей Урванцев и когда мы дошли до пункта про политику, я его спросил: «А есть ли у Вас какой-то политический статус? Вы муниципальный депутат или куда-то баллотировались?» и он отвечает: «У меня нет. Но вот сейчас я понял почему у моего коллеги та же самая тема, но гонорары выше. Он связан с политикой». То есть, если вы в политике – ваши услуги стоят дороже.

Как можно оказаться в политике? Вступить в какую-то партию, куда-то баллотироваться.

²² <https://www.facebook.com/zemskovaproduce/?fref=ts>

Посмотрите в интернете список тех, кто являлся кандидатами на пост мэра Москвы²³. Среди них было множество генеральных директоров, адвокатов и других персон. Безработные даже были. Благодаря этому, человек оказался в википедии. Дальше он мог и не продолжать борьбу. Цены на его услуги подросли, ведь как никак – кандидат в мэры Москвы.

Подумайте, как вы можете связаться с политикой.

Фото со звездами



Серьезное социальное доказательство (термин Роберта Чалдини) – фото со звездами. Для чего люди фотографируются со звездами? Все очень просто – чтобы частичка славы перешла на них.

Фотографируйтесь со звездами и знайте, что звезды тоже фотографируются с более успешными звездами и все по той же причине.

У некоторых бизнесменов целые операции были, чтобы иметь фотографию с Путиным. Вообще можно сделать и видео вирус.

В этом нет ничего зазорного и плохого, но не забывайте благодарить звезду и может быть вы ей тут же и подарите. Например, вашу книгу. А если вас еще и запечатлеют с книгой

²³ [https://ru.wikipedia.org/wiki/Выборы_мэра_Москвы_\(2013\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Выборы_мэра_Москвы_(2013)):

в руках у звезды, то это будет вдвойне лучше.

Я очень прохладно относился к фото со звездами. Что за идолопоклонничество? Но тут фейсбук мне показал «самые популярные мои фотки». И что вы думаете? На трех из четырех из них я был в позе «со звездами» – Радиславом Гандапасом, Инной Алексеевой и Антоном Вуймой. Да, думаю, работает тема...

Ко-брендинг с крупняком



По сути это та же фотография со звездой, но только из бизнеса. Многие бизнесмены, тренеры, стартаперы стараются выступить на площадке Сбербанка «Центр развития бизнеса». Почему? Потому что от Сбербанка можно получить рекомендательное письмо (кстати, если вы это еще не сделали – сделайте) и сфотографироваться на фоне «Сбербанка». «Сбербанк» – это сильный бренд.

Подумайте, с каким «крупняком» вы можете еще скоординироваться и может быть оказать что-то бесплатно для него.

Александра Белановский использует формулировку «мне доверяют» и далее перечисляются названия крупнейших брендов и компаний. Он стал использовать эту формулировку, когда «Сбербанк» попросил его убрать слово клиенты то ли с сайта, то ли из соцсетей.

К примеру, вы пришли к своему другу в «Сбербанк», чтобы помочь провести тренинг. – рассказывает Белановский. – И неважно, что именно вы делали, чай подносили или еще что-то. Суть в том, что фактически «Сбербанк» вам доверил, что вы были подмастерьем у этого человека, значит он вам доверяет. В итоге получайте благодарность от «Сбербанка», вешайте себе на сайт с формулировкой доверяет.

Задание 19. Наметьте для себя компанию из вашего списка с целью ко-брендинга для медиа известности.

Волонтерство у гуру



Вы становитесь подмастерьем у великого человека и начинаете совместную карьеру, на какое время, (полгода, года или больше). В процессе вы многому учитесь и часть его света падает на вас.

Не случайно многие бизнесмены, основатели известных брендов и компаний раньше работали в крупных известных компаниях для того, чтобы узнать, как все работает изнутри. Ну и сам факт работы в таких компаниях дает определенный статус.

Кстати, тем, кто учился у гуру – платят охотнее и, как правило, больше, чем «всем остальным».

Задание 20. Подумайте, к кому вы могли бы записаться в подмастерье.

Экспедиция



Очень интересный способ монетизации вашего личного бренда. Вы отправляетесь в экспедицию и начинаете собирать под нее партнеров, спонсоров, друзей, коллег и так далее.

Это интересно, это может быть научное исследование, это деньги от спонсоров.

Первопроходцем в этом является Артемий Лебедев.

В мото-походы и автопробеги регулярно ездят «Ночные волки», участники Смотры. ру и многие другие.

Задание 21. Отправьтесь в какую-нибудь экспедицию, соберите под это спонсоров.

Краундфандинг



Краундфандинг – это способ привлечения денег от спонсоров для экспедиции, издания книги и для чего угодно.

Вы публикуете свой проект согласно всем рекомендациям на таких сайтах как Планета. Старт. ру и Бумстартер. Зарубежный аналог – Кикстартер. Например, Бумстартер много собрал денег для книжных проектов, календарных (про Крым или про Путина, например).

Посмотрите, какие проекты были успешными на том сайте, через который вы будете запускать свой проект. Обратите внимание на то, как автор рассказывает о пиаре своего проекта, чтобы привлечь деньги спонсоров.

Мне нравится, как собирается краундфандинг на проект «28 панфиловцев». Идут постоянные репосты, доборы денег. Это образцовый пример краундфандинга.

Так же советую обратить внимание на мою книгу «Фандрайзинг: как найти деньги». Находится она на litres, на моей страничке и в списке рекомендуемой литературы в данной книге. **Меняйте вашу страсть на деньги. Это основная мысль краундфандинга .**

Больше всего доверяют людям, чем проектам.

Задание 22. Начните делать свой краундфандинг.

Партнерский бизнес

Когда вы делаете бизнес с партнерами, то вы делаете в пять раз больше, а затраты на это в пять раз меньше. Так мы открыли «Московскую лигу лоббистов», так со мной открыли предприятие с интересной полномасштабной темой. Так сейчас мы открываем

международное пиар-агентство.

Чем выгодно партнерство? Вы не нанимаете сотрудников, а вступаете в отношения с практически равными вам людьми. Мне, например, выгоднее отдать заказ в дружественное агентство, потому что нанятого сотрудника нужно еще обучать, подгонять и так далее, а агентство – это уже готовый профессиональный и заинтересованный партнер.

Почитайте про партнерство у тех, кто умеет это делать успешно.

Есть два подхода к партнерству: первый – это полная взаимозаменяемость, второй – полная противоположность или пополняемость. Ознакомьтесь со статьей Алексея Комиссарова в журнале «Форбс» про бизнес-партнерство.

Партнерство – выгодная тема в части сбережения своих ресурсов, в том числе денег. Партнерство может быть и в сфере медийных, информационных продуктов.

Задание 23. Наметьте партнерство с вашими коллегами, друзьями.

Клуб



Вам нужно организовать свой клуб, иногда это называют мастер-группа. Если у вас есть паства, если у вас есть готовые клиенты, которые хотят у вас что-то купить, клуб – это сосредоточение всех интересов разом. То есть вы информируете, что создаете клуб и продаете членство в нем на различные сроки. Не рекомендую продавать членство менее, чем на 3 месяца.

Каков формат клуба? Вам нужно там появляться: либо онлайн, либо это ежемесячные или еженедельные встречи с членами клуба.

Я сам лично занимался этой темой и открыл клуб в Facebook, разослав информацию о формате, преимуществах членства в клубах по своим контактам. И уже через 1 час два

человека отправили деньги.

К примеру, я состою в клубе «Эффективных лидеров» (КЭЛ). Клуб для тех, кто закончил Школу Эффективных Лидеров (ШЭЛ). Члены клуба получают существенные скидки на участие во всех семинарах и мастер-классах.

* Мастер-группа – это фишка инфобизнеса. Если вам нравится эта тема, то проходите программу «Старт 2» в Инфобизнес2.ру.

Задание 24. Организуйте свой клуб.

Продажа рекламы в блоге



Мало кто до этого додумывается, а просто нужно давать рекламу в том СМИ, который вы используете. В частности, если вы ведете блог – повесьте там объявление «По вопросам рекламы в этом блоге обращайтесь сюда» и опишите преимущества, медийность, охват и так далее. Если вы ведете сайт, то сделайте там формат для размещения рекламы. Одна эта простая строчка дает вам приток интересующихся и соответственно приносящих деньги людей.

Был случай. Девушка вела блог про налоговое консультирование и решила увеличить свой доход с 30 000 рублей до 300 000 рублей. Она вела этот сайт для себя и деньги не брала. Ей на семинаре предложили разместить объявление с предложением размещения рекламы и о предоставлении консультаций, а затем сделать рассылку. Сделав эти действия, девушка увеличила доход даже больше, чем планировала. Буквально, она проснулась очень богатой.

Задание 25. Разместите объявление о рекламе в вашем блоге или сайте.

Глобальный рынок



Все корпорации, государства нового типа, все люди работают на глобальный рынок.

И вы должны работать на глобальный рынок, то есть иметь клиентов в других странах. Живите там, где вам хочется, а услуги оказывайте всем желающим вне зависимости от места расположения. Просто мыслите и действуйте глобально.

Подумайте над тем, чтобы перевести информацию о вашем проекте, продукте на иностранный язык.

Глобальный рынок – вот ваша амбициозная цель. «Научить можно всему – техникам, инструментам, знаниям, но амбициям вас не научу», – как говорил Евгений Витальевич Гильбо.

Задание 26. Выходите на глобальный рынок.

Магия денег или Мой магический банк 1000 % годовых



Расскажу интересный момент. Может быть, вы на него вообще не решитесь, как не решились многие мои друзья. А те, кто попробовал, остались очень довольны результатом.

Как работает? Выходите на улицу и дарите 1 000 рублей прохожему, либо делаете пожертвование в какой-нибудь фонд. При этом сумма для вас должна быть чуть-чуть более значительной. То есть, если 1 000 для вас это легко, то лучше отправить 5 000 рублей. Но 1 000 рублей это такая стандартная цена, на которой можно будет проверить эффект от этой «акции».

В результате, менее чем через неделю, а может – и через пару дней или даже часов – к вам «придут» деньги. Буквально – как снег на голову. Приятный бесплатный сюрприз в жару. При этом вы совершенно не поймете, откуда они. Просто это некий закон, когда вы что-то отдали и к вам что-то пришло. Но не совсем просто, а в десятикратном размере. Нужно как бы «раскачать» эту машину. Можно жертвовать любые суммы.

