

Сапожник в сапогах: как HR-специалисту строить персональный бренд эксперта?

Наталия Губарева, Яндекс



Хантфлоу

Лекция — навигатор

1 Профессиональный бренд на рынке

- Почему личный не равно профессиональный
- Фреймворки для работы с репутацией
- Полезные материалы

2 Выступление как основной канал коммуникации с профессиональной аудиторией

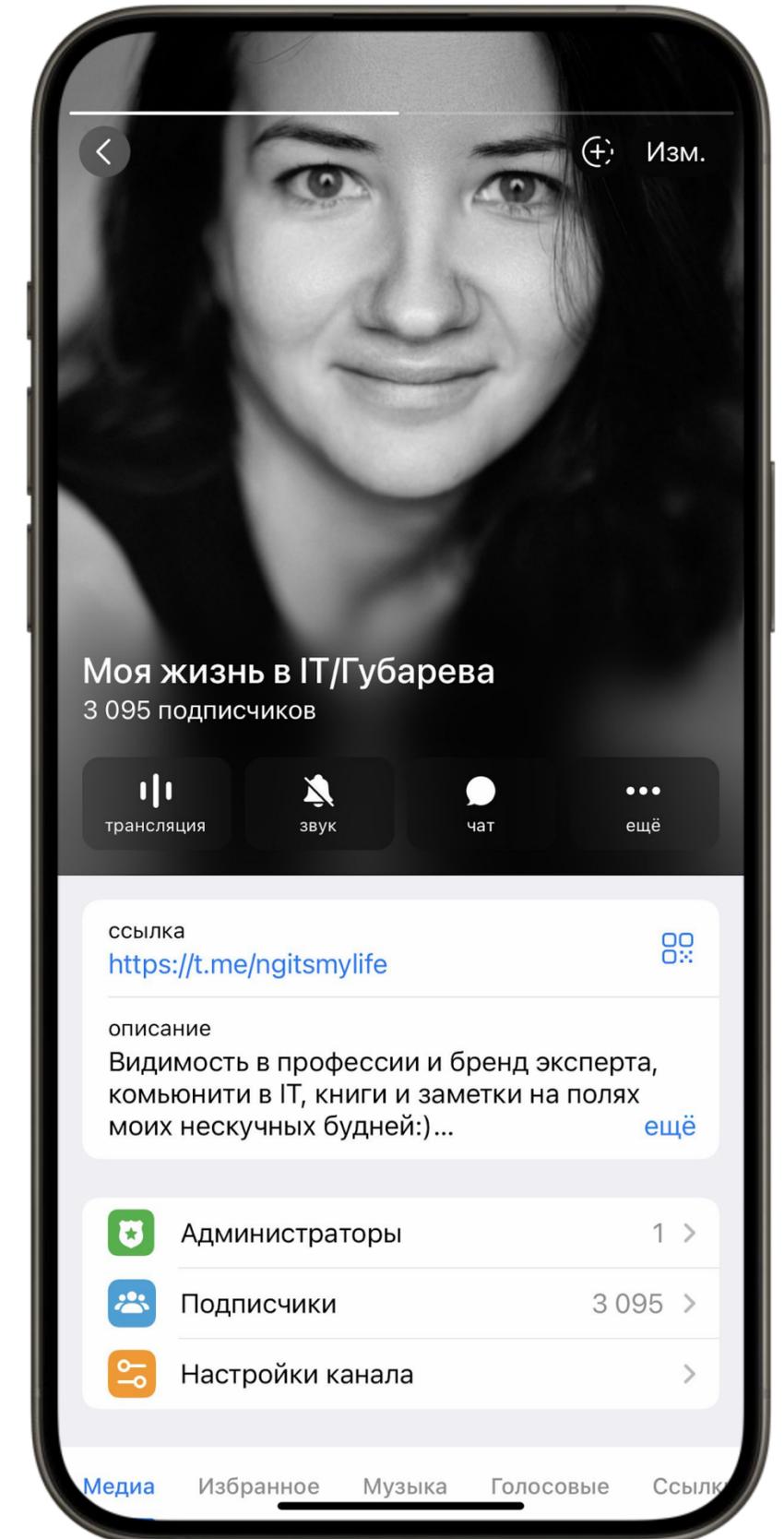
- Типология спикеров по «Дарвину-Роулинг»
- С чего начать сегодня, чтобы было не было мучительно больно завтра
- Полезные материалы

3 О чём мало говорят: от эффекта ореола до собственного стиля

- Стиль как платформа: языки выразительности
- Сцена VS Жизнь
- Полезные материалы

Привет, я Наташа Губарева, и я занимаюсь коммуникациями 20+ лет **страшно сказать**

- Журналистика
- Образовательный PR
- Развитие комьюнити, DevRel и HR-бренд
- Работа с профессиональным брендом экспертов
- Автор Telegram-канала «Моя жизнь в IT»



Что происходит?

