

ЧЕРМЕН ДЗОТОВ
РОМАН МАСЛЕННИКОВ

КАК
СТАТЬ
ЗНАМЕНИТЫМ
&
БОГАТЫМ

ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ

Роман Масленников
**Как стать знаменитым
и богатым**

«Автор»

Масленников Р. М.

Как стать знаменитым и богатым / Р. М. Масленников —
«Автор»,

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. Для кого книга? Для тех, кому жизненно необходимо, чтобы их личный бренд приносил больше денег. Ответьте честно, сколько вы зарабатываете исключительно на своей личной репутации? И какую бы сумму вы сейчас ни назвали, мы – Чермен Дзотов и Роман Масленников, – точно знаю: «Можно делать денег в 2 раза больше». Советы для специалистов, профессионалов, мастеров и Гуру своего дела, применимые как в кризис, так и в сытые годы. Прочитали – сделали. Если вы – представитель важной и нужной профессии и сейчас вы по какой-то причине недовольны вашим финансовым положением, то эта книга для вас. Адвокат, топ-менеджер, стартапер, писатель, сценарист, блогер, копирайтер, бизнес-тренер, модель, бизнес-консультант, коуч, репетитор по английскому языку, парикмахер, стилист, певец, косметолог, банщик, риэлтор, фотограф, электрик, фитнес-тренер, массажист, мастер растяжки, специалист по йоге, инструктор по вождению, диетолог, врач, ведущий мероприятий, радио-диджей, художник, психолог, психотерапевт, экстрасенс, дизайнер! Возьми в руки эту книгу, прославься и разбогатеешь! 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!

© Масленников Р. М.

© Автор

Содержание

Об авторах	6
Предисловие	7
Отзывы на книгу	9
Часто задаваемые вопросы по поводу личного пиара	16
Благодарности	18
Глава I. Введение в самопиар	19
Как читать эту книгу?	20
Почему вы должны прочитать эту книгу?	21
«Ху из» мистер Масленников?	22
«Ху из» мистер Дзотов?	23
Кому конкретно нужна данная книга?	24
Зачем нужен личный пиар?	25
Классификация клиентов личных пиарщиков	27
Панцирь Земфиры	29
Мифы личного пиара	30
Три главные ошибки в формировании личного бренда	32
Конец ознакомительного фрагмента.	33

Роман Масленников, Чермен Дзотов

Как стать знаменитым и богатым

Об авторах

Чермен Дзотов – специалист № 1 по продвижению экспертов в СМИ, эксперт по раскрутке стартапов и малого бизнеса, основатель Международного клуба журналистов, основатель сервисов «Найдем Эксперта», «Найдем Адвоката», «Найдем Клиента», «Найдем Копирайтера», «Найдем Профессионала», бизнес-блогер, общественный деятель. В январе 2016-го журнал Cosmopolitan включил его в список 30 завидных женихов России. В октябре 2016-го Национальный фонд развития бизнеса за заслуги в экономике номинировал Чермена Дзотова на премию «Заслуженный предприниматель».

Сайт chermendzotov.ru

Роман Масленников – директор PR-агентства «Простор Пиар и Консалтинг», автор проекта «Кремлевский пиар», кандидат философских наук, автор книг о PR («Раскрутка СуперФирмы. От Довганя до Дурова», «101 совет по PR», «99 законов взрывного пиара», и др.).

Сайт litres.ru/roman-maslennikov

Предисловие

Для кого написана эта книга?

Во-первых, **для самозанятых людей**. Если вы новичок, вчера открыли ИП или ООО на «упрощенке», к вам внезапно пришел клиент (возможно, ваш бывший работодатель), или как-то еще свалилась работа – надо себя спозиционировать. Так, чтобы клиент не ушел, а вернулся, привел коллег и заплатил больше денег. И так чтобы было год за годом: рост по экспоненте.

Во-вторых, книга **для тех, кто хочет сделать все правильно**, не ошибиться в таком важном вопросе, как самопродвижение. Вам нужна система упаковки себя любимого 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. Система, на наш взгляд, самая полная – от личной упаковки до ее монетизации – ждет вас на страницах данного издания.

В-третьих, **книга будет интересна состоявшимся успешным опытным профессионалам** в своем деле.

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. 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 мы вам его дадим. «От» и «до». Качество, в конечном счете, победит. Только упакуйте это ваше качество как надо.

