

АЛЕКСЕЙ НОМЕЙН

Влияние личного бренда на бизнес



Алексей Номейн

Влияние личного бренда на бизнес

«Издательские решения»

Номейн А.

Влияние личного бренда на бизнес / А. Номейн — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-907261-0

Личный бренд — это результат упорного труда. Посмотрите на людей, которые вас мотивируют или на тех, у которых вам хочется купить их товар. О них все говорят, их многие знают, они любимцы публики. Вроде бы и с виду какие-то неказистые, а поди ж ты — о них в газетах пишут, интервью берут, их девушки любят, мужчины цветы дарят. Это ассоциации, которые возникают у людей при произнесении твоего имени: «О-о, это же Вася Пупкин!»

ISBN 978-5-44-907261-0

© Номейн А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Влияние личного бренда на бизнес

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2019

ISBN 978-5-4490-7261-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Не устану повторять про важность работы над своим личным брендом. Но давайте сначала разберем, что же такое личный бренд: это кредит доверия к человеку, обещание какой-то эмоции. Это то чувство, когда человек уже сделал настолько много, что уже не хочется спрашивать, чем он занимается и сколько стоят его услуги или товар. Личный бренд – это результат упорного труда. Посмотрите на людей, которые вас мотивируют или на тех, у которых вам хочется купить их товар. О них все говорят, их многие знают, они любимцы публики. Вроде бы и с виду какие-то неказистые, а поди ж ты – о них в газетах пишут, интервью берут, их девушки любят, мужчины цветы дарят. Это ассоциации, которые возникают у людей при произнесении твоего имени: «О-о, это же Вася Пупкин!»

Да, кстати! Обязательно присоединяйтесь в мою авторскую группу Вконтакте **vk.com/alekseynomain**. От меня подарок: любое издание на выбор за подписку!

Личный бренд добавляет вес вашему слову и действиям. Допустим, решил я предложить людям услуги своей театральной школы «Oliver». В самом начале я имел только лишь один способ привлечь людей в школу – это Вконтакте. Там и разместил свое предложение – народу пришло довольно много. О чем это говорит? О том, что до этого времени люди меня «видели» на просторах этой соцсети. Меня смогли заметить среди огромного количества товаров и предложений.

Причем, народ шел не на товарный знак (бренд), а шел на меня. До этого времени ни о каком товарном знаке и речи не было. Получается, что моя личность была настолько интересной, что поступило свыше 300 заявок на первое занятие.

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.