Бренд эксперта: миром правят противоречия

- «Каждый суслик агроном»
VS Дефицит крутых спикеров-экспертов
- Засилье Telegram-каналов
VS Мало качественного контента
- Инфополе перенасыщено
VS Если есть «что» и «как» сказать, сможете
за год-два стать востребованным экспертом рынка

Бренд HR: «он уважать себя заставил, и лучше выдумать не мог»

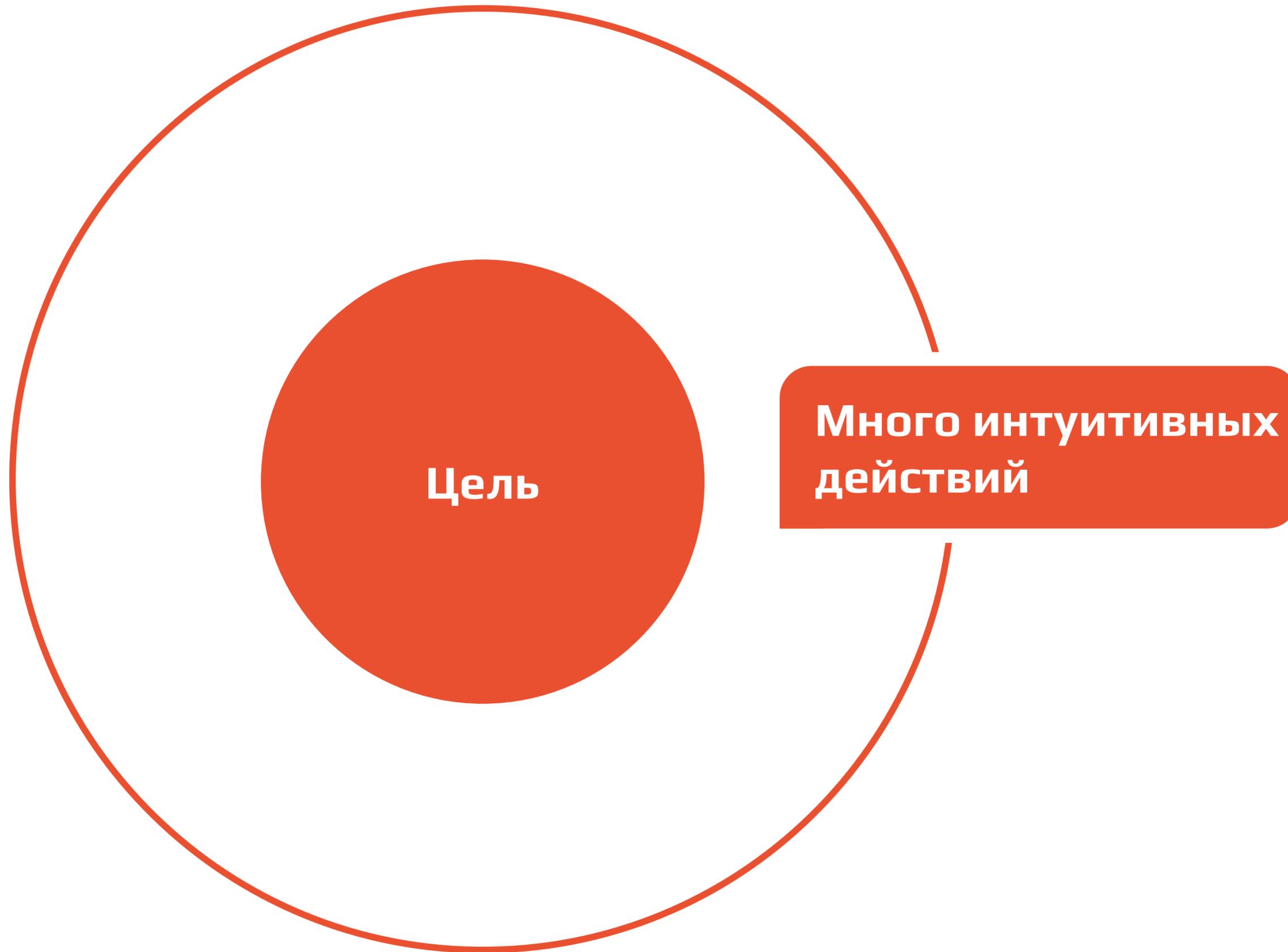
Вызовы

1. «Сервисная» функция
2. Задача — обеспечивать стабильность
3. Работа «про дела», а не про слова
4. Жизнь и нетворк внутри профессионального комьюнити

Решения

1. Рассказывать о сложности решаемых задач и масштабе проектов
2. Осуществлять изменения и рассказывать о них бизнесу и смежникам
3. Осваивать навыки сторителлинга, бренд-менеджмента, создания контента и самопрезентации
4. Повышать насмотренность в бизнесе и коммуникациях, мыслить out of the box

Что делать глобально?



Цель

**Много интуитивных
действий**

«Я» как проект
и продукт

Что вы продаете?