В идеале, как мы видим, вам нужно стать Шерлоком Холмсом в своем деле. Это состояние, когда работа к вам приходит сама – интересная работа, какую вы любите, захватывающая! И высокооплачиваемая. А вы уже сами выбираете – с кем работать, а кого послать... к коллегам.

Кому не надо читать книгу?

Заумным пиарщикам, которые всегда норовят четко разделить – где бренд, где имидж, где репутация, где brand value proposition, brand awareness и т. п.

Скажу честно, настоящему предпринимателю, нашему клиенту – вообще все равно, где и что такое имидж, репутация, бренд, пиар, реклама, маркетинг, вирус, провокация, скандал, позитив. **Главное, чтобы работало!**

Тем не менее, пару слов. Чтобы вы, уважаемые читатели, могли, если что, поддержать разговор на факультете пиара или какой-нибудь тусовке личных брендологов.

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 вашу пользу, в книге будет рассказано подробно.

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. Мы предпочитаем доносить информацию быстро, чтобы она была подана в срок и быстро принесла ощутимую реальную пользу. Мы хотим, чтобы вы были известными и богатыми **как можно быстрее**. Такова наша позиция.

Интересная деталь. Именно через опечатки, и только через них, вы можете понять, что на самом деле имел в виду человек. Так учил Фрейд – опечатки есть источник подлинных знаний.

И главный принцип пиара и раскрутки – **лучше один раз вовремя, чем сто раз поздно, но правильно**. Потому что «завтра» может для вашего личного бизнеса не наступить. Действовать нужно сегодня.

Отзывы на книгу

Однозначно, книга стоит того, чтобы ее прочитать. Я бы даже книгой ее не назвала – это реальное пособие для самоанализа или для саморазвития своего личного бренда. Читается легко, тут же даются задания для оценки текущей ситуации читателя. Ощущение, что общалась лично с авторами и побывала у них на консультации.

***Евгения Попова** (Ледионлайн) – бизнес-консультант, эксперт по переводу отделов продаж на удаленный формат работы*

Прочитал книгу на одном дыхании. Ни для кого не секрет, что Чермен Дзотов мастер своего дела, номер один в продвижении своего бренда и пиаре, но то, что он раскрыл большинство секретов этого ремесла в этой книге, меня удивило. Все так доходчиво и понятно расписано. Как только в продажу выйдет письменная версия книги, обязательно куплю несколько экземпляров – лучшего подарка для близких друзей на любой праздник не найти. Рекомендую к прочтению каждому, кто хочет зарабатывать больше, работая при этом меньше, зато более эффективно.

***Адвокат Александр Владимирович Щербинин**, заместитель председателя Коллегии адвокатов, специалист в области гражданского права, действующий третейский судья*

Для меня эта книга оказалась настоящим кладом. Она просто обязана стать настольной книгой каждого бизнесмена! Авторами поднимались все актуальные темы по развитию и росту бизнеса простым, доступным слогом. Я лично для себя открыл много новых, полезных вещей. И со всей ответственностью могу сказать – к прочтению этой книги я еще вернусь не раз. Спасибо авторам за работу!

***Сергей Такоев**, меценат, экс-премьер Республики Северная Осетия-Алания*

На мой взгляд, информация, преподнесенная в книге, очень ценная. К тому же, она прекрасно структурирована, мысли изложены четко и по делу. Книга поможет каждому человеку двигаться вперед. После прочтения есть о чем задуматься, есть, что проанализировать. А это позволяет сделать выводы, которые приведут к успеху. Всем советую к прочтению.

Адвокат Оксана Филачева

Перед тем, как перейти к сути, авторы рассказывают о себе, о том, для кого эта книга подойдёт, а кому её читать не стоит. Подробно рассматриваются темы о тонкостях пиара, важности правильных публикаций для формирования образа, полезных привычках для бизнесмена и многом другом. В конце каждой главы – практическое задание.

Книга очень грамотно структурирована – темы плавно перетекают одна в другую. Автор не ограничивается только своими мыслями – он даёт много ссылок на полезные внешние источники. Что важно для читателя, книга не скучный академический учебник – материал расписан простым и понятным языком, словно с вами ведут непринуждённую беседу. Книгу можно рекомендовать к прочтению всем, у кого есть бизнес или тем, кто собирается его начинать. За новыми публикациями авторов приятно следить,

ведь это очень интересный и разносторонний друг, который всегда «держит руку на пульсе».

