

День 2: Личный бренд эксперта

Практикум по построению подлинного личного бренда — от осознания себя до работающего позиционирования. За два дня вы пройдёте путь от «не знаю, с чего начать» до чёткого понимания, кто вы, для кого вы и как говорить о себе с уверенностью.

ДЕНЬ 2

ЖАННА АБРАМОВА



Икигай и личный бренд

В японской культуре икигай — это буквально «то, ради чего стоит просыпаться утром». Не глобальная миссия и не бизнес-модель. А ежедневное ощущение смысла и наполненности. Что-то маленькое, конкретное, живое. Именно отсюда рождается личный бренд, который не требует усилий, чтобы поддерживать — он просто есть, и вы в нём живёте.



Что такое Икигай?

То, ради чего стоит просыпаться утром

Бренд, построенный на икигай — это не упаковка и не позиционирование, придуманное маркетологом. Это органичное выражение того, кем человек является на самом деле. Давайте пройдемся по тому, что каждое утро может мотивировать нас вставать с кровати.

 **То, что вы любите**

От чего загораются глаза

 **В чём вы хороши**

Навыки, опыт, таланты

 **За что платят**

Реальный рыночный спрос

 **Что нужно миру**

Ваш вклад во Вселенную



КРУГ 1

То, что вы любите

Это не хобби и не увлечения. Это то, от чего у вас загораются глаза. То, о чём вы говорите и не замечаете, как проходит время. То, к чему вы возвращаетесь снова и снова — даже когда никто не просит и никто не платит. Для личного бренда это ключевой круг: бренд без любви к теме — это работа. А работа выгорает. Любовь — не выгорает.

О чём вы можете говорить часами, не уставая?

Что вы делаете в свободное время — и хочется делать снова?

Если бы деньги не имели значения — чем бы вы занимались?

⚠ Типичная ошибка

Люди путают «люблю» с «умею». Говорят: «Я люблю проводить сессии» — но имеют в виду «я хорошо это делаю». Это разные вещи. Можно хорошо делать то, что не любишь. Даже если любишь работу — что в ней любишь *больше всего*? Писать тексты, записывать видео, разбирать проблемы, проводить живые встречи?

✨ Связь с брендом

Любовь к теме — это то, что создаёт **энергию в контенте**. Когда человек пишет или говорит о том, что любит — это чувствуется. Аудитория не может объяснить, почему этот человек притягивает, но притягивает. Потому что живая энергия заразительна.

Для бренда важно найти настоящую любовь — даже если она пока кажется несерьёзной или недостаточно профессиональной.

В чём вы хороши

Это ваши навыки, знания, опыт. То, что вы умеете лучше большинства. Причём не только профессиональные компетенции, но и личные качества, способы думать, подходы к задачам.

→ **За чем к вам приходят люди?**

Что просят помочь, объяснить, сделать — снова и снова?

→ **Что вам даётся легко?**

То, что для вас очевидно — для других тёмный лес.

→ **Чему вас учила жизнь?**

Через трудный опыт, через ошибки, через преодоление.

→ **Что про вас говорят те, кто с вами работал?**

Какие слова они используют? Это и есть ваш бренд глазами других.



⚠ Типичная ошибка

Обесценивание. «Да это же элементарно, любой так умеет». Нет, не любой. То, что вам кажется очевидным — для других тёмный лес. Именно потому, что вы хороши в этом, оно кажется вам простым.

Вторая ловушка — фокус только на профессиональных навыках. Но сильнейшие бренды строятся на личных качествах: умении слушать, объяснять сложное просто, создавать безопасную атмосферу.

✨ Связь с брендом

Ваши навыки и опыт — **основа экспертной позиции**. Это то, за что вам платят и будут платить.

Но если это не пересекается с любовью — вы становитесь высокооплачиваемым, но выгорающим специалистом. Бренд есть, энергии нет.



КРУГ 3

За что вам платят

Это рыночная реальность. Есть на вас спрос? Есть люди, готовые отдать деньги за то, что вы делаете? Ключевой вопрос: не «могут ли за это платить вообще» — а «готовы ли платить именно вам, именно за это, причём постоянно».

