

Екатерина Иноземцева

ФРИПАБЛИСИТИ

Как прокачать личный бренд
без бюджета



Результат прочтения —
ваша первая статья в топовом СМИ

Екатерина Иноземцева

**Фрипаблисити. Как прокачать
личный бренд без бюджета**

«Издательские решения»

Иноземцева Е.

Фрипаблисити. Как прокачать личный бренд без бюджета /
Е. Иноземцева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-903121-1

Перед вами книга-практикум, которая поможет начать продвигать свой личный бренд, привлекать клиентов для своего бизнеса уже сегодня и получать внимание СМИ. Из неё вы узнаете, какие инструменты бесплатной популярности (фрипаблисити) существуют и с чего проще всего начать, если вы эксперт, коуч, психолог, блогер, владелец салона, стилист или дизайнер.

ISBN 978-5-44-903121-1

© Иноземцева Е.
© Издательские решения

Содержание

От автора	6
ЧАСТЬ ПЕРВАЯ. 5 инструментов фрипаблисити для вашего личного бренда	7
ЧАСТЬ ВТОРАЯ. Как начать публиковаться в топовых СМИ	11
Глава 1.	11
Глава 2.	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Фрипаблисити

Как прокачать личный бренд без бюджета

Екатерина Иноземцева

© Екатерина Иноземцева, 2018

ISBN 978-5-4490-3121-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

От автора

Привет!

Сегодня вы читаете этот Практикум и видите на обложке моё имя. Спорим, что всего через пару месяцев мы можем поменяться местами? Я буду читать вашу статью, а вы будете красоваться на обложке журнала. Может быть, параллельно у меня в ушах будет звучать ваш голос из одного из ваших подкастов, а может быть, передо мной будет открыт ваш YouTube канал. Сегодня стать популярным благодаря своей экспертности и мастерству очень просто. Главное – знать, что для этого нужно и как это работает.

Перед вами книга-практикум, которая поможет вам начать продвигать свой личный бренд и своё любимое дело уже сегодня. Из неё вы узнаете, какие инструменты бесплатной популярности (фрипаблисити) существуют и с чего проще всего начать.

Желаю вам реализоваться в любимом деле и растить своё мастерство!

Катя Иноземцева, эксперт по фрипаблисити

- Основатель #FreePublicitySchool – 5000 выпускников с 2014 года.
- Автор бестселлеров «Стартап без купюр» и «Как стать популярным автором».
- Опубликовала 50 статей Forbes, Psychologies, YogaJournal, SHAPE, Российская газета и других СМИ.
- Ех-глава маркетинговых коммуникаций и советник президента выпускников бизнес-школы СКОЛКОВО.
- Спикер конференций TEDx, РБК, Территория смыслов, Селигер и др.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ. 5 инструментов фрипаблисити для вашего личного бренда

Фрипаблисити (дословно «бесплатная популярность») – термин, давно прижившийся на западе. Соло-предприниматели и специалисты помогающих профессий, такие, как коучи, психологи, консультанты, владельцы малых и средних бизнесов, авторы личных проектов и блогеры – знают, что эта самая фрипаблисити открывает фантастические возможности для личного пиара и продвижения своего дела. Сначала вы работаете на зачётку, потом зачётка работает на вас. Сначала вы даёте ценность бесплатно, затем люди готовы щедро платить за то, чтобы вы продолжали её давать.

Другими словами, инструменты фрипаблисити – это пиар без бюджета, который приносит весьма ощутимые дивиденды вам лично и вашему бизнесу:

- помогает привлекать новых клиентов, а значит, приносит дополнительную выручку; – открывает новые двери за счёт внимания тех, кто ранее не входил в ваш круг контактов; – к вам приходят с предложениями партнёрства, сотрудничества, дегустациями и экспериментами, потому что вы становитесь интересны как бренд, как медийная личность; – организаторы мероприятий зовут вас выступить, а газеты и журналы предлагают опубликовать у них комментарий или статью, потому что ценят ваше мнение как эксперта;

- и, наконец, вы получаете социальные «поглаживания» – лайки, признание, вас узнают на улице и прочие аксельбанты популярного автора.