Игорь Сюч

тренд-футуролог, исследователь инфопотоков и продюсер смыслового поля, эксперт моды

В очередной раз с удовольствием прочел книгу Романа, в этот раз написанную совместно с Черменом Дзотовым. Как всегда сжатая и предельно сконцентрированная информация о пиаре себя и своего бренда, что мне сейчас. Кстати, очень будет нужно, так как я сменил место работы и пошел руководить отделом продаж в международную компанию.

Буду перенимать опыт профессионалов, а возможно со временем найму личного пиарщика, которого прежде всего отправлю на повышение квалификации к Роману Масленникову. Если и покупать что то на рынке, а тем более услуги – брать надо самое лучшее, я считаю!

Ахмедов Амин Азимович

Руководитель отдела продаж группы компаний «Меркава»

ОСТОРОЖНО! КНИГА ЗАРЯЖЕНА И ВЫСТРЕЛИТ ВЗЛЁТОМ ВАШЕЙ ПОПУЛЯРНОСТИ!

Вы не сможете ей не воспользоваться, даже если захотите – авторы для этого сделали всё возможное и невозможное.

Я «познакомилась» с Романом Масленниковым 3 года назад на его вебинаре. Всё было очень ёмко, структурировано и по делу. Для старта в этой теме мне вполне хватило. Благодаря его рекомендациям, я увеличила количество подписчиков со 100 до 560, количество друзей выросло с 700 до 2660, частота запросов на добавление в друзья выросла с 2-3 в неделю до 1-2 в день. Теперь я готова к большому. И именно в этот момент я получила книгу!

Скажу честно, я не граммар-наци, но к концу 20 страницы чтение меня уже бесило обилие корявых фраз и ошибок. НО! Доверие к Роману и желание получить все 100 пиаровских фишек (я же заглянула в оглавление!) пересилило, я настроилась и вчиталась. Книга втягивала в себя, как воронка: глаза читали, мозги кипели от идей, а рука летала по блокноту, пытаюсь успеть их записать.

А где-то к середине книги меня «накрыло» инсайтом – до меня дошла главная фишка авторов! Когда мозг встречается с несуразностью в тексте, он перестаёт скользить по его глади и спотыкается, то есть просыпается. И включает режим повышенного внимания, то есть впечатывает этот кусок информации в себя намертво. Вот почему все, кто прочтёт книгу, сознательно или бессознательно обречены на применение полученных знаний. И получают 100 % эффект! Потому что он – закономерное следствие тонкого и грамотного применения знаний по психологии. Респект авторам!

Конечно, в книге есть огрехи. Как и во всяком пирожке, поданном «с пылу, с жару» © Во-первых, это досадные повторы в начале книги про то, кому и зачем нужна книга. Ребята, уберите излишки, мы же не тупые © Во-

вторых, стиль изложения «пишу, как говорю» хорош для восприятия, но до определённой степени. Поэтому лёгкая редакция тексту тоже не повредит ☺

И при этом мне всё равно хочется подчёркивать достоинства и преимущества:

ДОСТОИНСТВА:

- Это актуальный иллюстрированный справочник по самовозвышению и самопродвижению;
- Электронный вариант книги позволяет выходить за рамки текста – смотреть видео, переходить на сопутствующие статьи, связываться с нужными специалистами;
- Текстовый посыл рождает мысль и её тут же можно прояснить и закрепить выполнением задания;
- Книга ставит прививкой против излишней психологизации самостоятельной разработки бренда;
- Денежные вложения в раскрутку легко заменяются инвестициями собственным временем;

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- В процессе выполнения простых заданий к концу книги с удивлением обнаруживаешь, что система самопродвижения готова – бери и делай;
- Система выстраивается комплексно, а не только под социальные сети, и «затачивается» под ваш нынешний уровень притязаний;
- Вооружённые этой книгой вы спокойно минуете всевозможные онлайн-курсы по продвижению себя, сэкономяв время и деньги.

Отзыв получился очень эмоциональным, уж не обессудьте ☺ Дело в том, что я только что закончила курс «Личный Бренд». Видела, какой перегруз от избыточной и ненужной информации испытывали участники, сколько людей из-за этого сошло с дистанции... Эх, а будь у них эта книга!..

Арина Си

военный психолог в Новороссийске

постоянный автор журнала «Шпаргалка для родителей»

Я начала читать, потому что обещала написать отзыв и... прочихалась только после прочтения всей книги. Потом прочитала еще раз. Стиль интересный, текст легкий для понимания. Держит внимание от первой до последней строчки. Информации полезной – море. Каждый абзац натолкнул меня на мысль, что еще я могу улучшить в своем продвижении. Заказала все книги Романа в аудио-формате. Вот что значит, хорошо пропиарился))). Это лучшее чтение за последние лет 15 моей жизни). Интересно, смешно полезно, вправляет мозги)).