**С какими
запросами
обращаются
именно к вам?**

**Есть ли рынок
— или его
нужно
создавать?**

**Кто ваш
идеальный
клиент и что у
него болит?**

Какой результат вы даёте?

⚠ Два противоположных заблуждения

Первое: «Я делаю то, что люблю — деньги придут сами». Не придут. Нужно пересечение с реальным спросом.

Второе: «Платят — значит буду делать, даже если ненавижу эту работу». Можно, но бренда не получится — получится работа на износ.

✨ Связь с брендом

Этот шаг определяет **монетизацию бренда**. Без него бренд — это хобби. С ним — это бизнес.

Этот круг не про жадность — он про устойчивость. Чтобы делать своё дело долго и с удовольствием, важно, чтобы оно вас кормило.

В чём нуждается мир. Наша вмятина во Вселенной.

Самый глубокий и самый часто игнорируемый вопрос. Это про смысл, про вклад. Про то, что изменится в мире или в жизни конкретных людей благодаря тому, что вы делаете. Для личного бренда этот круг — это **миссия**. Не красивая фраза на сайте, а честный внутренний ответ.

- ☐ Что изменится в жизни людей, которые с вами поработают?
- ☐ Что было бы потеряно, если бы вас не было в вашей теме?
- ☐ За что вы готовы бороться, даже если это вызывает непонимание?
- ☐ Что вас возмущает в том, как устроена ваша сфера?



Типичная ошибка

Масштабирование до абсурда. «Мир нуждается в мире во всём мире, а я просто учу людей печь хлеб».

Но мир нуждается не только в глобальных изменениях. Он нуждается в людях, которые возвращают другим людям радость, умения, уверенность, здоровье, смысл. **Любой масштаб — это вклад во Вселенную.**

Связь с брендом

Это осознание создаёт **глубину бренда**. Без «вмятины во Вселенной» бренд — это картинка. С ней — это позиция.

Люди чувствуют разницу между человеком, который продаёт услуги, и человеком, который несёт смысл. Второму доверяют больше. За вторым идут — и к нему возвращаются.

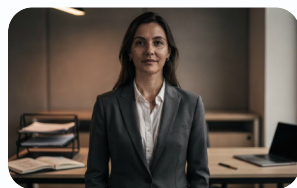
Четыре пересечения, где формируется личный бренд

Когда круги пересекаются, появляются четыре зоны. Каждая из них важна для понимания того, где вы сейчас — и куда двигаться.



Страсть к делу

Любовь + Умение. Зона энергии и мастерства. Основа контента — самые сильные материалы с живой энергией.



Профессия

Умение + Деньги. Зона стабильности. Основа доверия и экспертной позиции.



Призвание

Деньги + Миссия. Зона влияния и социального вклада. Ответ на вопрос «почему именно я».



Миссия

Миссия + Любовь. Зона смысла и вдохновения. То, что делает бренд живым и настоящим.

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ 1

Страсть к делу: Любовь + Умение

Вы делаете то, что любите, и делаете это хорошо. Это зона энергии и мастерства. Для бренда это основа контента — отсюда рождаются самые сильные материалы, потому что в них есть и знание, и живая энергия.

 Но без пересечения с рынком и миссией — это страсть без продажи и масштаба.

Как моя страсть монетизируется и масштабируется?

Задайте себе этот вопрос честно. Страсть — это топливо. Но топливо без двигателя не едет. Найдите точку, где ваша энергия встречается с реальной потребностью людей.

Профессия: Умение + Деньги

Вы хороши в том, за что платят. Это зона стабильности и профессионализма. Для бренда это основа доверия и экспертной позиции. Люди знают: этому человеку можно заплатить и получить результат.

 Без любви и миссии — это работа, которая рано или поздно опустошает. Бренд есть, а запала и жизненной энергии нет.

Как моя профессия будет меня поддерживать в сложные для рынка времена? Где моя энергия в этом деле?

Профессионализм без страсти — это исполнение. Добавьте смысл и любовь — получите бренд, который живёт и дышит.