Я долго думал, что за магия? А потом оказалось...

Никакой магии, мистики нет. Прочитайте статью Олега Матвейчева «Как стать миллионером» – это обзор его общения с сильными мира сего. И вы поймете, что все олигархи то и делают, что жертвуют деньги направо и налево. Не просто так, видимо, они так поступают.

Задание 27. Попробуйте отдать 1 000 рублей кому-то на улице или положите в церкви на храм, отдайте нищему и замерьте результат. Расскажите потом мне в личных комментариях нас сколько увеличился ваш доход.

Глава V. Пиар активности для уровня «Бог»

Введение



В этой главе я расскажу мастерские фишки по раскрутке личного пиара. Это те фишки, которые стоит применять, когда вы уже сделали себе хорошие упаковку и активности. Вы уже мастер, гуру. Вам уже не нужна монетизация, это уже остается фоном. Уже не интересны мелкие активности типа публикаций в прессе. Вам нужны серьезные активности. Вас ждут 20 приемов само продвижения по-крупному.

Умри и прославься!



Самый значительный личный пиар – это смерть. Ничто так не привлекает людей, как смерть другого человека.

В каком плане привлекает? Конечно же, смерть – это ужасно и умирать ради пиара не

нужно. Если вы помните, например, Андриано Челентано «умирал» 7 раз. Делал он это для увеличения продаж своих дисков.

Когда умер актер Робин Уильямс продажи дисков певца Робби Уильямса увеличились в разы.

Конечно, не нужно воспринимать все буквально. Просто нужно знать про этот способ само раскрутки. И может быть вы надоумите ваших пиарщиков составить некий пресс-релиз по поводу вашего «отхода в мир иной».

И помните, «у дохлых гуру покупают лучше».

Чудесное исцеление от болезни



Это тоже очень работающая фишка. Почему-то очень любят бороться с раком и его побеждать. Если бы можно было победить СПИД, то побеждали бы и его.

Поэтому, если вы вдруг, не дай бог, заболели-попробуйте извлечь из этого максимум. Вас будут уважать, если вы чудесно исцелитесь от болезни.

Даже некоторые пословицы и поговорки говорят о том, что исцеление может явиться хорошим личным пиаром.

Рекорд



Рекорд – это наиболее позитивная фишка.

В чем может это выражаться? Это может быть самый большой тренинг, самая большая картина, самый большой подъем на высоту, прыжок из стратосферы и так далее. Подумайте, что может явиться вашим рекордом.

Например, Андрей Парабеллум думал, что в свое время провел самый большой вебинар, а оказалось, что «Бизнес молодость» такие вебинары проводит почти каждый день, но просто об этом не говорит. То есть это я к тому, что может быть свои рекорды вы ставите каждый день, но об этом ничего не говорите.

Задание 28. Придумайте себе рекорд и установите его.

ГК



Голый король или голая королева – это имелось ввиду под ГК. В любой непонятной ситуации, кто-то пишет книжки, кто-то идет спать, а кто-то раздевается. Любое оголенное тело привлекает людей настолько, что об этом сразу печатают новости.

Был случай в аэропорту Пулково, когда человек проходил рамку металлоискателя и его заставили пройти более тщательный досмотр, а он там же взял и разделся. Сразу же эта новость оказалась в топах всех новостей.

Просто так раздеться у вас не получится, потому что это первобытный страх, это как бы назад к природе, а мы живем в городах. Поэтому нужно сначала пройти специальные тренинги. ***И в любой непонятной ситуации – раздевайтесь.***

Бойтесь своего голого тела? Вам в спортзал или к психиатру. А если чуть серьезнее подойти к делу и пожелать, чтобы за вас разделись другие – добро пожаловать на сайт ГолаяРеклама. РФ.

Внешний враг



Классика жанра. Суть описана еще Федором Достоевским в фильме «Бесы», когда сами создают себе врага и сами же с ним борются.

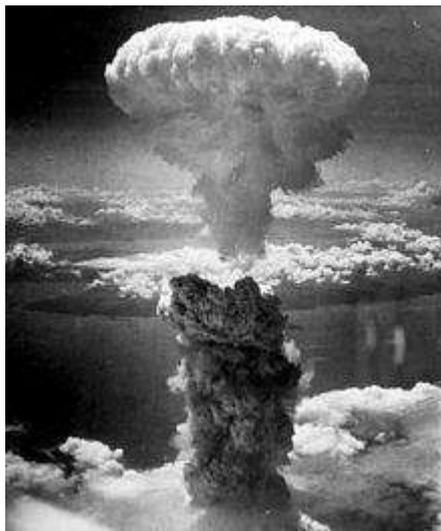
Не секрет, что многие враги важных персон – «ручные». Зачем? А для того, что их

придумали для того, чтобы их «бить», бороться с ними и побеждать.

Интересный момент был во время медийных сражений между Александром Лебедевым и Владимиром Медынским, когда 2 депутата друг друга публично оскорбляли. В конечном итоге, они оказались вдвоем «на одной стороне баррикады» в программе Владимира Соловьева «К барьеру». Ну, думаю, как такое возможно вообще? Вот это розыгрыш!

Задание 29. Придумайте с кем вы можете вступить в конфронтацию и работайте с вашим врагом. Возможно, что хэйтеры раскрутят вас лучше, чем ваши фанаты.

Война



Это более широкое понимание врага. Это некое объявление войны чему угодно. Например, адвокату можно объявить войну тому, кто не видит несправедливость в мире и начать во все вмешиваться, пытаться все исправить и тем самым делать себе имя.

Можно, как тот журналист из Сибири, объявить войну Бараку Обаме, потому что он получил Нобелевскую премию мира, а вы против и так далее.

Можно объявить войну крупным корпорациям, как это сделал Ральф Найдер и Алексей Навальный, получив за это политические и экономические очки.

Дарю вам идею. Поговорите с компаниями, которые в интернете устанавливают цены в зависимости от того с какого устройства вы заходите на сайт их магазина (с айфона – цена больше, с андроида – меньше).

Задание 30. Подумайте кому и объявите войну . Пора начинать боевые действия.

И еще посмотрите на эту тему фильмы «Хвост виляет собакой» и «Карточный домик» (последний сезон, последняя серия, последние 5 минут).

Памятник



Очень монументальный способ личного пиара.

Можно воздвигнуть памятник себе, можно попросить, чтобы воздвигли вам, а можно инициировать воздвижение памятника вашему кумиру.

Не обязательно это должна быть монументальная скульптура. Я помню случай, и он описан в книге «Лоббирование или черный пиар» Антона В как он открывал памятник в интернете.

Задание 31. Подумайте, чему или кому будет посвящен памятник, и кто его будет открывать.

Ваш «список Шиндлера»



Каталогизируйте в вашем блоге или на сайте что-то полезное. Например, напишите через запятую список полезных ссылок. Чем он больше, тем лучше.

Как-то произошел спор в «БМ» на тему, а можно ли с помощью SEO продвинуть лэндинг? Обычный ответ – нет. Но если на этом лэндинге собрать всю-всю пользу, весь список того, что есть по этой теме, то тогда он будет двигаться.

Я, например, составлял каталог всех пиар-агентств и тем самым продвинул свой блог.

Задание 32. Подумайте, что вы можете упорядочить и это будет хорошим «мостиком» для понимания, следующего пиар хода.

Свой сервис

Свой сервис – «непоправимая польза». Вот что такое расширенный «список Шиндлера», о котором было написано в предыдущем блоке.

Свой сервис Олега Горячева – это Джастклик, Олег Навальный – это Росяма, Роспил, и так далее. У многих сильных пиар-фигур есть свой полезный сервис – энциклопедия, какой-то бесплатный генератор слов, сервис проверки грамотности. То есть любой сервис, который предоставляет сервис людям, лучше бесплатный – превозносит вас каждый день. Люди вам будут благодарны за то, что останется после вас.

Задание 33. Придумайте свой желательно бесплатный полезный сервис.

Сам себе СМИ



Есть очень хороший прием личного пиара, когда вы не пишете в другие блоги статьи, не комментируете что-то и где-то, а ваш блог или сайт сам является средством массовой информации. И тогда к вам приходят на поклон.

Какие же средства массовой информации у некоторых персон? Образцово показательные – Варламов. ru, Тема. ru, Аяз Шабутдинов, Опер. ru (Дмитрий «Гоблин» Пучков – переводчик), и многие, многие другие.

Задание 34. Создайте сами себе СМИ и зарегистрируйте его . Кстати, его можно зарегистрировать и это не сложно. Зато значок лицензии, как говорил Андрей Мирошниченко, придает важность. Сейчас это элемент пафоса.

Президентская компания



Очень мощным приемом личного пиара является президентская компания. Когда вы метите на пост в президенты, становится понятным, что вы человек с амбициями.

Не всем эта работа подойдет, но как пиар подойдет всем. В президенты баллотировались многие и это было хорошим инфоповодом – Артемий Лебедев, Алекс Лесли. Один объявил, что будет баллотироваться президентом Украины, другой – России. Все охренели.

Сергей Сушинский в своей книге «Лоббирование от А до Я» писал: «Задайте себе вопрос: Вы бы хотели быть президентом России? Если вы не хотите стать президентом России, значит у вас кишка тонка». Думайте дальше. Этим проверяется, кстати, и патриотизм.

А вы бы хотели участвовать в президентской гонке и извлечь из нее все плюсы даже не становясь президентом России?

Запрет



Запрет – это излишнее привлечение внимания. Подумайте, кто и когда мог бы запретить ваш продукт, сервис, сайт, услуги? И считайте, что, если вы придумали кто вас

может запретить – вы сделали серьезный шаг к быстрой раскрутке.

По нашим подсчетам, имитация запрета – это шесть пресс-релизов. Именно так мы сделали с книжкой одного писателя, которая долго не продавалась. И после выпуска шести пресс-релизов книга стала продаваться с большой скоростью.

История этой фишки такова. Во Франции люди отказывались есть привезенный картофель и как только его запретили употреблять, картофель стал пользоваться бешеной популярностью.

Задание 35. Подумайте, что в вас и вашей деятельности может быть запретного.

Тюрьма



Как говорил Оскар Уайльд: «Каждый приличный человек должен посидеть в тюрьме». Это привлекает внимание.

Паркмэна арестовали на десять суток за то, что он приковал себя наручниками к посланию Сергея Собянина, чтобы разрешили пикапам въезжать в город. Кстати, разрешили после серии акций, в том числе и этой.