Знают вас

**Бренд
и репутация**

**Знают то, что вы
делаете**

**Громкие
проекты**

**Отдельные
результаты**



Пирамида репутации

**Компания
и внешний рынок**

**Команда
и смежники**

**Бренд
и репутация**

**Мои
результаты**

**Мои
навыки**



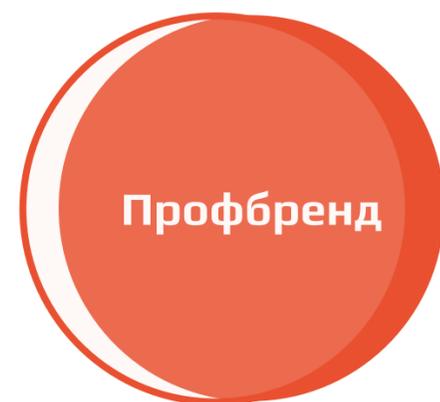
О чём, собственно, говорим?

Профессиональный бренд — это профессиональное ДНК уникальных навыков, опыта и ценностей, которое выделяет специалиста среди других
Вы — уже уникальный специалист.
Дальше вопрос, как вы про это расскажете

Кому? Зачем? (СДЕЛАТЬ АНИМАЦИЮ)

- От менеджера – к эксперту
- Ускорить карьерный и финансовый рост
- Привлечь внимание потенциальных работодателей, клиентов, менти
- Увеличить профессиональную сеть и возможности для сотрудничества
- Отделить свой профессиональный бренд от бренда работодателя

Кому? Зачем?
Чтобы что?



Вы как эксперт

- Рост карьеры
- Рост дохода
- Рост масштаба влияния и проектов
- Повышение вашей капитализации на рынке



Вы как руководитель

- Рост уровня команды и проектов
- Личный профессиональный и финансовый рост
- Найм топовых специалистов
- Рост ваших людей
- Репутация как внутренняя валюта
- Востребованность на рынке



Вы как сотрудник корпорации

- Уверенность в себе как в профессионале
- Востребованность на рынке
- Возможность доп. трека — менторство (топовый профессионал в своей области)

Что нужно знать, отправляясь в уникальное путешествие публичного «Я»?

В какой-то момент (спойлер: достаточно быстро) это может стать второй работой

Поэтому:

- П — приоритеты
- Р — реакция руководителей и коллег
- В — выбор, иногда непростой

Если хотите начать,
начните быстрее

Переключаться из роли топ-менеджера
в роль «стажёра» сложно

Просто взять и выйти
на «Олимпийский»
не получится

Если вы 100 раз не попробовали
на площадках на 100 человек

Вы никогда не будете ГОТОВЫ

Нет никаких «взрослых» —
страхи у всех одни

Поэтому... укротите самозванца!

- 1 Смотрите свои видео, делайте прогоны
- 2 Ставьте цели, загоняйте себя в рамки, создавайте искусственные дедлайны
- 3 Анализируйте результаты, делайте выводы, корректируйте стратегию
- 4 Идите в более охватные каналы только базово определившись с позиционированием

Внутри или вовне

как расставить приоритеты?

Профиты работать с проф. брендом внутри компании

1. «Сначала ты работаешь на зачетку»: легче продавать следующие результаты
2. Способствует промоушену и росту дохода
3. Карма помогает «решать вопросы»

Профиты работы на внешнюю репутацию

1. «Тщеславие — мой любимый грех»
2. Нетворк повышает ваши результаты и капитализацию на рынке
3. Не вы ищете работу, а работа находит вас
4. Пет-проекты и консалтинг

Самые эффективные каналы

для вашего бренда внутри и снаружи

Топ-5 внутренних каналов

1. Внутренние встречи со смежниками — от регулярок до собраний компании
2. Периодические встречи для смежников, которые оуните и ведете лично вы
3. Собrania всей компании
4. Внутренние медиа
5. Внутренние большие чаты с «правильными» людьми

Топ-5 внешних каналов

1. Внешние открытые конференции и митапы **за пределами HR-индустрии/HR**, бизнес, лидерство
2. Закрытые профкомьюнити: офлайн и онлайн-форматы
3. Подкасты
4. Ваше собственное медиа: Telegram-канал, подкаст, YouTube-канал
5. Нетворк: репутация через лидеров мнений на рынке

Фреймворк 1: для экспертов

Пирамида бренда

Просто бизнес, ничего личного

Посмотреть на себя как на продукт

Пирамида бренда

Пирамида бренда состоит из нескольких уровней, каждый из которых описывает различные аспекты вашей профессиональной идентичности



Фреймворк 2: для руководителей

Архетип команды

Где вы, а где Юнг?



**Мы команда,
которая совмещает
архетип **Мудреца**
и архетип **Творца****



Архетип Мудрец

**Любопытный,
интеллектуальный,
духовный**

- «Мудрец» стремится к независимости и правде, чтобы выделиться на фоне стандартных продуктов
- Такие бренды обучают аудиторию и поддерживают её на пути познания
- «Мудрец» помогает лучше понять мир, стать более эрудированным. Он верит в логику и подходит к проблемам рационально



Архетип Творец

Вдохновляющий, увлечённый, удивляющий

- «Творец» стремится к тому, чтобы постоянно создавать новое и преобразовывать старое
- Бренды-творцы ценят самовыражение, талант и приглашают каждого воплотить его видение в жизнь
- «Творец» всегда имеет свою точку зрения и не боится идти в разрез с мнением окружающих
- Бренду-творцу свойственна ориентация на результат, а не хаотичное создание инновационных продуктов

Особенности

- Помогает почувствовать себя творческим человеком
- Противопоставляется стандартной линейке продуктов
- Позволяет пользователю почувствовать уникальность

Как использовать

Создавать новое и не бояться нестандартных решений.