Призвание: Деньги + Вмятина во Вселенной

За это платят, и это нужно миру. Зона влияния и социального вклада. Для бренда это основа миссии и позиционирования — ответ на вопрос «почему именно я и именно это делаю».

 Без любви и умения — это призвание, которое человек не может реализовать. Хочет делать нужное — но не знает как, или делает через силу.

Как моё призвание я могу перевести в стабильную профессию?

Призвание без системы — это вечный волонёр. Когда вы выстраиваете профессиональную основу под свой вклад, призвание становится устойчивым делом жизни.

Миссия: Вмятина во Вселенной + Любовь

Мир в вас нуждается — и вы это любите. Зона вашего смысла и вдохновения. Для бренда это основа становления и ценностей. То, что делает бренд живым и настоящим.



Без денег и умения — это миссия без инструментов. Человек знает зачем, любит то, что делает — но не знает, как на этом заработать. Хобби — это ещё не профессия.

Как моя миссия поможет мне стать экспертом?

Миссия — это магнит. Она притягивает правильных людей, создаёт глубину бренда и даёт вам силы двигаться вперёд даже тогда, когда сложно. Научитесь переводить её в конкретные действия и продукты.

Центр — Икигай личного бренда

Центр схемы, где пересекаются все четыре круга — это и есть Икигай. Для личного бренда это точка, в которой всё сходится.