Юлия Короткова

Остеопат с образованием врача и психолога.

Мануальный терапевт, остеопат в медико-оздоровительном центре «Помощь»

Книга «Как стать знаменитым и богатым» Романа Масленникова и Чермена Дзотова является руководством к действию и полной системой самопиара, создания бренда, упаковки и продвижения.

Это – инструмент для достижения успеха, самореализации и узнаваемости.

Я убеждена, чтобы стать знаменитым и богатым необходимо системно внедрять все ценные рекомендации, данные авторами в этой невероятно полезной книге.

С огромной благодарностью,

Юрьева Елена

эксперт по нетворкингу и инвестиционным проектам

Всегда приятно быть одним из первых читателей и писать отзыв на новую книгу, особенно таких мастеров, как Чермен Дзотов и Роман Масленников.

Мое мнение книга удалась! «Как стать знаменитым и богатым» вправе занять свое место на столе, (или в смартфоне) и человека, который делает первые шаги в создании собственного бренда, и уже опытного PR-специалиста.

Большую часть советов можно внедрять сразу, особенно если выбудете выполнять задания в конце каждой главы ☺. Для тех, кто совсем торопится, рекомендую перейти сразу к приложению № 1 «Карта поступков. Чек лист», в котором собрано все основное.

Самое главное: если у вас лучший продукт – его надо продвигать! Если такого продукта нет – вам ничего не поможет! В том числе и эта книга.

Как журналиста периодически напрягают опечатки и нестыковки текста. Но авторы предупреждали об этом сразу. Зато всегда есть, что обсудить в социальных сетях.

Не совсем согласен я и с рекомендацией вступления в партию для усиления собственного бренда. Есть риск сузить круг заказчиков. Здесь каждый решает сам.

Читайте, примеряйте на себя, внедряйте!

Дмитрий Казаков

директор по развитию агентства событий Фридман ШОУ 2. Пермь

«В личном бренде как в сексе: если не попал, то уже скорость не поможет». Все, к чему прикасается рука Романа Масленникова превращается...нет, не в золото, как у Мидаса, а в живой, удобоваримый продукт – будь то минутная консультация на его личной страничке в facebook'е или фундаментальные труды.

Отличие этой книги от множества других – не в том, что она написана «живым и понятным языком» (хотя справедливости ради хочется отметить, что язык, действительно, очень понятный), а том, что прочитав ее, хочется и может действовать человеку любого статуса и образования.

Мы живем в мире, где очень важно не потерять время не на «продвижение своего товара», а себя.

Сейчас потребитель хочет знать не только, как и что вы делаете, но и о том, кто и с какими ценностями стоит за всем этим. Посмотрите внимательно на процесс найма новых ведущих на телеканал или журналистов – везде требуется активный блоггер.

Стыдно признаться, но за 18 лет работы в интернете и при абсолютно точном понимании, «что – почему» мой пост в инстаграме почему – то не стоит 700 тысяч рублей как у Дмитрия Нагиева, который (я просто уверена) про интернет не знал и не ведал еще пару лет назад!

Бургерную Тимати окольцовывает очередь, как в 90-х это было в МакДоналдсе! И если вам все еще кажется, что мой товар «брали, берут и будут брать» безо всякого там «личного бренда», не читайте эту книгу! Просто устройтесь поудобнее и наблюдайте как вы собственными руками «сливаете» своего потребителя конкуренту...

Откройте глаза: у потребителя больше нет свободного времени, его вниманием овладевают десятки дел одновременно: телефон, три-четыре мессенджера, всплывающие окна на сайтах. Wi-fi есть в общественном транспорте, парках, ресторанах, школах и крупных магазинах: подчас у вас просто нет свободных рук, чтобы просто взять товар с полки! Холодильники забиты продуктами, на полке в ванной нет места для еще одного флакончика с кремом, для изучения новых товаров «нет времени»..., а на самом деле – места.

Если вы хотите действительно «удержаться на плаву» в наши дни, внимания потребителя вам будет мало. Вам будет нужно его сердце, а по-настоящему сердечные отношения возникают только между 2 людьми: вами и вашим потребителем. Так что поторопитесь – ведь в сердце пускают только самых достойных, и там тоже очень быстро окажется мало места.

