

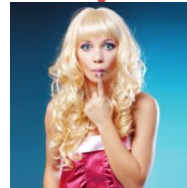
# ПОСТРОЕНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

# Личностные бренды формируются сами, если этим процессом не управлять

Если от человека никто ничего не ждет,  
это тоже рождает соответствующее ожидание.



«Серая мышка»



«нельзя положиться»



«посредственность»

**БРЕНДЫ**

# ТИПАЖИ РАБОТНИКОВ

# КОММУНИКАТИВНЫЙ «ДУША КОМПАНИИ»



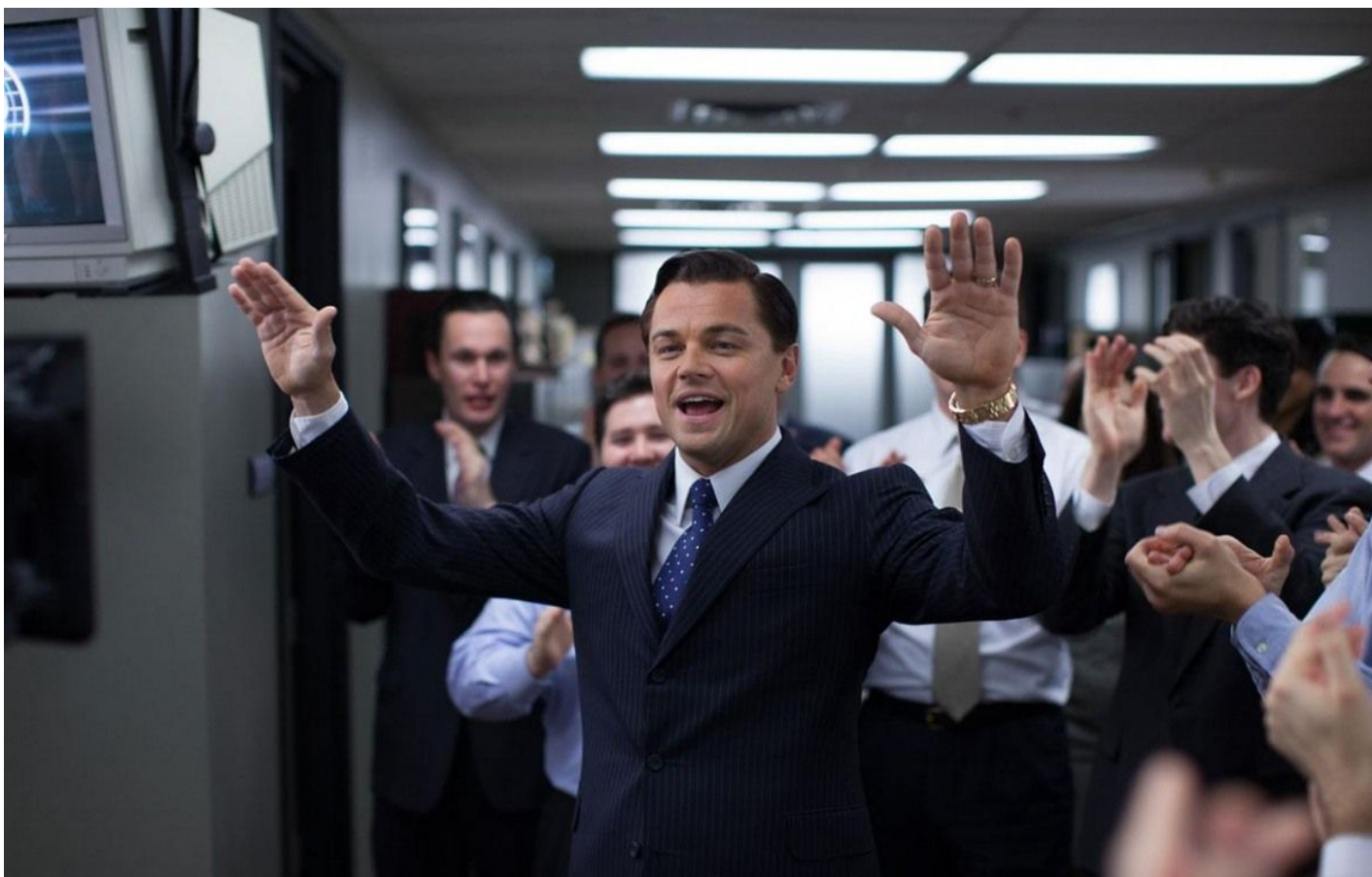
# ВЕСЕЛЬЧАК



# Ученый всезнайка



# ЛИДЕР



# Поддерживает лидера





# УВАЛЕНЬ



Не от мира сего



# ПАССИВНЫЙ



# Борец за справедливость



# Заботливая хозяйюшка



# Альтруистический «заботливый»



# Баловень судьбы



# БОЛЕЕТ





# В КОНФЛИКТЕ



# ДИНАМИЧНЫЙ



# ЗАМКНУТЫЙ



# ДЕМОНСТРАТИВНЫЙ



# АГРЕССИВНЫЙ ХИЩНИК



# ЗАВИСИМЫЙ ТИП «РАБЫНЯ»



# Фрустрированный «неудачник»



# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ





# СПЛЕТНИКИ



# Личностный бренд-код (Л-бренд)

## Само-Ценность/Полезность

В чем польза для работодателя/коллег/клиента?

## Миссия

Какую роль л-бренд играет в обществе, или в чем его общественная польза? (... если бы мы занимались этим не ради денег?).

## Позиционирование

Почему наш Л-бренд лучше и/или чем он отличается от Л-бренда наших конкурентов?

**Слова или выражения, описывающие основную идею Л-бренда**

## Видение

Л-Бренд может определить собственное будущее: на каком рынке мы хотим быть?

## Стиль

Что характеризует стиль Л-бренда, имидж, тональность и т. д.?

## Ценности

Почему Л-бренду можно доверять, как другу?

## Идеальный «образ»:

- то, что «поднимает» специалиста над характеристикой специалистов-конкурентов
- то, что соответствует ожиданиям руководителя и коллег
- то, что можно поддерживать в течение ряда лет
- то, что подтверждает Ваше безусловное лидерство