А теперь давайте разбираться, что это за инструменты и как начать ими пользоваться, если вы только подумываете о своём бренде.

Инструменты фрипаблисити можно представить в виде пирамиды:



Пирамида – потому, что мы движемся снизу вверх.

Внизу самый доступный и безопасный даже для интроверта инструмент – текст. Статью или пост в соцсети можно написать самому, вам для этого никто не нужен. Нужно просто выпустить её в мир, снять обратную связь и понять, есть ли интерес к теме или нет. И только поняв, насколько востребована тема, двигаться дальше вверх. Каждая следующая ступень пирамиды более затратна с точки зрения подготовки и личных ресурсов.

Инструмент №1. Тексты

Самый первый и самый простой способ сделать себе имя и заставить других слушать себя. Этот инструмент мы рассмотрим под микроскопом во второй части нашего Практикума.

Важно, что в основе всего лежит текст! Именно текст даёт вам публикации в СМИ и формирует ваш статус эксперта, приводит к вам подписчиков в соцсетях, повышает вашу узнаваемость в глазах существующих клиентов или читателей, и именно текст ложится тезисами в основу выступления на вебинаре или мероприятии.

Мне потребовалось несколько лет, чтобы понять эту простую истину. Я тыкалась то туда, то сюда. Выступать публично, вести вебинары или устроить живой эфир? Тыкалась, пока не поняла, что «в начале, действительно, было Слово». То есть текст.

Вывод, который я сделала: парадоксальным образом стать популярным благодаря этой пирамиде легче всего именно нам, интровертам. Потому что можно двигаться поступательно снизу вверх, начиная с текстов, и постепенно набирать обороты как по охвату, так и по ресурсозатратам.

Не нужно завтра же подписываться на участие в публичном мероприятии, чтобы заработать себе статус эксперта. Не нужно послезавтра проводить вебинар, чтобы выступить перед двумя сотнями человек. Нужно сегодня написать статью или сделать пост, правильно посеять и дальше развивать в себе навык публичного изложения мыслей.

Написать статью и опубликовать её в онлайн-СМИ сегодня совсем не сложно. СМИ – это бизнес, и для того чтобы вашу статью приняли и напечатали, нужно чтобы она соответствовала всего трём критериям: подходила под целевую аудиторию этого конкретного издательства, была написана в современном, «читабельном» формате, то есть интересно и полезно, а также давала читателю ценность.

Вы можете развивать своё микро-СМИ, то есть создавать интересный ресурс у себя на социальной страничке, вести блог или Telegram-канал. Чем полезнее и интереснее вы звучите, чем ближе к своей аудитории по ценностям и смыслам, тем выше вероятность, что вокруг вас образуется читательское ядро. Такие гиперсегментированные СМИ на узкую аудиторию – тренд 2018 года, и вы ещё успеете его оседлать.

Совет: какой бы формат вы не выбрали, главное помнить, что вам как автору самому должно быть не стыдно за то, что вы пишете, ведь именно по текстам вас будут узнавать и долгое время спустя: всё, что «живёт» в интернете, останется там навечно. Будьте экологичны с самого начала писательского пути.

Инструмент №2. Видео и подкасты

Эксперты по продвижению, штаб-квартира Facebook и аналитические отчёты прогнозируют, что из всех видов контента за видео будущее. Пользователи всё больше обращаются к видео-контенту, потому что читать не любят или даже «разучились». На Facebook видео получает на 135% больше органического охвата, чем фото. Эпоха клипового мышления требует быстрого, яркого, эмоционального вовлечения. Хорошая новость: требования к производству

видео-контента значительно снизились. Картинка не так важна, сколь важен звук. Вы можете снимать на личный айфон, используя внешний микрофон с петличкой, и этого достаточно.

Ещё один формат предзаписанного контента – подкасты на iTunes и SoundCloud. Подкасты – это предзаписанный аудио-эфир, который можно послушать со смартфона или компьютера в любой момент времени в любом месте. Как радио, только по вашей любимой теме и в удобное вам время. По сравнению с другими каналами аудитория подкастов небольшая, до 200 тысяч пользователей. Но реально получить 1 млн прослушиваний за год (у Таисии Кудашкиной из Websarafan получилось).