Мария Питерская, со-основатель сервиса айри.рф, автор гимнастики #стопыскажутвамспасибо

Не знаю, поняли ли Роман и Чермен, что они теперь враги всех пиарщиков всех времен и народов номер один, но это так. Это не книга, не учебник и даже не чек-лист. Это поэтапный план с указанием всех паролей и явок – расписано не только куда, что и как о себе писать и говорить – но и у кого спросить, хорошо ли вышло. Заумные дорожки имидже-персональнобрендинги-невторкинги-стайлинги-и-лендинги от которых через 10 минут болит голова, больше не нужны. ЗДЕСЬ ЕСТЬ ВСЕ. ВСЕ ВСЕ ВСЕ.

Поражает, что советы и лайфхаки будут одинаково полезны и маникюруше из Одинцово, и разработчику уникальных интернет-приложений, и владельцу заводов-пароходов – нужно только сложить свой пазл, четко делая все упражнения и примеряя информацию на себя и свое дело. Не раз слушала выступления авторов вживую и скажу, что в книге собрано, расписано и систематизировано для ежедневного приема столько информации, сколько не «съесть» и за 2-недельный выездной тренинг. Совершенно точно, те, кто не купят и не прочтут книгу сегодня, прочтут и услышат о тех счастливицах, кто ее купил и сразу начал применять уже завтра!

Суворова Мария,

китаист, владелец бюро переводов восточных и редких языков «Б2Б-Перевод»

Первый раз книгу Романа Масленникова «Как проснуться богатым и знаменитым. Монетизация личного бренда» читала в 2016 вместо анекдотов, причем уже представляя себя как я выполняю упражнения. Особенно истерический смех у меня начался, представляя, как я лежу в торговом центре. Просто лежу. Люди подходят, а я им говорю: нет, нет, все нормально, мне просто хочется полежать)))

Потом подумала: ай, ладно, это ж просто челендж такой сам себе и постепенно выполняла задания. Вскоре вывела для себя формулу, что любое

действие, которое совершаю сейчас, принесет мне результат через полгода. Таких уже прошло три цикла – работает!

Хотя вначале не понимала зачем мне все это, но подняв активность на своих страницах в соц сетях, собрала группу девушек и запустила в прошлом году емейл рассылку, а через пол года еще и начала вести блог. Также многие упражнения из книги помогли мне устроиться на работу полгода назад бизнес-ассистентом, был 4-х этапный отбор, стажировка, почти 2 месяца руководитель думал и не смотря, что я проигрывала по профессиональным качествам и шансов пройти конкурс было 50 %, все же предложение стать правой рукой сделали мне. Еще благодаря тому, что начала генерировать свой контент, хотя раньше думала: да какой смысл и кому это интересно?

Сейчас появилось очень много полезных знакомств в разных городах среди политиков, бизнесменов, тех, кто в сообществах Спарта, БМ или следят за деятельностью Аяза Шабутдинова. А самое главное, что я жизнь начала воспринимать проще – как игру: одновременно участвуя в этюде и наблюдая за происходящим.

Вторая редакция книги совместно с Черменом Дзотовым на много интереснее, но для тех кто не читал первую версию. Мне было очень интересно читать вначале, ибо добавили много новой информации, разных примеров, но начиная со второй половины интерес немного поубавился, ибо большинство упражнений у меня было уже выполнено или запланировано, когда нужно сделать.

Романенко Анна Владимировна
психолог, блоггер

Если Вы думаете, что из этой книги можно сделать саммари или выжимку с 10 главными мыслями, то Вы ошиблись полкой.

Это книга – сама выжимка.

Из проработанного, прожитого, пройденного.

Доступным языком, в переплетении академически выверенных фраз и хулиганских вкраплений сленга, в практиках и примерах от профессионалов своего дела, Роман шаг за шагом проводит по тропинке густого бурелома «нельзя», «не смогу», «я не звезда», к сияющим вершинам самопиара.

Читать, изучать, выполнять задания и достигать личного успеха.

Рекомендую.

Ровенская Венера,
Партнер Moscow Knowledge Office,
Предприниматель,
Член Гильдии маркетологов,
Первый Чемпион России по быстрым управленческим поединкам

Много полезного и нужного. Самое главное найти человека, который это все сделает. Да, даже исполнителей порекомендовали в книге – уже выбираю с кем работать. Просто инструкция по применению. Очень круто!!! Без воды, четко. Нет времени писать отзыв, срочно хочу все применить... Спасибо вам.