С точки зрения пиара, нахождение в тюрьме – это привлечение внимания и готовый инфоповод после выхода.

Бари Алибасов младший попал в тюрьму за езду без прав и в нетрезвом виде. Однако, эту ситуацию он представил так, что якобы он боролся против неточности в законе, который никак не регулирует вождение без прав в пьяном виде и вышел из борьбы победителем.

Когда для организатора акции «В метро без штанов» замаячил срок – он получил еще 50 бесплатных упоминаний в прессе. Марк Веселый (Игорь) пришел в отделение полиции с адвокатом, написал объяснительную и отделался устным предупреждением. И еще плюс 30 публикаций.

Задание 36. Проконсультируйтесь с вашим юристом, за что можно сесть в тюрьму ненадолго и без последствий.



Самое действенное в раскрутке пиара – это какие-то чрезвычайные происшествия. Например, вам стало плохо в людном месте, на вас совершено покушение, вас объявили в розыск (например, по линии Интерпола) или все это вы симитировали. Все это работает на привлечение внимания.

В 90-е годы чуть ли ни каждый мэр и губернатор раскручивали себя имитируя покушения.

Ну а уж если, что-то из вышесказанного, с вами случилось в действительности, извлеките из этого максимум пользы. Это уже почти взрывной пиар. Даже можете заготовить пресс релизы.

Пиар-брак



Это сильный прием пиара, когда одна из сторон – медийное лицо, а уж если оба, то это взрыв. Мы знаем звездные пары Пугачева – Галкин, Пугачева – Киркоров, Анжелина Джоули-Бред Пит и так далее.

Для нашего клиента – не очень известной модели, мы имитировали брак и сожительство с популярным певцом. По факту она стала известнее.

Задание 37. Если вы не состоите в браке, подумайте, с кем вы могли бы создать сделать пиар-брак.

Паства



Когда вы находитесь на этапе мастера или гуру, начинает формироваться постоянно растущее количество поклонников, так называемая паства.

Как работать с паствой? Желательно, специально для паствы завести отдельную CRM систему, можно открыть фан-клуб и даже в каждом городе. Для работы с паствой лучше выделить отдельного менеджера.

Паства обязательно нужна, и она нуждается в постоянной работе с ней.

Задание 38. Задумайтесь, а есть ли у вас паства? Если да, то работайте с ней, объединяйте, например, в группу в Facebook.

Свое движение



Паства имеет свойство двигаться куда-то. Вам нужно создать свое движение.

Прочитайте пост в блоге Олега Матвейчева под названием «Партия потребителей»²⁴. Прочитайте внимательно, а также статью «Как создать общественное движение». И все будет ясно по шагам. Ни убавить, ни прибавить.

²⁴ <http://matveychev-oleg.livejournal.com/114899.html>

Задание 39. Создайте свое движение.

Свой дом



Это логичный шаг в оформлении того, что вы достигли определенного уровня.

Когда у вас появляется свой дом – дом аллигатора, дом БМ, дом чего угодно, то это говорит об определенном уровне. То есть у вас не офис, а собственный дом. Дом, где вы работаете.

Свой город



Свой город – олицетворение активного движения. Свой город есть у Александра Кравцова, свой город был (и есть) у Ошо. Свой город пытались строить многие, многие другие.

Задание 40. Подумайте, а вы бы смогли создать свой дом и свой город? Как бы он

назывался? Кто бы в нем жил? Как бы в него привлекали людей? В чем там была бы фишка? Был ли этот город построен «с нуля» или был выкуплен? Кто возглавлял бы совет города? Кто был бы мэром? То есть, каким бы был ваш город?

Свой мир



Свой дом, город, своя паства, фан-клубы и так далее – все это образует свой мир.

Подумайте, что составляет ваш мир, вашу эко систему.

На Promodj можно скачать любые мои музыкальные творения и там в ролике перед миксом звучит, что мой мир – это моя музыка и мои книги. Но это маленький мир. А что может быть вашим миром? Готовы вы ли вы создать свой мир?

Конечно, сейчас не будет задания – создать свой мир. Просто думайте об этом. И пока этого достаточно.

Большая идея



Мы уже рассмотрели множество идей, но самое значимое – это когда вы придумали сами «с нуля» некую большую идею и начали ее воплощать.

Что такое большая идея? Это большой жизненный подвиг. К примеру, вы бьетесь за бессмертие, за строительство олимпийских объектов или хотите освоить Аляску, изучить

новый язык, полететь в космос.

Задание 41. Подумайте, что может быть вашей большой идеей.

В конце книги есть ссылка на статью «Перевоспитание олигархов. Версия 2.0». Прежде, чем ее читать, ознакомьтесь с книгой «Проект Россия». Там очень много больших идей! Евро, иврит, Олимпиада, религиозное течение – все это примеры больших идей.



Глава VI Лайф – стайл для будущих знаменитостей

Введение

А сейчас мы поговорим о лайфстайле, о советах на каждый день, что можно делать, над какими вещами стоит задуматься, что у вас нет и что стоит сделать, а может быть что-то из этого у вас уже есть и вы подтвердите мне сказанное в личных сообщениях или в комментариях к тому, где вы скачали этот замечательный курс.

Итак, повторяю, как нужно читать: вы читаете и записываете все на листочек, лучшие моменты вы фиксируете и делаете пометку, когда вы этим займетесь. Если же у вас под рукой нет бумаги, тогда пишите себе на подкорку. Обещаю вам, в нужный момент все это всплывет.

Образование



Совет первый – нужно постоянно чему-то учиться, чтобы в мозге образовывались новые нейронные связи. Этому способствует прохождение каких-то курсов, освоение новых навыков, прохождение тренингов, путешествия, знакомства с новыми людьми – все это составляет образовательный процесс так, как он должен быть, а не просто мы пришли в школу, открыли учебники, открыли тетрадки и пишем, и у нас начался процесс образования, нет.

Образование – это процесс постоянный, как угол 360 градусов. Отовсюду вам в голову должны течь знания.

Почему говорят, что нет неоконченного высшего образования? Его просто не бывает. Если у вас высшее образование, оно всегда неоконченное, потому что вы его всегда продолжаете делать.

В Америке есть замечательная статистика о том, что люди более образованные, у которых больше за плечами курсов, больше тренингов, больше, конечно же, классического образования, кандидатских степеней, научных степеней. Образованные люди зарабатывают больше. Это всего лишь на всего статистика. Не важно кстати, как они учились, все сразу вспоминают двоечников, которые зарабатывают больше.

Во-первых, не в деньгах счастье, как говорится.

Во-вторых, что значит «двоечники зарабатывают больше»? Не факт, что они отучились и не закончили образование на 3 курсе ВУЗа. Двоечники – это такие люди, которые учатся постоянно чему-то новому, схватывают новое налету, где-то услышали – у себя применили. Я вот знаю, среди моих друзей есть двоечники-миллионеры, которые школу-то не окончили, ВУЗ не окончили, но это дико образованные люди и отсутствие у них диплома совершенно не означает, что они не образованные персоны.

Поэтому займитесь вашим образованием, получите второе образование, получите кандидатскую степень, докторскую не рекомендую, честно, да и кандидатская, честно говоря, это убийство научного творчества, но пусть будет, – как говорила моя мама.

Участвуйте в мастер-классах, может быть будете писать новую книгу каждый месяц, может быть это будет освоение нового навыка, обучение игре на гитаре, на фортепиано или слепой азбуке, может быть это будет ныряние, может быть это будет катание на чем-то.

Образование вашего тела – это тоже образование.

Задание 42. Займитесь вашим образованием, наметьте, что нового вы узнаете завтра.

Спорт как активная медитация



Многие вузы, которые признаны во всем мире (Лига Плюща, Гарвард, Оксфорд и так далее) уделяли огромное внимание спорту и делали это не случайно.

Я воспринимаю для себя спорт, как активную медитацию. Во время спорта думается лучше, мысли утрясаются и выдается то, что нужно. Многие гениальные идеи пришли ко мне во время спорта. Раньше я любил плавать, в плавании мне приходили супер-идеи. Когда ты плывешь кролем, то две руки движутся у тебя перед глазами, сначала одна, потом вторая и постепенно тыходишь в некий транс, когда плывешь больше километра. И во время транса случается озарение, когда в мозге тихо, идет то самое «я», проявляется сущность и нет дурных идей, приходят только интересные идеи.

Сейчас я больше бегаю и ко мне приходят больше идей, когда я прибегаю с дистанции, мне уже опять хочется на дистанцию, потому что нужно как-то упорядочить свои мысли. Бегаю я в разное время: утром, ночью, днем, в жару, в дождь – неважно. Но и помимо прочего бег – укрепляет здоровье – это как бонус, вы худеете, вы в тонусе, вы не болеете всякими простудными заболеваниями, вы бегаеете в разных погодных поясах.

Поэтому занимайтесь спортом в любом случае. Бегом или плаванием или еще чем-то – решать вам.

Готовьтесь, пожалуйста, во время спорта к новым открытиям. А лучше прибежали и начали записывать.

Задание 43. Занимайтесь спортом. Кстати, сдавайте ГТО.

Семья



Брак, семья, дети. Наверняка, вы помните про некое исследование о браке и семье. Еще раз на всякий случай вам его напомню. Семейные люди почему-то зарабатывают больше, почему-то они умнее своих сородичей.

Конечно, институт брака уже немного устарел и появились новые формы, – товарищество и все такое прочее. Это вам решать, как будет на самом деле. Но оформленный брак имеет важную особенность – со стороны людей к вам больше доверия.

Вывод этого исследования: семейные люди всегда успешнее. Факт остается фактом: те люди, которые женились более успешные по жизни, чем их не женатые и незамужние сородичи.

К тому же – плюсом будет материнский капитал и более низкие суммы по КАСКО)))

Задание 44. Да! Вступите наконец в брак, возьмите на себя ответственность.

Тайм-менеджмент



Очень важная тема. Прежде чем изобретать какие-то инновации, почитайте классиков этого жанра: Глеба Архангельского рекомендую «Тайм-драйв», рекомендую посмотреть Толкачева «Экстремальный тайм-менеджмент» и рекомендую воспользоваться советами Андрея Парабеллума, который рекомендует работать блоками. Есть еще книга «Принцип Помидора» или томата, такая программа еще есть. Сам не читал, но хорошие люди из интернет-тусовки рекомендовали.