Позволять пользователям участвовать в создании продукта, даже если это простая кастомизация.

В коммуникациях быть открытыми и увлечёнными, рассказывать о новых идеях, спрашивать мнение аудитории о планируемых фичах

Как это отработало?

- Родилась концепция и нейминг RnD, который «завирусился» на рынке
- Чёткая структура задач и продуктов
- У смежников разом отпал вопрос «А чем вы занимаетесь?»
- Консистентность в позиционировании от всех членов команды

Фреймворк 3: для экспертов

Путь героя

Для тех, кто любит поэпичнее

Инструменты сторителлинга для вашего бренда

- Трехчастная структура:
тексты, доклады, рассказ о себе
и даже резюме
- Золотое кольцо сторителлинга:
от результатов — к миссии
- Путь/арка героя: расскажите свою
целостную историю

Путь героя



Золотое кольцо сторителлинга

Предназначение

Почему?

мы этим занимаемся,
помимо денег и карьеры

Мои цели и миссия: ради
чего это все?

Примеры и сеттинг

Как?

я и мы работаем

Кейсы, подробности о
работе

Работа

Что?

я делаю

Мои результаты

МАСТЕРА ПСИХОЛОГИИ

Джозеф Кэмпбелл
ТЫСЯЧЕЛИКИЙ
ГЕРОЙ



Жан-Нозль Капферер

БРЕНД навсегда

СОЗДАНИЕ, РАЗВИТИЕ, ПОДДЕРЖКА ЦЕННОСТИ БРЕНДА



Психология для сценаристов Построение конфликта в сюжете

Работа над сценарием, как и всякое творчество, по большей части происходит по наитию, и многие профессионалы кинематографа считают, что художественная свобода и анализ несовместимы. Уильям Индик категорически с этим не согласен. Анализируя теории психоанализа — от Зигмунда Фрейда и Эрика Эриксона до Морин Мёрдок и Ролло Мэя, автор подкрепляет концепции знаменитых ученых примерами из известных фильмов с их вечными темами: любовь и секс, смерть и разрушение, страх и гнев, месть и ненависть. Рассматривая мотивы, подспудные желания, комплексы, движущие героями, Индик оценивает победы и просчеты авторов, которые в конечном счете нельзя скрыть от зрителя. Ведь зритель сопереживает герою, идентифицирует себя с ним, проходит вместе с ним путь трансформации и достигает катарсиса.

Ценное практическое пособие для кинематографистов — сценаристов, режиссеров, студентов, кинокритиков. Увлекательное чтение для всех любителей кино и тех, кто интересуется психологией.