Создатель Международной Ассоциации Neo Lady. Владелец центров NeoLady – Beauty. Писательница. Сертифицированный коуч. Гипнотерапевт. Счастливая жена 14 лет))) Женщина – огонь!

Марина Рыбникова

Вдохновительница образовательного женского портала Neo Lady – Training и Организатор Закрытой социальной женской сети Neo Lady – Event

Часто задаваемые вопросы по поводу личного пиара

Сам я справлюсь?

Вопрос денег и умения делегировать. Если у вас надежный помощник или бизнес-ассистент, вы ему платите, он доволен и вас не обманывает, то вооружайте его этой книгой и трудом «Пиарщик на прокачку» – и вперед! Именно так, достоверно раскрутили с нуля до федерального уровня консультанта по инвестированию в недвижимость. Силами отнюдь не пиарщика. Отзыв бизнес-ассистента есть на Литрес.ру.

Как долго нужно заниматься личным пиаром, чтобы увидеть результат?

Вы не поверите, но – постоянно. Вход рубль – а выхода вообще нет. Да-да, а наша книжка о том, как стать богатым и известным – стоит 2000 рублей в печати. А цена книги «Когда стал богатым, как стать после этого неизвестным» – 1 000 000 долл.

Сколько точно надо заниматься личным пиаром? Опытным путем был найден такой рецепт: принимать по 1 часу самопиара в день. Делайте, что хотите (понимайте буквально). То есть все, до чего дотянутся ваши руки из того, что вы узнаете в этой книге, и не только: ТВ-съемки, пост в блог, написание книги, продающий сторителлинг-пост в фейсбук или твиттер, просьба репоста и мн. др. Больше – можно. Меньше – просто не эффективно. Лучше и не начинать вообще. А то будут думать, вот, мол, очередной выскочка – был, да сплыл.

Лучше быть выскочкой постоянно. Со временем, а если быть точным, через 21 день, самопиар войдет в привычку. Полезную привычку, заметьте, которая будет вас ежедневно обогащать.

Дайте надежных людей

«ОК, сам попробую, но кому, если что, можно довериться?» – спросите вы. Список личных брендологов – пользуйтесь, лайкайте, репостите: <https://www.facebook.com/roman.pr.maslennikov/posts/10207221153551997>

Что-почем?

Сколько стоит «килограмм пиара»? Этот вопрос, в таком тоне, как будто покупается мешок картошки, всегда бесит пиарщиков. Нельзя заранее сказать, сколько вас, Хрена-с-горы или Принцессу-на-горошине, будет стоить распиарить. Почему? Да потому что, все инди-ви-ду-ально.

Однако, примерные цифры таковы. Сейчас май 2017-го года, кризис пошел на спад, доллар стоит 57 рублей. В месяц личный пиар стоит в среднем от 30-50 до 150-300 тыс. руб. Вами по минимальной сумме будет рулить пиарщик из другого города. По «максималке» – вами будет заниматься мэтр пиара лично. Возможно, вам он пока и не нужен, а хватит и рабочей лошадки – 1-2 встречи в месяц, остальное на удаленке: это стоит в районе 100 тыс. руб в месяц плюс-минус.

Важная точка приложения усилий

Были случаи, когда я говорил, вот есть такие сайты – Youdo, Profi.ru, Freelance, «Найдем Адвоката», «Найдем Профессионала». 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 идут.

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

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

Главное, знать эти «главные точки входа» и бить строго в них. Как их определить?

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 превосходно, это даже не обсуждается. Не «хорошо», а – именно превосходно.

Мы запрещаем читать книгу всем, кто делает плохой продукт или оказывает некачественные услуги. Еще Дэвид Огилви говорил, что **хорошая реклама быстро убивает плохой продукт**. Вам оно надо?

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

А вот теперь мы вас приглашаем познакомиться с полной системой упаковки и монетизации личного бренда.

Но прежде – еще одна очень важная часть книги.

Благодарности

Спасибо Калине Яркиной за подборку иллюстраций.

Спасибо Ольге Чарной за редактуру данной книги.

Юлии Бряник – за корректуру и вычитку.

Спасибо всем нашим клиентам, особенно тем, кто не разрешил себя указывать в наших списках и портфолио. Без вас мы не стали бы такими опытными пиарщиками, как нас представляют.

Спасибо моим родителям Александру Дзотову и Азе Дзотовой за то, что дали мне такое воспитание и образование, которое позволило писать полезные книги для людей (Чермен Дзотов).