Что такое тайм-менеджмент по сути? Это нахождение времени на важные для себя дела. Все, что неважно – отменяйте.

Первый совет от меня – отключите все уведомления на вашем телефоне. Пришло уведомление о том, что вас кто-то лайкнул? Да какая разница?! Пришло уведомление о том, что вам хочет кто-то дозвониться? Не обращайтесь внимание, если вы заняты важным делом. Если вы творите, то даже сообщения в фэйсбуке вам будут нипочем.

Нассим Талиб в книге «Черный лебедь» очень хорошо описал зависимость от новостной картины дня, т. е., когда вы смотрите каждую секунду на обновление статуса, лайков, новостей, что произошло в мире с курсом доллара, то вы теряетесь, а если вы смотрите на это менее часто, то вы видите картину колебаний, при этом вы не теряете на это время.

У меня есть такое правило. Я на телефоне не проверяю фэйсбук, если там меньше 99 уведомлений. А на сообщения в мессенджерах стараюсь отвечать 1 раз в день – в 12 часов дня. Почта – утром и вечером, если нет спец. проектов.

Освойте элементарные правила тайм-менеджмента, сберегите свое время на главное. А самый лучший тайм-менеджмент – это понять, что сегодняшний день может оказаться для вас последним.

Если завтра вы захотите сделать, то же, что делали и вчера, значит вы занимаетесь тем же самым делом, но тайм-менеджмент, его основные, базовые правила вам не помешают.

Задание 45. Ознакомьтесь с книгами, которые я рекомендовал. Займитесь наконец вашим временем.

Ранний подъем



Рано вставать. Зачем это вообще нужно – ранние пробуждения?

Во-первых, у вас больше времени появится на дела.

Во-вторых, кто раньше встает – тому бог подает, все знают эту поговорку. Руслан Татунашвили начал вставать вообще в 4 утра. Те, кто приезжают из Азии, из Таиланда в Москву, тоже начинают вставать в 5–6 утра, максимум в 7 и тоже успевают делать больше. Все думают «А чего это они приехали из Азии и начали работать как заведенные и делают больше?» Да потому что не из отпуска, а из другого часового пояса приехали, очень работает.

С утра можно пробежаться, можно накреативить идеи, раньше появитесь на работе и можете позвонить большему числу людей.

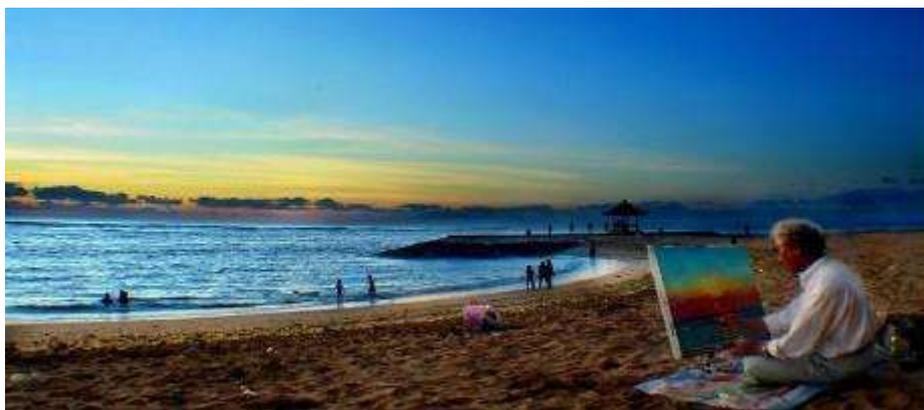
Менеджерам по продажам, кстати и Тиму Феррису, известно о том, что кто назначает встречи с утренних часов (до 10–11 часов) – это самые лучшие встречи, потом назначить встречу нереально.

В общем, плюсов раннего вставания очень много, не забывайте при этом спать днем, хотя бы 20 минут. 20 минут сна днем и считайте, что у вас начинался второй день. Делайте больше или не обязательно делать больше, второй день посвятите своим хобби, своим интересным делам, своему развитию. Вставайте пораньше. И желательно, как я – без будильника.

Мой совет: когда вы спите на жестком, наступление происходит раньше.

Задание 46. Как минимум заведите будильник на завтра на 7 утра, потом напишите мне, было лучше или хуже, но естественно лечь нужно не в 6 утра.

Путешествия и «смена картинки»



Я искренне рекомендую вам чаще путешествовать. Потому что путешествия – это глобальная смена картинки, т. е. мозг воспринимает новую информацию, устанавливает новые нейронные связи и интересней становится жить, вы начинаете сравнивать «Ага, тут есть, там нет, здесь так, там так». Вы смотрели на проблему с одной стороны, а после путешествия будете смотреть на нее совершенно по-другому.

Я сделал наблюдение: вовремя самого путешествия, то есть в дороге приходят интересные идеи. Это как форма активно-пассивной медитации, вроде ты и не бежишь, и не плывешь, но ты перемещаешься и возникает много разных идей! Я в дорогах очень много идей записываю, со мной всегда рядом блокнот. Путешествия – это приятно.

Я рекомендую путешествия в выходные по подмосковными городам, до которых можно дотянуться в пределах 100 км. Это я увидел у Артемия Лебедева. А что, думаю, хороший ход.

У вас есть заграничный паспорт? Пожалуйста, не выкидывайте его незаполненным и просроченным. У меня есть знакомый, которого мне очень жалко. Он делает уже 3-й заграничный паспорт и не поставил в нем ни одной отметки. И это, друзья, очень печально. Путешествуйте, это весело.

Задание 47. После прочтения книги срулите куда-нибудь в безвизовую страну. Вот прямо, куда хотите! На три дня. Я так летом, просто так, решил смотаться в Стамбул. И не пожалел, вспоминаю с теплотой – сейчас-то хрен слетаешь.

Новые маршруты



Вы знаете, что истинный художник никогда не нарисует две одинаковые картины. И я стараюсь не ездить в одно и то же место одной и той же дорогой.

Всегда находите разные пути к одной и той же цели. В офис вы едете, на работу, в спортзал, найдите туда другую дорогу. Пройдитесь пешком, скатайтесь на трамвае, пешком, маршрутке, автобусе, автомобиле, верхом на ком-нибудь, в общем нахождение разных путей – это интересный момент.

Есть одно исключение из правил, когда Иммануил Кант ходил в Калининграде одними и теми же маршрутами, он придумал философскую систему. Все остальные, известные мне люди, ходят на работу разными маршрутами. Это немного отвлекает, расслабляет мозг и придает ему новые импульсы, потому что вы идете и видите «Ага, ту картину я не видел, вот тот знак я не замечал, вот ту яму я тоже не замечал».

Новая информация должна постоянно привходить в ваши серые извилины. Почему? Потому что чем больше информации, тем больше кумулятивный эффект, тем больше интересности может разойтись вовне. **Путешествуйте разными маршрутами.**

Задание 48. Завтра в офис доберитесь новой дорогой. О`кей?



Знания других людей, знакомство с людьми высшего порядка, из других каст, из других социальных слоев вас сильно обогащают.

Как подняться вверх? Нужно просто рядышком стоять с этими людьми, которые уже там и повторять, делать, впитывать то, что они говорят.

Но как вы постоите рядом с Лениным, Сталиным, с Стивом Джобсом? Никак, кроме как прочесть их книги. Поэтому я советую чаще читать биографии замечательных людей. Теми, с кем вам хотелось бы познакомиться.

Вы же уже сделали задание – выписать 100 людей, которые вас вдохновляют на знакомство? Вот их и изучайте.

Читайте биографии великих людей, это всегда обогащает.

Я рекомендую почитать биографию Наполеона, которую написал Евгений Тарле, а также почитать его же произведение «Талейран», это сподвижник Наполеона, очень примечательная личность, ну а об остальных книгах я вам расскажу чуть позже.

Задание 50. Пока что ваша задача – найти биографии трех замечательных людей. И закачать себе в читалку.

Коуч



Даже самому крутому чемпиону нужен тренер, без тренера ты никуда. Что такое тренер? Тренер – это тот человек, который будет капать вам на мозг и говорить: «А ты, не сделал вот то, а ты не сделал вот сё, ну ка вот сделать вот так».

Тренером, по сути, может быть любой человек, который будет по вашей же методике грамотно вас пинать. Каждый день заставляя совершать подвиги. Вы, смотря на другого, делаете больше.

Тренер может быть вашим напарником на пути достижения цели. Например, к похудению.

В сообществе «Секта» есть очень смешной пункт о том, что все должны друг друга направлять на то, чтобы ты сделал вот это правильно, вот это ты сделал неправильно и т. д.

Я был на семинаре Тони Роббинса и нас разбили в пары, чтобы пройти по углям, по этим горящим раскаленным пепелищам. Мы друг друга подталкивали. Именно мы, как тренеры друг друга.

Признаки хорошего тренера: во-первых, он четок и не отходит от своих заданий, во-вторых, тренер должен хорошо получать, чтобы вы ценили его совет и, в-третьих, тренер должен иметь хотя бы небольшой опыт в своей сфере, это для продвинутых, а для остальных – у вас просто должен быть друг, который будет вас постоянно толкать и говорить: «Что это ты не сделал? Давай, делай уже».

Задание 51. Обзаведите персональным коучем . Многие советы в этой рубрике звучат как «давайте уже то, давайте уже сё». Это специально, друзья, я воспринимаю вас, как равных.

Психотерапевт или церковь



Интересной формой терапии является – церковь и интересной формой церкви является – психотерапия. Кого вы выберете – психотерапевта или вашего духовного отца – по сути неважно. Важно, чтобы у вас был человек, которому вы могли бы выговориться и который вас выслушает профессионально.

На западе очень хорошо распространен институт церкви, в котором исповедники исполняют роль психотерапевтов. И в то же время, очень хорошо поставлено дело психотерапии. Куда вы пойдете – вам решать, но выговариваться нужно.

Мой совет: *сходите к психотерапевту на первый прием или же выговоритесь на исповеди в церкви* . Это полезно. Это катарсис.

Особо продвинутым я рекомендую сходить на инквизицию к Антону Кирсанову²⁵. Не буду рассказывать в подробностях, что это – просто это охренительно, скажу я вам. Посмотрите отзывы – http://vk.com/topic-105731744_32476070?offset=20

Рекомендуемые книги



Рекомендуемые книги по теме самопиара и саморекламы такие – кроме того, что будет рекомендовано отдельно в приложении в конце труда.