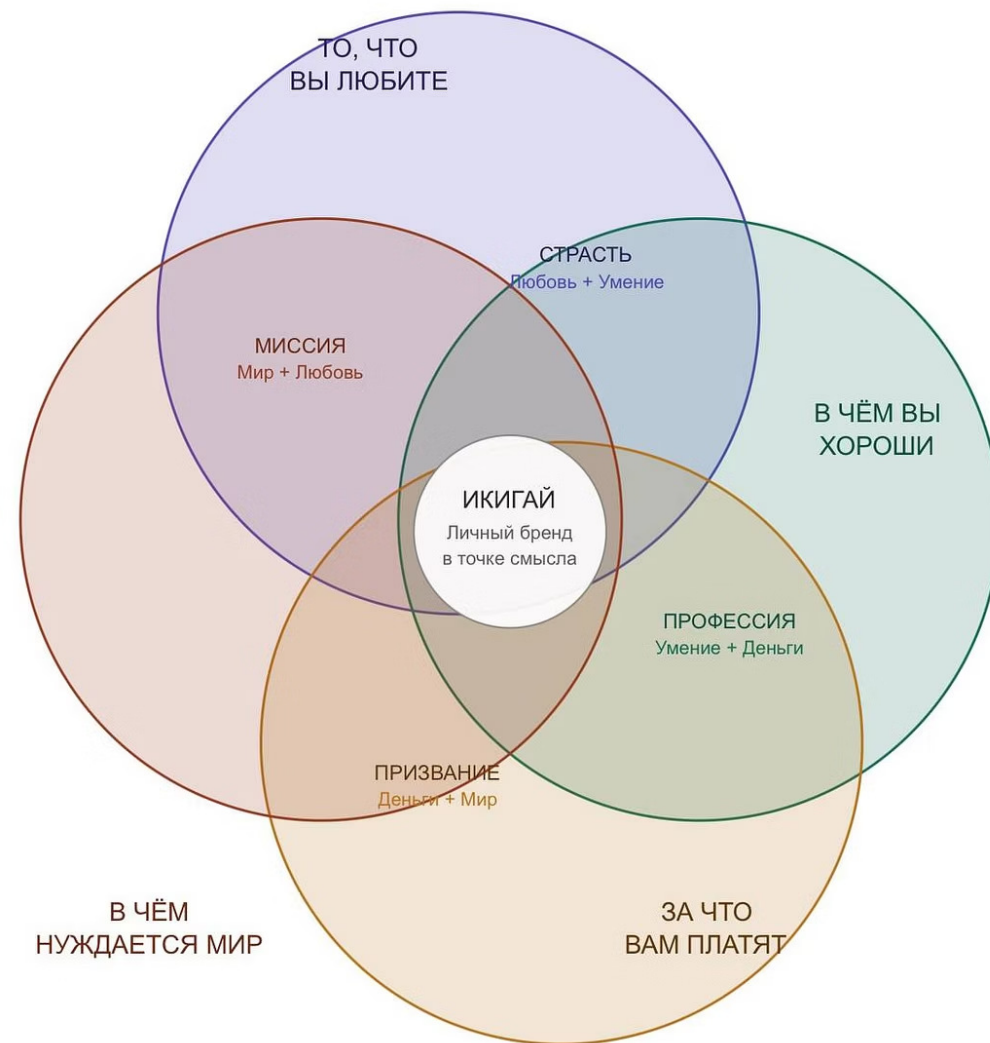
Вы делаете то, что любите

Вы делаете это хорошо

За это платят

Это нужно людям и Миру

В этой точке бренд перестаёт быть усилием. Контент создаётся, потому что есть что сказать миру. Клиенты приходят, потому что чувствуют вашу настоящесть. Энергия не заканчивается — потому что есть смысл.



Программа курса

3,5 месяца • 4 модуля

Модуль 1 • Фундамент Кто я на самом деле? Стратегия аутентичного бренда

Находим аутентичность, на которой строится всё остальное. Разбираем ловушку «Идеального Я». Формулируем ценности и личную миссию — основу, которая не рассыпается при смене роли.

Результат: вы знаете, кто вы — не через должность, а через ценности и миссию.

Модуль 2 • Образ Как меня видят другие? Внешняя составляющая и управление восприятием

Матрица «Окно Джохари» — видите себя глазами других. Архетипы в имидже. Аудит цифрового следа. Как работать с негативом и пересобрать бренд при смене сценария.

Результат: вы понимаете разрыв между тем, кем хотите казаться, и тем, как вас видят. И знаете, что с этим делать.



Программа курса

3,5 месяца • 4 модуля

Модуль 3 • Окружение Куда и с кем я иду? Нетворкинг, репутация и сила связей

Социальный капитал и сила слабых связей. Разница между репутацией и брендом. Упражнение «10 фактов о себе». Первая полная сборка вашего бренда на бумаге.

Результат: вы знаете свою аудиторию и как история о вас звучит в разных контекстах.

Модуль 4 • Стратегия Как я нахожу своих клиентов? Публичность, инструменты и план продвижения

Выбираете свой сценарий: практика, медиа, авторская методология, широкая аудитория. Публичность без выгорания — инструменты под ваш темперамент. Видеовизитка с разбором. Готовый план продвижения практики — документ, с которым можно работать уже завтра.

Результат: понятный маршрут — как выстроить поток клиентов через репутацию и видимость, не теряя себя.



Что вы получите на выходе

Сформулированная миссия — одно предложение, которое объясняет всё: кто вы, для кого и зачем.

Коммуникационная стратегия — готовый контент-план.

Видеовизитка — 60–90 секунд, которые передают экспертность и харизму лучше любого резюме.

Удостоверение Аментори — подтверждение прохождения программы.

Оставить заявку



Заполните данные

Вам на почту, телеграм бота придет сообщение с контактами службы заботы.

Напишите нашему менеджеру:

Наталья Ростова @Curator_amentoryru



МОДУЛЬ 1

Фундамент: Кто я на самом деле?

Стратегия аутентичного бренда. Находим аутентичность, на которой строится всё остальное.

01

Личная цель

Куда ведёт ваш бренд и как измерить результат.

02

Ловушка «Идеального Я»

Разбираете, почему погоня за идеалом разрушает бренд. Упражнение «Реальное/Идеальное Я».

03

Аутентичность как преимущество

Ценности, которые нельзя скопировать. Честная встреча с собой.

04

Личная миссия

Формулируете миссию для выстраивания бренда.



Результат модуля: вы узнаете, кто вы — не через должность и регалии, а через ценности, таланты и миссию. Фундамент, который не рассыпается при смене работы или роли.

Образ: Как меня видят другие?

Внешняя составляющая и управление восприятием. Вы понимаете разрыв между тем, кем хотите казаться, и тем, как вас видят на самом деле.



Культурный код

Как ваши интересы, среда и вкусы формируют бренд — незаметно для вас.