Чермен Дзотов, Роман Масленников

Глава I. Введение в самопиар

Мы решили написать эту книгу для того, чтобы рассказать вам все-все-все, что мы знаем на данный момент о личном пиаре, как проявлять активности в СМИ и главное – монетизировать личный бренд.

Все, что мы знаем на данный момент о личном пиаре, будет доступно и вам в тематических блоках этой книги: частые ошибки, упаковка себя, активности в СМИ, монетизация, пиар для уровня «гуру».

Многие проекты, которые относились к бизнес-пиару, делались именно через личный пиар.

Клиентами по личному пиару являлись люди таких профессий, как: 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 мы рассказываем про своих клиентов, некоторые думают: «Вот, блин, пора идти борщ варить – куда мне со своим рылом в калашный ряд». Дескать, эти советы не для меня. Отвечаем: «Ничего подобного». Для вас! Именно для вас. Все, что работает для звезд, работает для вас, и наоборот. Не боги горшки обжигают. А звезды такие же люди, просто набившие больше шишек на пути к успеху.

Советы будут изложены для вас в максимально доступной форме. Главное, сами знаете, что: брать и делать. Прямо по порядку. Упражнений к немедленному действию будет в книге очень много: 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, кто начинает самопиариться и раскручивать себя.

Мы расскажем вам о **полной системе самопиара**, которая, как нам кажется, наиболее понятна и доступна и простому смертному, и властелину мира (настоящему и 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, скажем, что через два-три месяца интенсивной (или через полгода ленивой) работы над собой вас уже начнут 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 ежедневная, чтобы поддерживать уровень известности. Самопиар – неважно, своими или чужими силами – это реальная пахота. Радислав Гандапас признавался, что тренинг – это 20 % работы над самим тренингом, а 80 % – это усилия по его продвижению.

Как читать эту книгу?

Данную книгу мы вам рекомендуем читать с ручкой и бумагой под рукой, чтобы вам проще было до них дотянуться и что-то записать в to-do лист – обязательно с четкой датой реализации.

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

Вас ожидает более 100 упражнений. Даже если вы сделаете половину из них – прогресс будет виден невооруженным взглядом. А если сделаете всё... То тоже напишете 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 практику.

Почему вы должны прочитать эту книгу?

Почему мы решили издать эту книгу, и почему вы должны ее читать? Неоднократно мы слышим: «Ребята, вы сначала сами пропиарьтесь, а потом учите других». Скорее всего, если вы так говорите, то вы не наша целевая группа. Но – вдруг вы таковой хотите стать. Тогда отвечаем.

«Ху из» мистер Масленников?

Если говорить о себе, то я не могу сказать, что я прямо-таки суперзвезда. Подумаешь, судился с «Яндексом» (за плохие новости) и с «Останкино» (за «отупление населения»).

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 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.

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

«Ху из» мистер Дзотов?

Я основатель Международного клуба журналистов, который объединяет на сегодня уже более 600 журналистов ведущих изданий страны. Я создал и раскрутил самый известный сервис в России по подбору юристов и адвокатов «Найдем Адвоката», а в ближайший год то же самое планирую сделать с сервисом по продвижению экспертов в СМИ «Найдем Эксперта». Сегодня услугами этого сервиса уже воспользовалось почти 1000 экспертов, чем не может похвастаться ни одно пиар-агентство в России. В январе 2016-го года «Космополитан» внес меня в список 30 завидных женихов России, а в октябре 2016-го Национальный фонд по развитию бизнеса номинировал меня на премию «Заслуженный предприниматель России».

В 16 я закончил школу с золотой медалью, в 19 заработал первые деньги грузчиком на складе по разгрузке замороженного мяса, в 21 собрал 50 студентов и создал несколько центров бесплатной юридической помощи, в 23 года в моем подчинении уже работало 22 человека, в 24 года я создал первый бизнес, который провалился, в 25 мне стало скучно в юриспруденции и я сменил профессию юриста на пиарщика, в 26 заработал первый миллион, а в 27 продал долю в одном из своих стартапов за 5 миллионов рублей. В 28 вышла моя первая книга «Гражданский брак», которая стала хитом продаж самого солидного издательства «Российская Газета».