Во-первых, это, конечно же, Андрей Парабеллум «Гуру. Как стать признанным экспертом». Это четкая инструкция, без воды, как усилить свои стороны в публичном поле.

Во-вторых, это Роберт Кийосаки и его книга «Как очаровывать людей». На ее обложке такая интересная бомбочка. Внутри книги интересная история о том, как они подбирали эту обложку. Редкая и исключительно полезная книга, редко рекомендуемая. Пусть там примеры зарубежные, но многие из них хорошо ложатся на наши реалии. Минусом книжки я считаю некую без системности.

В-третьих, книга Игоря Манн «Номер один». Конечно же это номер один среди книг про то, как стать номером один. Идеальна для новичков, для вхождения в тему и каких-то маленьких советов, вплоть до рекомендации каких-то определенных марок одежды.

В-четвертых, книга Джека Лондона «Мартин Иден». Счастливая история про то, как стать писателем, но, к сожалению, с несчастным концом. Кстати «Мартин Иден» рекомендовал автор следующей книги, которую я горячо вам советую прочесть: это Михаил Веллер и «Приключения майора Звягина». О том, как делать себе реальную репутацию реальными делами. Список добрых дел, пожалуйста, «Майор Звягин» вам дает. Если повторите – вы молодец.

В-пятых, книга Вячеслава Шишкова «Угрюм-река». Как свой путь формировал русский предприниматель Прохор Громов. Где-то он переборщил с выходами в стиле «гуляю по полной», но в целом про русских меценатов угадано верно. А с меценатов то (осознанно или нет) рисуют образы современные предприниматели. Избежать ошибок и взять только плюсы поможет вам именно эта книга.

Если вы порекомендуете мне еще книжки по личному пиару, буду вам очень признателен. **Задание 52. Прочитайте пока то, что я говорю, и обсудим как-нибудь за**

²⁵ <https://vk.com/id2653712>

чашечкой чая.

Рекомендуемые фильмы



Фильм **«Авиатор»**. Посмотрите на человека, который умеет делать самопиар, если у него большой бюджет. Если снять фильм – это не вопрос, то что же он предпримет в следующий раз. Хорошая история, хороший замах. Леонардо Ди Каприо великолепен. И посмотрите обязательно на его личного пиарщика, вдруг у вас сейчас тот самый случай, когда вы готовы вложить все ваши деньги в личный пиар? «Авиатор» вам скажет, как это лучше сделать.

«Бойцовский клуб». Рекомендуется к просмотру и даже к пересмотру, кто одновременно с личным брендом, также собирает собственную команду.

«Борат». Телеведущий из Казахстана делает репортаж о США и держит в голове сверх цель: переспать с Памелой Андерсон. Часть сцен картины снималась на натуре, при участии ничего не подозревающих граждан. Говорят, что в полицию вызывали 91 раз. Т. е. 91 раз был инфо-повод для того, чтобы подогреть интерес к этому фильму.

Как дополнение к «Борату» рекомендую посмотреть другие фильмы-провокации **«Бруно»** и **«Несносный дед»**. Тоже есть чем раскатать свое сознание.

Еще несколько фильмов, которые я рекомендую – **«Бригада»**, **«Пирамида»** и **«Олигарх»**. Они на фоне основного сюжета рассказывают, как нужно было вести себя в лихие 90-е. Хотя я верю, что такие времена больше не наступят в таком виде, в каком они были, все же знать про эту часть истории нужно. Почему? Ведь именно в таких условиях формировались крупные олигархи, инвесторы, акционеры, т. е. те люди, которые будут сейчас оказывать вам самопиар сами, либо через помощников, либо их друзья будут к вам обращаться.

Следующий фильм довольно-таки интересный, он снят по одноименной книге, называется он **«Джулия и Джулия : готовим счастье по рецепту»**. Кулинарная блогерша выросла из серой мышки, которая в 2005 году выпустила книгу «365 дней, 524 рецепта и 1 кухня» и на основе ее записей сделала книжку и построила себе карьеру. Основной посыл такой: делай, что тебе нравится, и вскоре ты будешь интересен СМИ и всему честному люду.

«Народ против Лари Флинта ». Хороший фильм. «Пипец» – тоже хороший фильм. «Престиж» – рекомендую. «Список Шиндлера» – рекомендую. «Форрест Гамп» – рекомендую. «Хорошая жена» – сериал, рекомендую. «Части тела» с Говардом Стерном – рекомендую. «Человек на луне» – рекомендую.

Подробнее узнать о кино и книгах можно узнать в статье – «Что можно почитать и посмотреть о саморекламе» <http://www.e-executive.ru/career/labormarket/1973523-что-можно-почитать-и-посмотреть-о-саморекламе>.

Мой любимый фильм из этих – пожалуй, «Престиж ». Для себя я его понял так: основное волшебство происходит за кулисами. Именно об этом рассказывает один из главных героев на примере дряхлого старичка, который еле передвигался. Его коронным трюком было чудесное появление аквариума с живыми рыбками. Как выяснилось, аквариум этот иллюзионист заблаговременно зажимал между ног, чтобы его странная походка не вызывала никаких подозрений, на публике ему приходилось играть немощного старика.

Совет: никогда не выходите на сцену в вашем естественном образе. Всегда надевайте маску. Как Жириновский.

Рекомендуемые тренинги



Я рекомендую пройти ряд тренингов, которые вам помогут делать личный пиар.

О чем же я говорю в первую очередь? Во-первых, это Радислав Гандапас – эксперт в области лидерства и ораторского искусства. Рекомендую обратить на его тренинг внимание «Полная Ж». Вы удивитесь тому, сколько бесполезных вещей вы совершаете за 1 день.

Во-вторых, Вадим Демчог. Он не требует представления, его тренинги – это то же, что и Фрэнки Шоу или Мистер Фриман, но только вживую и с интерактивом. Тренинг «Игра».

Павел Кочкин. Помогает обрести мотивацию для тех, кто сомневается: а тем ли делом он занимается? «Предназначение» – ключевой тренинг Павла Кочкина.

Ицках Пинтосевич. У него интересные тренинги для тех, кто тренер. Как себя

раскрутить с нуля. Пожалуйста, тренеры, идите к Пинтосевичу.

Рекомендую посетить тренинг Тони Роббинса. Это вообще бомба, реально мировой бизнес-тренер без аналогов «4 дня, которые изменят ваш мир». Unleash the Power Within – раскрой свой внутренний потенциал, раскрой свою внутреннюю силу, разбуди в себе исполина.

Я был у Тони Роббинса, это реально здорово, я увеличил свой доход в 10 раз в течение месяца после того, как я оттуда приехал. Но самое главное – я приобрел другой взгляд на жизнь и положительную энергию. Я выбросил старые батарейки и поставил себе новый платиновый аккумулятор.

Задание 53. Впитывайте, смотрите, ищите, давайте делиться информацией и будем достигать ярких побед вместе.



Глава VI

Советы и упражнения на каждый день

Введение

Мы говорим про 7 нот суперличности.

Суперличность – это раскрученный бренд и монетизированное имя. В данной главе поговорим с вами про советы на каждый день, их можно воспринимать именно как советы на каждый день, 2 недели плотной работы можете посвятить только одному упражнению, 1 упражнение в день и после этого вы встраиваете хорошие упражнения, которые у вас вписались к вам по духу, по времени, по желанию.

Каждый день делаете что-то, что понравилось, что идет лучше. А вообще, по хорошему, каждое из этих упражнений надо периодически практиковать. Я сам практикую то одно, то другое, то третье, то пятое, то десятое.

Каждый день я стараюсь делать одно из этих упражнений, вы сейчас, наверное, поймете, какое именно. Давайте приступим. Две недели, каждый день вас будет приближать к статусу супер личности.

Вы уже знаете, как монетизироваться, вы уже знаете, как упаковываться, вы уже знаете, как проявлять активности. Сейчас пора переходить к непосредственным действиям. Не думай, а делай.

Вашими впечатлениями будем делиться на страничках фэйсбука, можно писать мне в личку, можно писать в закрытый клуб супер личности. Лучше писать у себя на страничке и отмечать меня как вашего дистанционного учителя, чтобы я быстро нашел этот пост у вас и

лайкнул.

Комплименты



Давайте делать комплименты. Как только у вас войдет в привычку делать комплименты, настроение будет улучшаться не только у того, кому вы делаете комплименты, но и у вас.

Делать комплименты – это очень приятная штука. Увидели – сделали комплимент. Чем меньше длина от подумал-сделал, тем плодотворней будет развиваться ваша решимость в целом.

К тому же после комплиментов обычно завязываются очень интересные связи. Вы разговариваете с человеком и начинаются вот эти вечные «кстати-кстати-кстати», обмен визитками и деловое соглашение. Советую почитать на эту тему книги, как правильно делать комплименты, соответствующие статьи. В частности, Родислав советует делать комплименты, преувеличивая каждое качество. Вы не просто красивы, вы очень красивы, вы необычайно красивы, вы хорошо выглядите, вы **ОЧЕНЬ** хорошо выглядите. Вот такие вот маленькие фишечки, почитайте об этом подробнее в интернете.

Запомните одно: делать комплименты можно и нужно и чем меньше времени прошло от желания до реализации, тем для ваших же нейрончиков в мозгу лучше.

Стих в людном месте



Это упражнение делали многие ученики Александра Белановского, т. е., кто дошли практически до финальной части его подвигов на каждый день.

Прочитать стих в людном месте – это, во-первых, прокачка себя, насколько вы сможете это сделать, насколько вы не заволнуетесь, стих нужно выучить, во-вторых, это может быть информационным поводом: человек пел гимн на Красной площади, подозвал туда из Гнесинки людей-студентов и, что ж, вы знаете, получился классный флэш-моб. Почему бы не прочитать стих таким образом, чтобы привлечь внимание к этому и СМИ и соц. сетей, чтобы снять это в качественном видеоролике?

Начните с того, что вы просто прочтаете любимый стих и увидите, насколько у вас подскочил адреналинчик. Следующее упражнение будет еще более адреналиновое.

Давайте, стих в людном месте. Жду. Запишите на видео – пришлите мне ссылочку, обязательно репостну.

Полежать в ТЦ



Отличное и интересное упражнение.