Уильям Индик

АНО АЛЬПИНА
НОН-ФИКШН

СЦЕНАРНОЕ И ПИСАТЕЛЬСКОЕ
МАСТЕРСТВО

Роберт Макки

История на

МИЛЛИОН

долларов

Мастер-класс
для сценаристов, писателей и не только

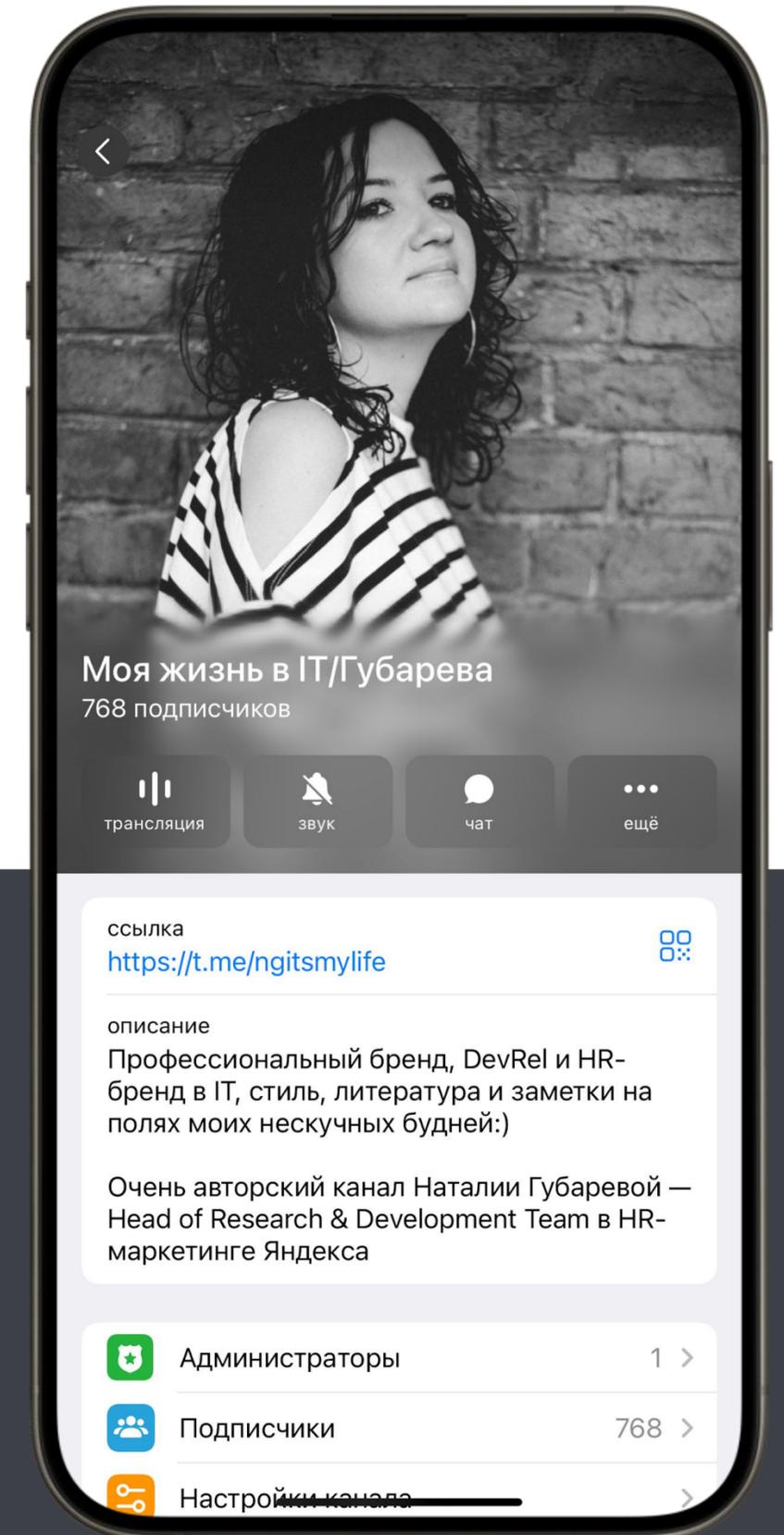
АНО

**Конференции, блоги, соцсети:
выбирайте максимально органичный
для себя канал и делайте его основным**

Но! Мыслите экосистемно: как все ваши
действия должны усиливать друг друга



**Подписывайтесь
на мой Telegram-канал!**
t.me/ngitsmylife



Выступление
как основной канал
коммуникации
с профессиональной
аудиторией

Этапы эволюции спикеров



Магл

Низшая ступень эволюции

Принц-полукровка

Промежуточный вариант

Волшебник

Вершина эволюции

Этапы эволюции спикеров

Магл —————> Принц-полукровка —————> Волшебник
Низшая ступень эволюции Промежуточный вариант Вершина эволюции

Внутренний
монолог

«Я не понимаю,
зачем мне это»
«Я не хочу»
«Меня заставляют»

«Я вроде хочу,
а вроде сомневаюсь»

«Выступать я люблю.
И умею»

Движок

Страх

Желание быть признанным

Тщеславие, удовольствие

В чем проблема?

Очень сильный страх

Страх

Да нет проблем!

Продюсер,
PR-щик, DevRel

Мученик

Психотерапевт,
наставник, партнёр

Партнёр, вдохновитель

Решение

Делегировать
или пересилить себя

Больше
практиковаться

Выходить на профессиональный
уровень: конкурировать с public
persons, ведущими и рок-
звездами

Как «разболтаться»?

1. Выступайте на внутренних мероприятиях
2. Создайте искусственные дедлайны в виде регулярных встреч и коммитах по выступлениям
3. Подавайтесь на конференции и используйте любую возможность

Максимально практические советы

Конференции

- 1 Изучить все площадки на год**
Решение: делегировать PR-щику или ассистенту проанализировать аудиторию и репутацию
- 2 Познакомиться с организаторами «ивентов мечты»**
Попросить сделать интро знакомых спикеров
- 3 Call for papers**
Не бояться идти «вхолодную», показывая больше, чем требует заявка