Где скачать: App Store → приложение «Подкасты».

Совет: современным пользователям интересны живые, реальные видео, а не постановочная съёмка, формат «за стеклом» вместо отполированной студийной картинки. И это открывает потрясающие возможности для записи сцен «у себя дома» с советами, лайфхаками, историями, интервью или вообще сериала о собственном образе жизни.

И пробуйте записывать подкасты, пока аудиоконтент – голубой океан. Для старта выберите формат интервью с приглашёнными экспертами на 40—60 минут. Вначале это могут быть ваши знакомые, даже пусть не раскрученные, но интересные люди. Выберите тему, связанную с вашим личным брендом и нишей экспертности.

Например, ваши подкасты могут называться так:

- «О переезде и жизни в другой стране» (Ирина Плыткевич);
- «О том, как стать популярным и что для этого нужно» (Катя Иноземцева).

Инструмент №3. Live-трансляции

В 2017 году функция прямых трансляций появилась во всех основных соцсетях. Приведу немного статистики:

- На Facebook пользователи тратят в 3 раза больше времени на просмотр идущей трансляции, чем на видео, и комментируют эфиры в 10 раз чаще.
- Представители Instagram отметили, что Россия вошла в топ-5 стран, где формат Instagram Stories наиболее популярен. Месячная аудитория сервиса в России составляет 22 млн человек.
- Прямые трансляции во «ВКонтакте» двух игр чемпионата Испании по футболу собрали 1,6 млн и 850 тыс. просмотров соответственно, что сопоставимо с охватом телевидения.

Сейчас это приоритетный формат вещания, то есть сами социальные сети ставят любую live-трансляцию в приоритет показа. Так как конкуренция на этом поле ещё невелика, и немногие приновились к новой технологии, вы можете стать одним из первых, кто ухватит этот тренд за хвост.

Совет: выбирайте тему для вещания заранее или собирайте вопросы от своих подписчиков, чтобы выступать с конкретикой, а не фантазировать на ходу. Живое вещание хорошо тем, что погружает зрителя в режим реального времени, но оно не должно выдавать ваш плохо заготовленный экспромт и лихорадочные попытки «что-нибудь сказать, лишь бы сказать».

Выберите свой формат:

1. мастер-класс
2. интервью
3. трансляция с живого мероприятия
4. ответы на вопросы
5. показывайте ваш бизнес «за стеклом»
6. последние новости

Особенно полезен этот формат для помогающих практиков – коучей, психологов и т. д. Это возможность дать аудитории пробник вашего продукта, показать «товар» лицом.

Инструмент №4. Онлайн-вебинары

Провести вебинар легче, чем собрать на него аудиторию. Есть платные и бесплатные платформы для проведения, рассылочные сервисы для регистрации, руководства по проведению и т. п. Но прежде чем проводить вебинар, важно определиться с его целью: это продающий вебинар, который так или иначе будет вести на ваш продукт, или содержательный, в котором вы делитесь со слушателем пользой, предстаёте экспертом и создаёте новый контент.

Совет: даже если вы собираетесь что-то «продать» в конце, трансформируйте вебинар в содержательное мероприятие, побуждая слушателя к конкретному действию уже в процессе вебинара. Слушатели настолько пресыщены информацией, которая доступна везде и бесплатно, что стоит больших усилий побудить их что-то сделать, вовлечь, а тем более, смотивировать купить у вас, если не создать элемент взаимодействия на самом первом этапе.

Инструмент №5. Публичные выступления

Как сделать так, чтобы вас начали приглашать выступать на конференции и проводить свои мастер-классы? Для начала, сообщить о вашей готовности организаторам. Вы не поверите, но они – не небожители, выбирающие по тайным спискам бриллиантовых спикеров, а такие же живые люди, которым вы можете сильно облегчить задачу тем, что предложите себя сами. Вас же не удивляет, что при поиске работы нужно рассылать своё резюме? Так же с публичными выступлениями. Составьте своё подробное портфолио, определите темы, на которые вы готовы говорить, и действуйте.