Итак, разминочка. Возьмите и полежите просто в торговом центре. В любом. Это упражнение я называю еще приветом от Тима Ферриса, который иллюстрировал данным

упражнением такую мысль: окружающим наплевать, как вы себя ведете, хоть на голове ходите. Главное, чтобы вы... а вообще нет ничего главного, делайте вообще, что хотите. Для начала, полежите в ТЦ.

К вам подойдут и спросят: а чего вы лежите? А вы ответите: да просто захотелось полежать.

- Вам плохо?
- Нет, хорошо.
- Вызвать врача?
- Нет, спасибо.

Я сам, когда лежал в торговых центрах, это упражнение немножко усовершенствовал: я решил провести (потом оказалось, что это классика жанра) возлежание в костюме и без костюма.

Можете посмотреть такой ролик на YouTube: «человеку стало плохо в ТЦ, людям наплевать»²⁶. Что я заметил: когда я падал в костюме, я вообще так прокачался, у меня был такой адреналин, всплеск. Я упал в ТЦ Ереван Плаза²⁷, ко мне менее, чем через 8 секунд, подбежали люди, предложили сначала стакан воды, другой стакан воды, начали вызывать скорую помощь, я был потрясен, насколько это было удивительно, когда я был в костюме, в галстук и так далее.

Потом я в этот же день, упал в шортах и в шлепках, и футболке на Курском вокзале в Атриуме. Я лежал минут 10, люди обходили вокруг, фоткали, спрашивали, потом охранники чуть ли ни за шкуру фактически вытащили меня оттуда.

Поэтому это еще иллюстрация того, сколько деловой костюм решает. На тренинге супер личности девушка одна падала. Она была в платье летнем красивом и то ждала долго.

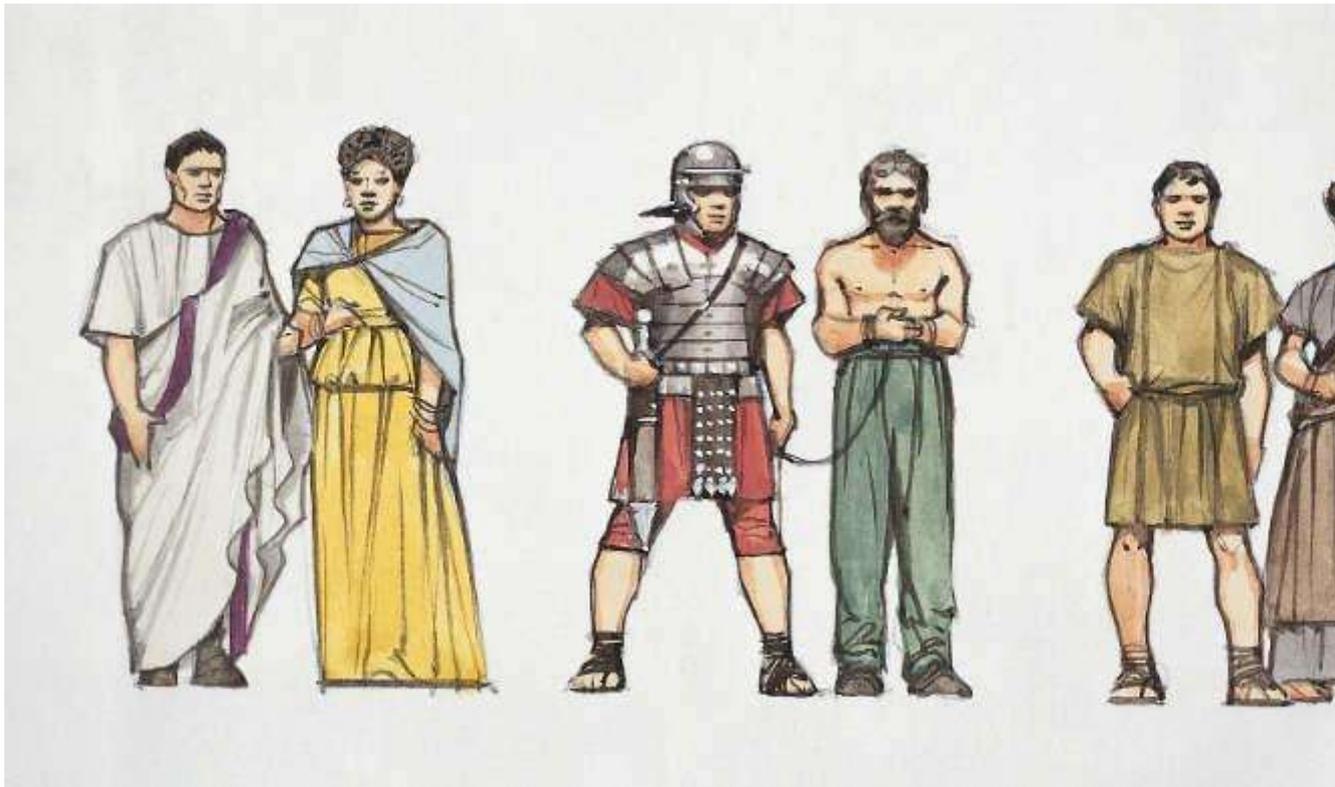
Падал парень в костюме – отлично, сразу подбегают.

Итак, это задание 54 – для продвинутых – записать такой мини-пранк в костюме и без костюма (не в смысле голышом, а просто в кэжуале) и вариант простой: простой полежите в ТЦ, вы ощутите бурную гамму эмоций. Вам понравится, обещаю.

Платье

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=G5saY5bG43w>

²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=n4NeQxyk3Gg&feature=iv&src_vid=G5saY5bG43w&annotation_id=annotation_1035177651



Суперэкстремальное упражнение. Называется: платье. Это упражнение для мужчин. Прогуляйтесь, пожалуйста, в платье в вашем городе. Платье нужно надеть яркое, так называемое «проститутское», «стриптизерское». Оно своей яркостью должно привлекать внимание. Никакой сарафан, никакую юбку, просто яркое платье. Кислотное такое, либо розовое, либо зеленое, любое платье. Я обещаю, никто к вам даже не подкопается, но вы столько соберете внимания!!!

Вы почувствуете себя, во-первых, рок звездой, во-вторых, вы почувствуете, насколько можно быть свободным в своем городе. Конечно, в маленьких городах такое не стоит делать, лучше выйти для этого в более крупные города, где 500 тысяч населения и выше.

Можно сделать это на видео, сделать как спор. Для чего: для прокачки того, что вам вообще все равно. Очень просветляющее упражнение. Дальше будет уже поспокойней. Девушкам, к сожалению, по данному упражнению ничего посоветовать не могу. Если есть идеи, как адаптировать это упражнение под себя – пишите.

Упражнение придумал Алекс Лесли. Его делали в Паттайе. И то – внимания море! И это в Тайланде.

Личные продажи



Звоните вашим клиентам и делайте личные продажи. Лучшие личные продажи делают директора компаний. Когда звонит директор клиенту, то всегда это заканчивается продажей. По разным причинам. Я думаю, вы сами себе объясните, почему это так, но совершенствоваться в науке личных продаж нужно и еще раз нужно. Генеральный директор компании – это продавец. Не организатор, не пропагандист, он продавец, он маркетер. Все, что делает директор – он продает, поэтому, личные продажи, не усугубляйте этот момент, иначе будет поздно.

Продавайте, продавайте, совершенствуйтесь в этом навыке, как лично продавать, как лично продавать больше, быстрее, сильнее и так далее, с большей прибылью.

Советую на эту тему послушать несколько тренингов, какие найдете. Мне помогли Брайан Трейси, мне в этом плане помог Сергей Азимов и, пожалуй, наверное, все.

Чем вы больше уделяете времени вашим личным продажам и продажам вообще, тем больше у вас этих самых продаж.

100 людей



Вы наверняка, может быть, слышали об этом упражнении в вводном видео-курсе «Суперличности», может быть вы его где-то читали или делали, видели, как делали другие. Сейчас я вам расскажу о нем подробно для того, чтобы вы сделали его сами.

Заключается оно в следующем: выпишите сейчас 100 людей, с которыми вы хотели бы познакомиться. Те люди, с которыми вы уже познакомились – не пишите, пускай это будут ваши цели. Вы удивитесь, но через год вы откроете этот список и со многими вы уже познакомитесь.

Да, нужно встречаться с людьми, попадать в «банку с огурцами», но можно это сделать быстрее: просто написав их имена в список в длинный столбец «100 людей».

Сделайте это в соц. сети, хэштег #Суперличность можно поставить по желанию. 100 людей. Вы удивитесь, но несколько человек вам напишут и скажут: «О, ну давай познакомимся, что ты хотел узнать?»

Задание 55. 100 людей. Сделайте этот список прямо сейчас. О мертвых людях писать можно.

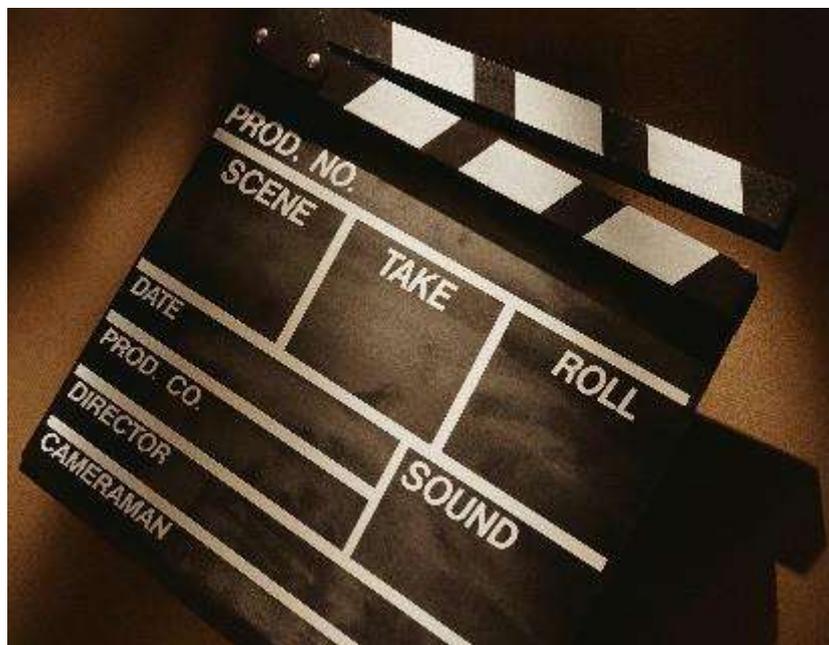
100 книг



Сделайте, пожалуйста, запись в блоге на тему «100 книг, которые вас сделали». Здесь можно писать и книги, которые вы прочитали, и книги, которые вы собираетесь прочесть. Мы едем то, что мы читаем. На почве книг завязываются очень многие большие и хорошие интересы.