Архетипы в имидже

Управляете первым впечатлением осознанно. Матрица «Окно Джохари» — видите себя глазами других.



Цифровой след

Аудит: что о вас говорит интернет прямо сейчас. Как работать с хейтом без потерь для репутации.



Результат модуля: вы понимаете разрыв между тем, кем хотите казаться, и тем, как вас видят на самом деле. И знаете, что с этим делать.

Окружение: Куда и с кем я иду?

Нетворкинг, репутация и сила связей. Социальный капитал влияет на карьеру и доход сильнее, чем компетенции.



Сила слабых связей

Именно они открывают возможности, о которых вы не догадываетесь.



Репутация vs. Бренд

Как сделать, чтобы они усиливали друг друга, а не конкурировали.



История о себе

Упражнение «10 фактов о себе» — собираете историю для любой самопрезентации.



Фрейм «Личный бренд»

Первая полная сборка вашего бренда на бумаге.

✔ **Результат модуля:** вы знаете, кто ваша аудитория, как расширять нетворк осознанно и как история о вас звучит в разных контекстах.

Стратегия: Как я нахожу своих клиентов?

Публичность, инструменты и план продвижения для специалистов. **Публичность без выгорания** — конкретные инструменты под ваш темперамент и ресурс.

Развилки бренда

Выбираете свой сценарий: частная практика, работа с группами, корпоративный эксперт.

Матрица ролей

Практик, Эксперт в медиа, Автор методологии, Просветитель. Кто вы сейчас — и куда хотите прийти?

Видеовизитка

Короткое видео, которое передаёт не только экспертизу, но и то, как вы создаёте безопасность.

План продвижения

Конкретный документ: клиент, площадки, контент, ритм. Не абстрактная стратегия — а то, с чем можно работать уже завтра.

✅ **Результат модуля:** у вас есть понятный маршрут — как выстроить поток клиентов через репутацию и видимость, не предавая этику профессии и не теряя себя в погоне за охватами.

БОНУС

Техника «Хемингуэй. 6 слов»

Как рассказать о себе в одном предложении так, чтобы заинтересовать своих подписчиков.

«Продаются детские ботиночки. Не ношены»

Однажды с Эрнестом Хемингуэем поспорили, что он не напишет рассказ из шести слов. Он написал эти шесть — и несколько лет не прекращались споры, почему ботиночки не ношены. **Вы научитесь рассказывать о себе так же** — коротко, точно и так, чтобы человек остановился и захотел узнать больше.



Почему 6 слов работают

Мозг запоминает образы

Шесть слов создают образ быстрее, чем три абзаца. Когда вы убираете всё лишнее, остаётся только суть. А суть — это и есть то, за чем к вам приходят.

Главный принцип

Шесть слов — это не описание того, *чем вы занимаетесь*. Это описание того, **что меняется в жизни человека рядом с вами**.

Не «кто вы» — а «что происходит», когда вы появляетесь.

- ❏ Большинство экспертов тратят три абзаца, чтобы объяснить, чем занимаются — и всё равно остаются непонятыми. Эта техника учит другому.

Три формулы для описания себя в 6 словах

1

Трансформация: из А в Б

Самая сильная формула. Человек мгновенно узнаёт себя в точке А и хочет в точку Б.

- «Из тревоги — в уверенность»
- «Из выгорания — в мотивацию, ресурс и смысл»
- «Из чужого сценария — в свою судьбу»

2

Оффер без лишних слов

[Глагол] + [кому] + [что получают]

- «Помогаю тревожным людям найти опору»
- «Возвращаю женщинам интерес к жизни»
- «Учу говорить правду без страха»