В моем послужном списке организация таких громких проектов, как суд чеченского писателя Руслана Закриева против режиссера Джеймса Кэмерона, о котором говорила полгода вся страна. В октябре 2014-го года по всем телеканалам показывали, как активисты организации «Найдем Адвоката» объявили борьбу невежественным эвакуаторам, раздавая водителям памятки об их правах при эвакуации авто. Моя команда консультировала Алену Попову в громком деле против Александра Гордона, вместе с Романом мы помогли Марии Кулагиной судиться со скидочными сервисами и громко освещали это дело. Есть еще десятки дел, о которых я не могу писать в силу договоренностей с клиентами.

В 2018 году моя часовая консультация будет стоить 30 000 рублей, а в 2020 году 100 000 рублей, поэтому поторопитесь, если вы хотите сэкономить свои деньги.

Кому конкретно нужна данная книга?

Кому же нужна данная книга, кому мы рекомендуем ее прочитать, кроме тех категорий людей, о которых было сказано выше?

Во-первых, всем предпринимателям, кто хочет **развить свой бизнес через личный бренд**. Это реально. Наши советы уже пригодились **адвокатам, коучам, консультантам, бизнес-тренерам, фитнес-инструкторам, психологам и психотерапевтам**.

Во-вторых, тем наемным сотрудникам и менеджерам, кто хочет **найти еще более высокооплачиваемую работу и одновременно – работу по душе**. Этому блоку будет уделено не очень много внимания, но два существенных совета 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.

В-третьих, данную книгу рекомендуется прочитать тем, чья репутация и доход зависит от того, насколько раскручен бренд. А именно, это: **писатели, ученые, бизнесмены, топ-менеджеры, кинозвезды, врачи, адвокаты, стилисты, вице-президенты банков**. Актерам, певцам и певицам, скорее всего, этот курс не подойдет. У нас были клиенты из шоу-бизнеса, но там немножко другие законы: все жёстче, провокационнее и ярче. Шоу-бизнесу будет уделен совсем небольшой блок в этой книге.

В-четвертых, мега-гуру и супер-мастера своего дела! Вам можно читать эту книгу с конца. Как сделать скандальный, взрывной и **быстрый пиар для ярких личностей, общественных деятелей** – мы в систему пока не уложили, но несколько прорывных фишек мы проверили и делимся с вами.

Книга так же рекомендована **тем, кто продюсирует звезд**, у кого 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 более 100 приемов о том, как можно раскрутить, монетизировать, проявить активность личного бренда. Поэтому кому-то подойдут одни инструменты, а кому-то другие. Для кого-то одни и те же, но в разное время.

Зачем нужен личный пиар?

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

Вы помните, наверно, фильм «Брат», когда на Ирину 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 Салтыкова, ее вся Москва знает».

Если бы Ирину 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 трагическая случайность, 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 яркого оппозиционера. От него исходит огромный информационный шлейф и шум. Это Алексей Навальный. Возможно, вы видели книжку «Ринцип Навального» – историю самого большого информационного взрыва в России. Она написана давно и уже тогда, пять лет назад, его бренд был очень сильным. А сейчас вообще космос.

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. Кто прав, как думаете?

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 главные 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 самим заниматься своим пиаром – рассматривайте эту главу как список ваших будущих ролей. Кого вы сыграете, интересно?

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

ЗАДАНИЕ. Напишите не меньше 10 причин, зачем вам личный пиар.

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 для тех, 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: Вас будет разрывать! Вы будете разрываться. Но это только сначала

Люди!!!

Плюсы – это много новых лайков, сообщений, знакомств. Каждый день на вас идет новая лавина людей – клиенты, поклонники, враги. Это 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

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 игнорировать?» 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

Plusom в личном пиаре 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 внимания на критику.

Как говорила певица Земфира, когда на нее свалилась слава, она вместе с популярностью начала быстро наращивать свой панцирь.

Мифы личного пиара

Миф 1. Зачётка 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, как мы говорили – по 1 часу в день минимум. Помните об этом.

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.

Все мы видели 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 разрушение. 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 все становится 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 относится ко многим профессиям. 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.

На одном семинаре по личному бренду 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 лошадкой. Что делать?». Старый ему отвечает: «Слушай, Билл. Если тебя назвали лошадкой один раз – не обращай внимания. Если тебя назвали лошадкой второй раз – пристрели его. Ну а если тебя назвали лошадкой в третий раз – надевай, дружище, седло и зарабатывай на этом бабки».

ЗАДАНИЕ. Спросите себя: «Какое вы животное?»

И мы вам поможем надеть седло таким образом, чтобы оно было впору 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, или 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.

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.