Задание 56. Все очень просто: выпишите подряд 100 книг, которые вы читали или хотите прочитать.

100 фильмов



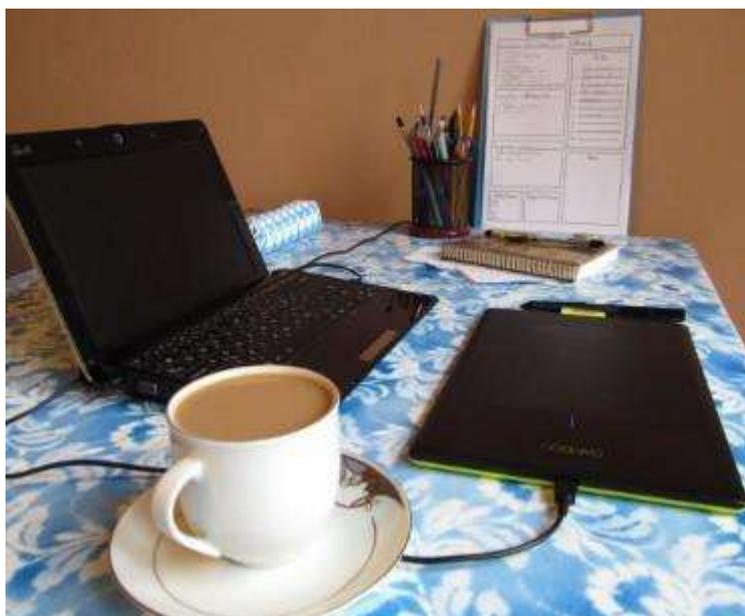
Напишите 100 фильмов, которые вас сделали. Сериалы тоже считаются. 6 сезонов одного сериала – это 1 фильм.

100 фильмов можно разместить так же на Кинопоиске, можно разместить в вашей соц. сети и даже на этой почве искать людей с общими интересами.

100 фильмов будет сложнее написать, чем 100 книг и конечно же сложнее, чем 100 людей, но однако же упражнение того стоит, потому что здесь вы наконец начнете искать классику жанра и найдете очень интересные фильмы, потому что новейшее – это, конечно, хорошо, но в прошлом снимали очень и очень неплохо.

Ваше задание 57 – 100 фильмов, которые вас делали и те, которые вы хотите посмотреть в ближайший год.

Один мой день



Отфоткайте ваш день. Встали и начали фотографировать все, что с вами происходит: почистили зубы, сходили в душ, прочитали такую-то книгу, начали смотреть такой-то фильм, пошли на работу, постояли в пробке, слушаете такую-то радиостанцию, дальше вы едете обедать в какое-то кафе.

Работаете вы на Mac или на Windows, вечером идете вы в парк или гулять, либо заниматься спортом, либо еще куда-то и день ваш заканчивается во столько-то под такую-то еду, музыку и так далее.

Мне понравилось, как писал про свой день Василий Ралько, он писал про свой день рождения. Это было очень феерично.

Как писать, зачем писать? Во-первых, зайдите на самое популярное в сообществе в ЖЖ «Один мой день»²⁸. И дальше почитайте там правила. У нас никогда не принимали с первого раза «Один мой день», всегда со второго, третьего, четвертого, пятого, но пост принимали.

«Один мой день» – это характеристика вашего дня. Здесь все: и книги, и фильмы, и вообще ваш образ жизни, поэтому хотя бы 1 ваш день должен быть в этом живом журнале (ЖЖ). Там нельзя давать рекламу, кто вы и что вы, но намекать на то, чем вы занимаетесь можно. Фишка в том, чтобы научиться за собой конспектировать.

Задание 58 – сделайте ваш фото-день, пришлите мне ссылочку, если пожелаете, и я вам в ответ пришлю два своих «дня».

Поздравлять с днем рождения



Конечно, я вам объяснял, что поздравлять с днями рождениями в фэйсбуке очень просто и это прибавляет вам кучу друзей каждый день. Можно поручить это помощнику, чтобы он размещал на стену всем вашим друзьям стандартные поздравления и это тоже будет работать, как и в моем случае (друзья, простите, кого я поздравил стандартно, как вы понимаете, главное – не внимание).

Ну а поздравлять с днями рождениями партнеров, друзей, коллег очень просто через напоминание в мобильном телефоне, где-то они даже подставляются автоматически, а лучше звонить лично VIP-людям и родственникам тем более.

Привносите в жизнь позитив: в дни рождения, когда вы поздравляете, люди радуются. Когда меня с днем рождения поздравили, то я в ответ абсолютно всех пригласил на свой день рождения в лимузине по традиции, которая уже 2-ой год проходит.

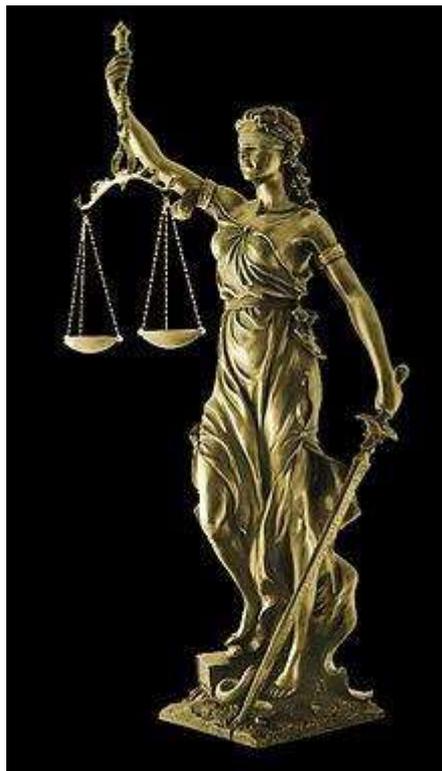
Вы знаете, согласилось всего лишь 2 человека из 50, помимо друзей конечно, но зато они испытали кайф, их позвали на день рождения! А за это всего лишь они поздравили строчкой в фэйсбуке.

Вот таким образом образуются очень интересные вещи. Люди понимают, что привычку поздравлять с днями рождениями иметь нужно, в следующий раз им может сразу Бентли предложить.

Задание 59. Поздравляйте с днями рождениями и делайте так, чтобы это делали другие. И будет больше праздников в нашей жизни!

Еще мини-фишка. Пишите важным людям вконтакте – «Доброе утро» или «Здравствуйте!» Или даже – «Спасибо, что ты есть!» Мне когда так один человек начал писать, я спросил, мол, ты, деловой человек – хрен ли ты пишешь мне не по делу? А он такой – тебе чего, впалду поздороваться? И правда! Это приятно.

Поздравлять с профессиональными праздниками



Поздравляйте всех с профессиональными праздниками. Вы удивитесь, но каждый день идет профессиональный праздник.

Профессиональный праздник как напоминание клиенту – это потенциальное возбуждение в его мозге, соотношение связи: «Ага, он меня поздравил, значит ему надо что-то предложить». Очень интересно в обратную сторону работает.

Я писал еще в книге «Раскрутка суперфирмы» про поздравление с профессиональными праздниками. Способ такой называется «С днем жестянщика». Смысл в чем: вы поздравляете и предлагаете что-то кому-то. Например, день воды – поздравляете с днем воды, день банкира – с днем банкира и под эти соусом продаете ваши услуги.

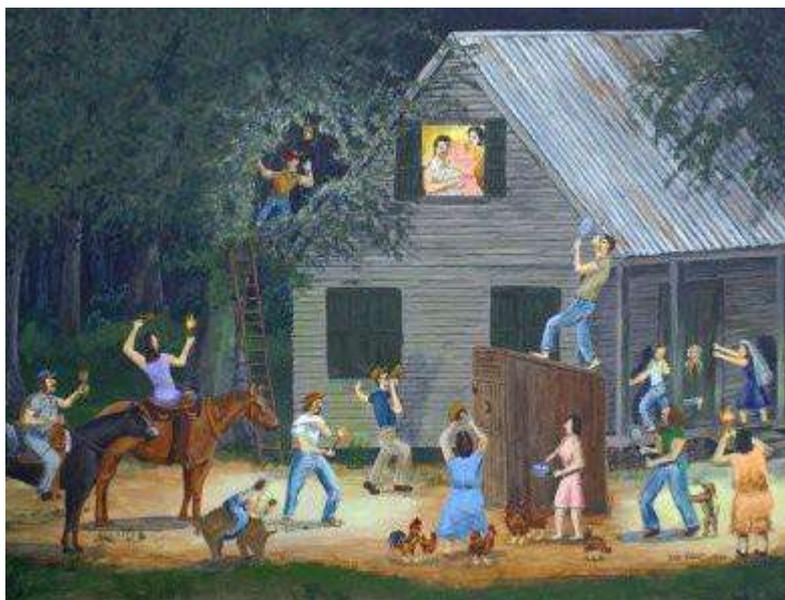
Вообще, поздравлять с профессиональными праздниками не только позитивно, но и выгодно.

Где искать профессиональные праздники? Если вы ходите в ресторан «Колбасофф», там вы видели, что праздник каждый день, если вы не ходите в этот ресторан, то зайдите на сайт <http://www.calend.ru/> ну или скачайте любое приложение по этому поводу в вашем телефоне.

Профессиональные праздники рулят. Сколько тут инфо-поводов можно придумать, вообще не перечить!

Задание 60. Хотя бы ознакомьтесь со списком, какой профессиональный праздник будет в ближайшем будущем и напишите мне об эффекте.

Троллинг



Когда вы вступаете в роль тролля, вы чувствуете на себе повышенное внимание с негативной стороны. Прокачивать себя в негативную сторону – тоже иногда важно и полезно.

Троллить можно кого угодно, где угодно и, как угодно. Во-первых, троллинг – это весело. Во-вторых, троллинг – это возможность почувствовать себя в новой шкуре. В новой шкуре нужно чувствовать себя постоянно, потому что Радислав Гандапас советует: никогда не тащите на сцену самого себя, всегда выходите на сцену в образе, выступайте всегда в образе.

Например, я там в образе хулигана выступаю по поводу взрывного пиара, ко мне люди подходят и говорят: «Блин, не надо так ругаться», а беременные девушки вообще из зала выходят.