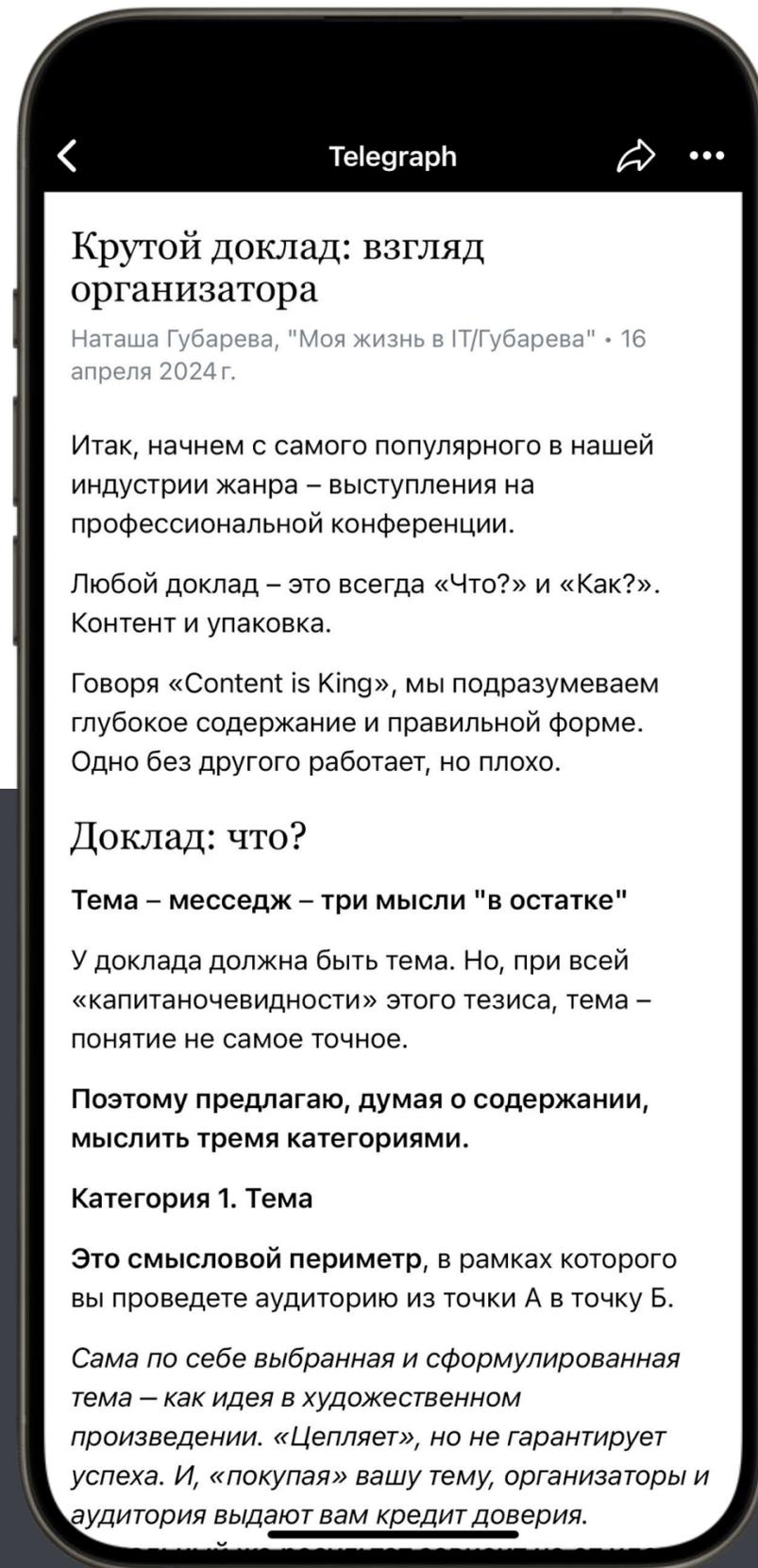
Отказали с докладом — стал лицом онлайн-студии