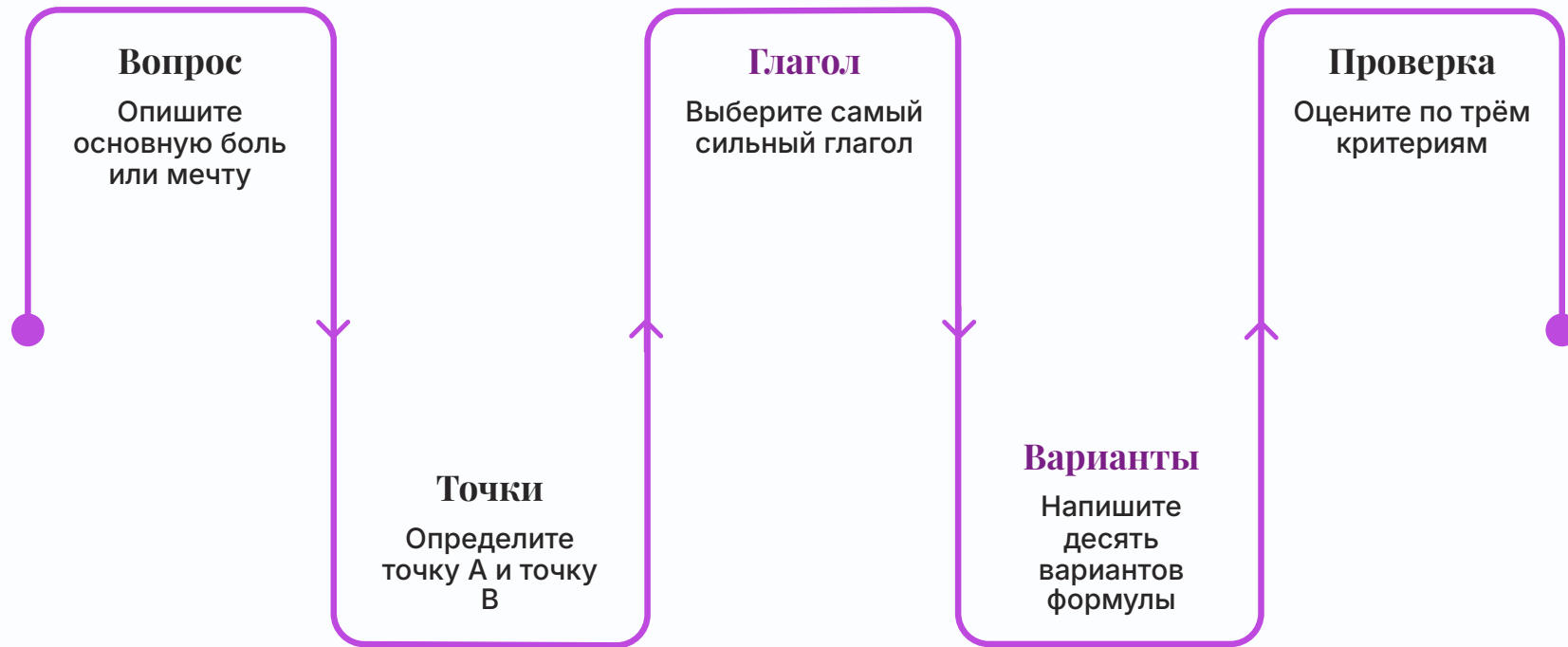
3

Контраст: не то, а это

Работает за счёт неожиданности. Сначала удивляет — потом цепляет.

- «Не про позитив. Про честность с собой»
- «Не даю советов — иду сразу в глубину»
- «Не гинеколог, но посмотреть могу»

Как написать свою формулу — пошагово



Шаг 1. Один вопрос

С какой болью или мечтой ко мне приходят чаще всего? Запишите одним предложением.

Шаг 4. Десять вариантов

Первые три будут банальными. Стоящие начинаются с четвёртого-пятого. На десятом — часто появляется что-то неожиданное и точное.

Шаг 3. Сильный глагол

Слабые: помогаю, занимаюсь, работаю. **Сильные:** возвращаю, освобождаю, вывожу, открываю, перестраиваю.

Шаг 5. Три критерия проверки

Узнаёт ли себя клиент? Понятно ли без объяснений, чем вы отличаетесь? Хочется ли узнать больше? Если три раза «да» — формула готова.

Оставить заявку



Заполните данные

Вам на почту, телеграм бота придет сообщение с контактами службы заботы.

Напишите нашему менеджеру:

Наталья Ростова @Curator_amentoryru