Зато потом пишут такие отзывы: «Вы лысый, неприятный, материтесь. Фу! Но когда я почитала ваши книги и послушала до конца выступления – поняла, какой же вы молодец!» Так и пишут, я выкладывал скриншот в Инстаграме.

Если вы хотите троллить анонимно, значит ваша задача зайти на какой-нибудь профессиональный сайт и поднять там какую-нибудь животрепещущую тему. На ру. авто – это, например, вопрос от блондинки «Можно ли переодевать свои шины?»

Ну, троллинг необходим для того, чтобы понять очень простую вещь: комментаторы практически ничего не решают, необоснованные и злые тем более. Да, комментарии читают, но всегда пропускают мимо ушей.

Наконец, еще один плюс троллинга: если вы хотите экстремально завязать контакт с контрагентом, начните его троллить. Самые надежные и сильные контракты и контакты начинались с болтовни.

Поэтому троллить уметь нужно.

Задание 61. Затрольте кого-нибудь сегодня и напишите мне о том, как вы это сделали и какие почувствовали результаты . Затем вам придется троллить уже по необходимости. Пока – разминочка.

Что вы делаете прямо сейчас?



Я вам уже рассказывал в блоке активности про интересные фишки быстрых добавлений в соц. сетях. Это города, это исследования, это дни рождения, а сейчас я вам скажу самую новую фишку по поводу упражнения на каждый день.

Запостите сейчас в вашей соц. сети следующую фразу: «А что вы делаете прямо сейчас? Пришлите мне ваше фото в комментарии». Это работает, конечно, на фэйсбуке, (в контакте и в инстаграме не так работает). И вы увидите, чем живут ваши друзья.

Это очень интересное ощущение и друзья друзей увидят, чем живут ваши друзья, будет сплочение то самое, о котором я говорю уже на протяжении семи томов. Будет то чувство, когда люди общие собираются в одну ватагу и начинается уже мафия, банда и захват мира.

Если вы хотите захватить мир, следуйте всем советам, которые вы услышали в этих семи главах. Делая эти упражнения каждый день, вы станете, я вам гарантирую, суперличностью.

Обратная связь



Вот и подошла к концу книга. Не хочется расставаться, правда?

Вы знаете, теперь и лайфстайл, и монетизацию, и активность, и упаковку. Все вы знаете!

Если вам понравилось то, что вы делаете, какое-то упражнение может быть особенно, какое-то упражнение вообще не понравилось, с чем-то вы не согласны, то пишите мне отзывы.

Заходите на страничку <https://www.facebook.com/TSUPERL/> и пишите отзыв туда. Можете написать отзыв просто на вашем фэйсбуке, пометив меня «Роман Масленников» или поставив #Суперличность. Меня в фэйсбуке найти очень просто: <https://www.facebook.com/roman.pr.maslennikov>

Либо в контакте vk.com/pr_maslennikov

Мои аккаунты в твиттере, в ютубе, в инстаграме носят один и тот же никнейм – prMaslennikov. Это же и мой скайп.

Если вы хотите добавиться ко мне в секретную скайп-группу, в которую я бесплатно раздаю запросы от СМИ ведущих, добавляйтесь ко мне в скайп.

Мой телефон, через который я общаюсь с вами только по вацапу или вайберу +79037236855.

И по поводу личных консультаций также обращайтесь в одно из указанных окон.

Перед тем, как вы напишите, желательно прослушать весь данный курс, чтобы мы с вами говорили уже предметно и на одном языке.

Ну что ж, друзья, всем удачи, будьте суперличностями, делайте свое имя так, чтобы оно приносило вам деньги и моральное удовлетворение.

С вами был Масленников Роман, обнимаю, целую, увидимся на тренингах, на живых мероприятиях, на мастер-классах, может быть на улице, на беговой дорожке или в бассейне. Я с вами незримо всегда и навечно. Счастливо!

Интересные наблюдения

Все фишки внешности берутся из правды

Однажды на занятиях по ножевому бою я травмировал мизинец на правой руке. Сжимать руку в кулак, а также здороваться стало больно. Что я придумал? Нет, не отказаться от рукопожатий. Без этого в бизнесе никак. Я просто стал здороваться как в рэпер шоу-бизнесе. И все такие: «Какое у вас интересное рукопожатие!» До сих пор пока так и здороваюсь. И самому приятно – фишка выросла из правды.

Когда было очень больно, я здоровался так:



Сейчас вот так:



Давайте встретимся – поздороваемся!

Лысый от...новостей

И вот свежий кейс. Да, я почти лысый. Это преимущество и ресурс. Вот во что это вылилось:

1. Около 100 тысяч человек пришли на митинг-концерт «Мы вместе» в Москве
2. Москвич подал в суд на «Яндекс» из-за облысения от негативных новостей
3. Суд арестовал подозреваемого в организации убийства 12-летней сестры
4. Аварийные работы на Серафимовича завершат к вечеру пятницы
5. Реконструкцию «Динамо» планируют закончить к 2017 году

USD ЦБ 68,40 -0,16 EUR ЦБ 77,20 +0,04 НЕФТЬ 41,81 +0,72% ...

Карты Маркет Новости Переводчик Картинки Видео Му

Найдётся всё. Например, матч Анжи → Спартак



Главный результат личного пиара

Я уже обращал ваше внимание на этот факт в книге «Наконец-то знаменит». Дело в том, что когда вы делаете правильный личный пиар, то:

1. К вам в клиенты приходят приятные вам люди.

2. Ваши новые знакомые – новые коллеги, бизнес-партнеры, те же клиенты – очень похожи на вас. Вот буквально: не только по ценностям, по убеждениям, но внешне. Вот я общаюсь с депутатом, юристом, лоббистом, инструктором по мото-спорту. Что между ними общего? Все худощавые, спортивные, в очках, интеллигентные, роста выше среднего.

И недавно увидел этому еще одно подтверждение. Вы же бываете в спорт-зале, ходите на фитнес? Обратите внимание, на персональных инструкторов и их подопечных! Мужчина и мужчина, мужчина и женщина – не важно, но факт: они похожи друг на друга.

Одна бизнес-тренер рассказывала, что на ее занятия приходят замужние девушки, сексуально удовлетворенные, самодостаточные. И точно такую же тему, какую преподает она, ведет ее коллега. Так вот, к ней приходят совершенно другие люди: незамужние, жаждущие секса, увлеченные йогой и так далее.

Известно, что и собаки похожи на своих хозяев. Или наоборот...

Наверняка, этому есть и психологическое объяснение. Но я смотрю исключительно с точки зрения пиара. И это еще одна, очень важная причина, жизненная необходимость им заниматься – чтобы вокруг вас были только приятные люди.

Приложение 1 «Карта поступков. Чек-лист» Чек-лист по упаковке и PR-активностям персоны

1. Биография с цифрами.
2. Говорящая фамилия.
3. Размещенная биография (Википедия, Циклопедия, Викиреальность и др.).

4. Фотосессия в 3 видах (at work, деловая, ассоциативная).
5. Персональный сайт (вибли, юкоз, лпгенератор, лптренд. ком, about.me).
6. Подпись с активной ссылкой на сайт (соцсеть, проект) и контактами.
7. Почта – на собственном домене или домене компании (с редиректом).
 - 7.1. Если именной домен есть, а сайта нет – сайт заглушка (телефон, почта, призыв к действию).
8. Блог (Эхо, Сноб, ЖЖ и др.). 1 пост в месяц.
9. «Один мой день» – пост в сообществе ЖЖ.
10. Медиа-кит (пресс-кит).
11. Публичные выступления, бизнес-клубы, свет (не менее 1 раза в месяц).
12. Комментарии в целевой прессе (не менее 1 в неделю).
13. Регистрация в сервисах pressfeed, prprof, the haro и др.
14. Статья (не менее 1 в месяц).
15. Своя книга, напечатанная в топовом издательстве (Питер, Альпина, МИФ, Эксмо, Добрая книга, Феникс, ОЛМА).
16. Предисловия к выходящим книгам.
17. Своя книга электронная (Литрес, Ридеро. ру).
18. Собственная ассоциация и президентский статус.
19. Членство в весомых ассоциациях, ТПП России и др. стран.
20. Заявка на участие и победу в премии, рейтинге.
21. Свой проект Большой Пользы, Большая Идея. Примеры Больших Идей – на выбор – <https://medium.com/@PRMaslennikov/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D1%80%D1%85%D0%BE%D0%B2-2c5e078bf88a>
22. Инициатива на 1-12 месяцев (Чейндж. орг, РОИ. ру, Онлайнпетишн и др.).
23. Свой логотип (эклибрис, герб).
24. Геральдическое исследование на предмет исторической профессиональности.
25. Соцсети (фб, вк, linkedin) с одной сквозной аватаркой.

26. «Ваша тема», набор месседжей, преимуществ и отличий.
27. PR-план на 3 месяца, включающая собственую «Карту поступков» на ближайший год – не менее 10 позиций (в месяц по поступку).
28. «Fun-бизнес» и его PR-раскрутка.
29. Широкий жест (благотворительность).
30. Фильм, клип.
31. Своя программа (радио, ТВ).
32. Обложка журнала.

Приложение 2. Рекомендуемые книги

1. Стопроцентный личный пиар
2. СуперБлог: Как заработать деньги и репутацию в Живом Журнале?
3. СуперКнига: Как раскрутить вашу книгу? 19 работающих приемов
4. Фандрайзинг: Где и как взять деньги? Мифы. Законы. Фишки. Личный опыт
5. **Серия** « Экспресс-курс по личному брендингу и пиару»
6. Бестселлер на миллион. Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер
7. Наконец-то знаменит! Как стать известным в своем деле
8. АнтиКризис среднего возраста, или Вернем вкус к жизни методом электрошока!
9. Бизнес-тренер на миллион. Личный PR для бизнес-тренеров, ораторов, коучей
10. 99 коротких рецензий на книги о пиаре
11. 99 рецензий на фильмы о пиаре
12. Принцип Навального. Путеводитель, энциклопедия и экскурсия по самому успешному информационному взрыву новой России
13. СуперДиджей-2: 45 рецептов по раскрутке
14. СуперМаркет. Твоя супер-работа и твоя супер-карьера
15. Вся правда о личной силе. Как стать хозяином своей жизни
16. Ты – суперличность. Остальных – к черту!
17. Раскрутка премиального личного бренда