Побившей рекорды
по просмотрам



Онлайн-студия
YaTalks 2023

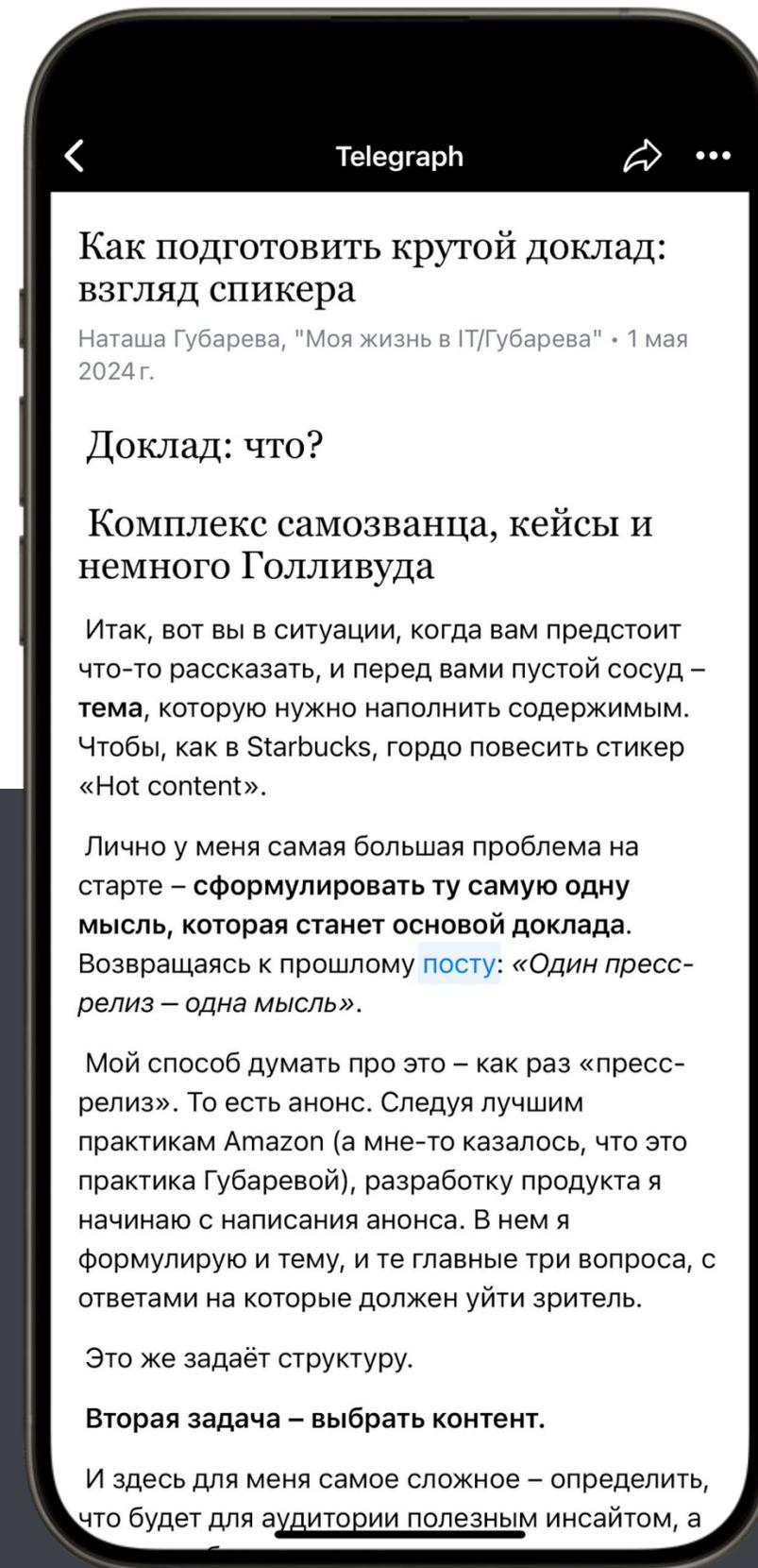
[youtube.com/watch
?v=xsi8DgeFegQ](https://youtube.com/watch?v=xsi8DgeFegQ)