Совет: начинайте с малого, двигаясь к большему. Полезно построить для себя самого «карьерную лестницу спикера» – с чего вы можете начать, потому что, к примеру, знаете организаторов лично, или можете без труда организовать своё участие, а что является для вас запредельной мечтой, как, например, участие в Экономическом форуме или выступление на конференции TED. Многие знают, что хорошее выступление, как хороший экспромт, – заранее подготовленное и тщательно отрепетированное дома. Вне зависимости от того, начинающий вы или продолжающий оратор, речь начинается с текста. И текст должен быть сильным.

И первое, с чего мы начнём ваше движение по лестнице признания и популярности – это тексты, первая ступень пирамиды фрипаблисити. В следующих главах вы узнаете пошаговый план, как попасть на страницы именитых СМИ и опубликовать свою первую статью. О других инструментах фрипаблисити читайте подробнее в книге Кати Иноземцевой «Как стать популярным автором» (издательство МИФ, 2017).

ЧАСТЬ ВТОРАЯ. Как начать публиковаться в топовых СМИ

Глава 1.

Из чего же, из чего же сделаны эти авторы?

Вот как обычно отвечают на этот вопрос те, кто никогда не пробовал писать сам или публиковаться в СМИ:

- талант
- вдохновение
- привычка писать
- умение писать
- секретные методики
- работа с текстом
- учебник Розенталя и словарь Даля
- орфография и пунктуация

Знаете правильный ответ?

Ничто из выше перечисленного. Современного автора делает популярным контент, технология и дисциплина. Это 90% успеха. Ещё 10%, так и быть, отдадим таланту. Таланты приобретённые – это то, что вы можете накопить, наработать и развить в себе в весьма взрослом возрасте. Талант врождённый – он либо есть, либо его нет. Раньше считалось, что не будет дороги в известные писатели, если таланта к писательству нет. Теперь в сфере писательства работают совсем другие законы.

Самим талантом становится понимание и умение оперировать тремя вещами:

20% – знания о том, как писать и что писать: стиль, подача, формат и форма выражения. Где, что и как размещать, как увеличить вероятность публикации.

30% – технология популяризации текста: исследование и методичное погружение в предмет вашего текста. Плюс аналитика, изучение вашего читателя, работа над ошибками. Сюда же входит умение работать со СМИ, комплексное представление о законах медийного рынка.

И **40%** – это дисциплина. Это тот самый тренер с палкой, который скачет за вами по пятам, или та самая морковка спереди, которая висит перед вами, чтобы мотивировать бежать вперёд.

Представляете?

Целых 40% – навык ставить себе задачи и последовательно выполнять их, двигаясь к цели, и только 10% на врождённый талант.

Возможно, вам это не совсем нравится. Ещё бы, ведь привыкли мы считать совсем по-другому. И списывать свою лень или медлительность на отсутствие таланта, ведь так легко сказать себе: «Я просто не умею».

Если вы думаете, что раньше было по-другому и всему головой был талант – спешу вас разуверить. Шекспир писал свои сонеты по строго определённом регламенту и графику. Пабло Пикассо в семь утра вставал к мольберту, чтобы «когда муза придёт, не быть застигнутым врасплох», и оттачивал кисть ежедневно. Да, и теория мастерства «10 000 часов» тоже никого не подводила. Для того чтобы стать гуру, для начала нужно стать ремесленником.

Ремесло – результат ежедневных усилий в выбранной вами нише. Беритесь за перо и рубите топором. «Буратино» получится, главное с чего-нибудь начать.

Глава 2.

Кейсы: как работает формула успешного автора

Успехи других не оставляют равнодушными. Мы либо завидуем, либо учимся у них, либо вдохновляемся на собственные подвиги.

Читайте и делайте выводы. Получилось у них, значит получится и у вас. Это истории выпускников нашего [Курса писательства «3 статьи за 10 дней»](#), которые подобрали ключики к формуле успешного автора.

И что самое интересное, ни один из них до Курса никогда не писал и тем более не публиковал свои статьи! А теперь некоторые из них уже пишут книгу. Вам будет значительно проще: вы сможете использовать их опыт и эти примеры уже сегодня.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.