Крутое выступление: взгляд организатора



t.me/ngitsmylife/2



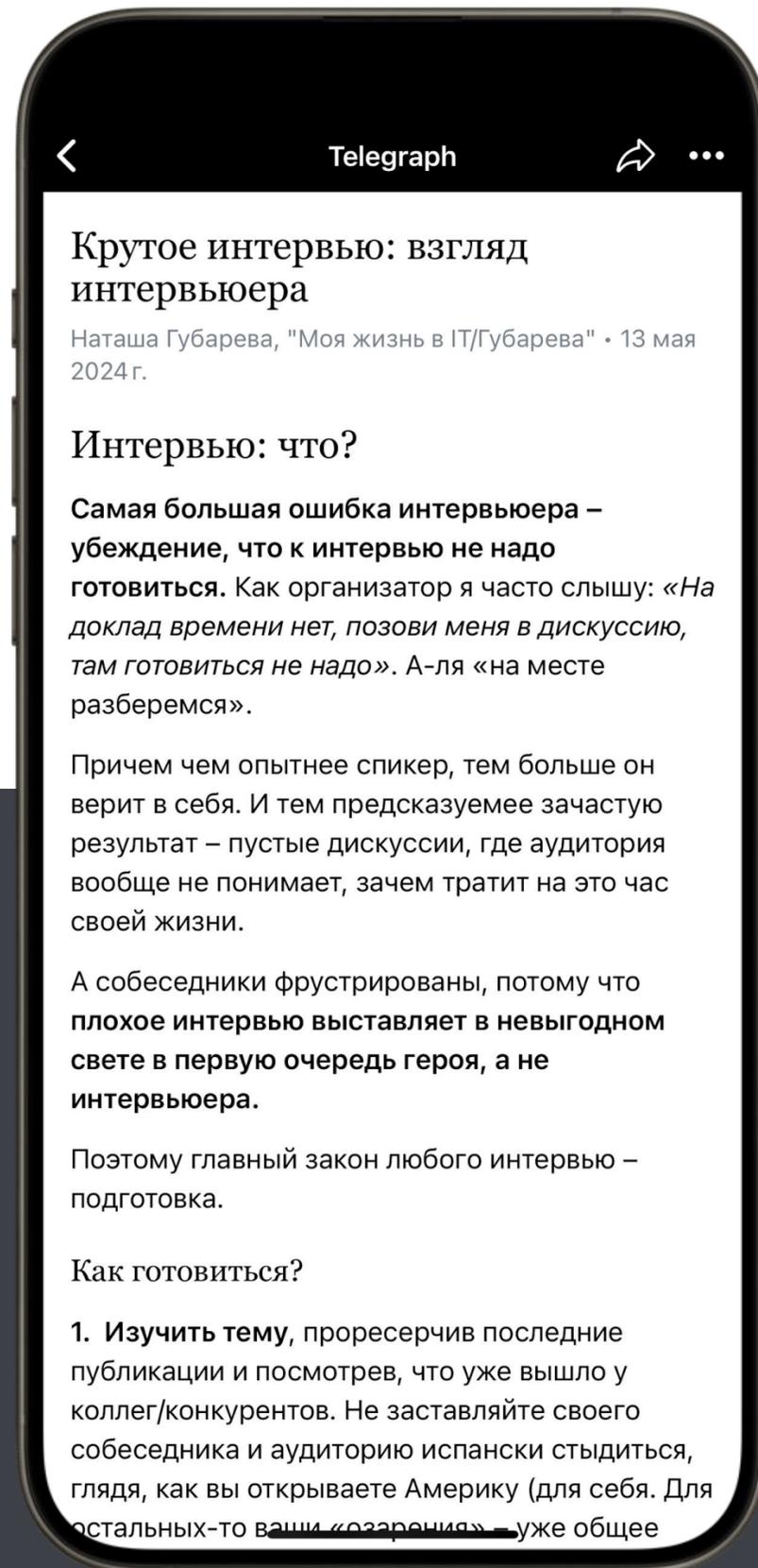
Крутое выступление: взгляд спикера



t.me/ngitsmylife/36

Интервью и подкасты

1. Импровизируйте подготовленно
2. Проверьте и при необходимости подстрахуйте интервьюера
3. Подготовьте «эксклюзив»: «проболтайте, чтобы не проболтаться»
4. Подумайте про реальный NDA



Крутое интервью: взгляд интервьюера



[t.me/ngitsmylife/4](https://t.me/ngitsmylife/41)

1



Крутое интервью: взгляд собеседника



t.me/ngitsmylife/81

TED TALKS

СЛОВА
МЕНЯЮТ
МИР

ПЕРВОЕ
ОФИЦИАЛЬНОЕ РУКОВОДСТВО
ПО ПУБЛИЧНЫМ ВЫСТУПЛЕНИЯМ

КРИС АНДЕРСОН

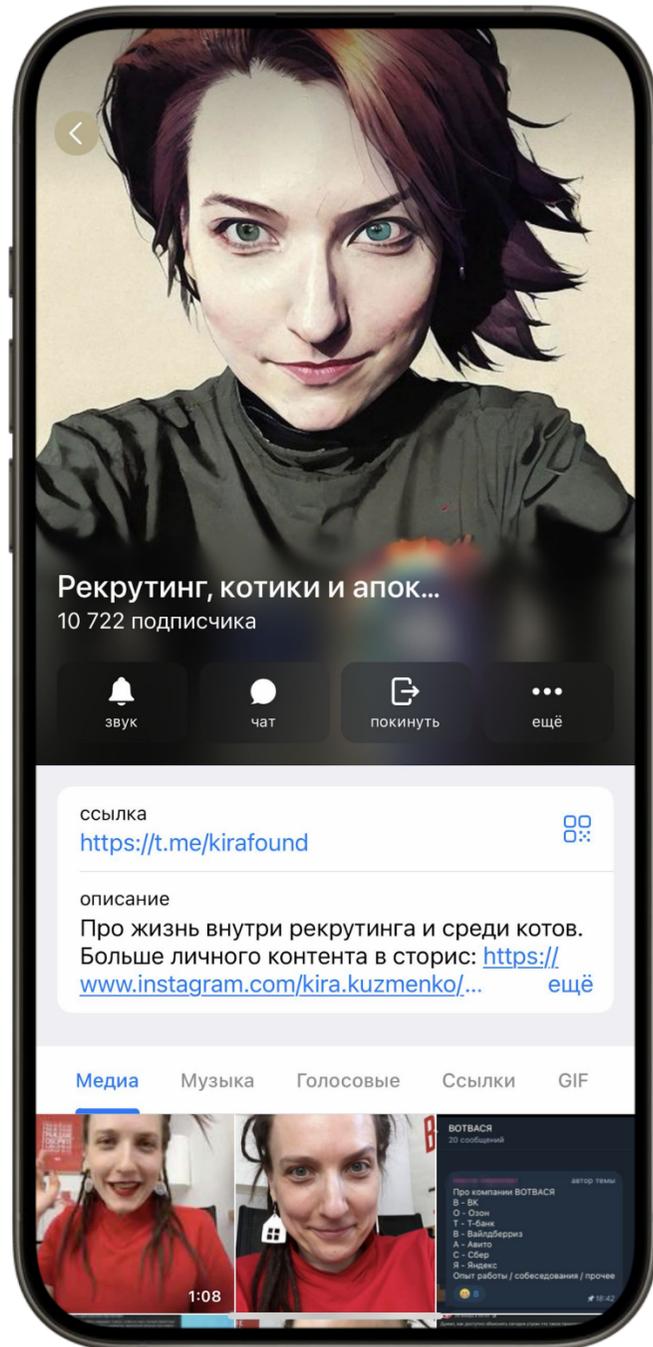
ИДЕОЛОГ И КУРАТОР TED

Я ГОВОРЮ — МЕНЯ СЛУШАЮТ

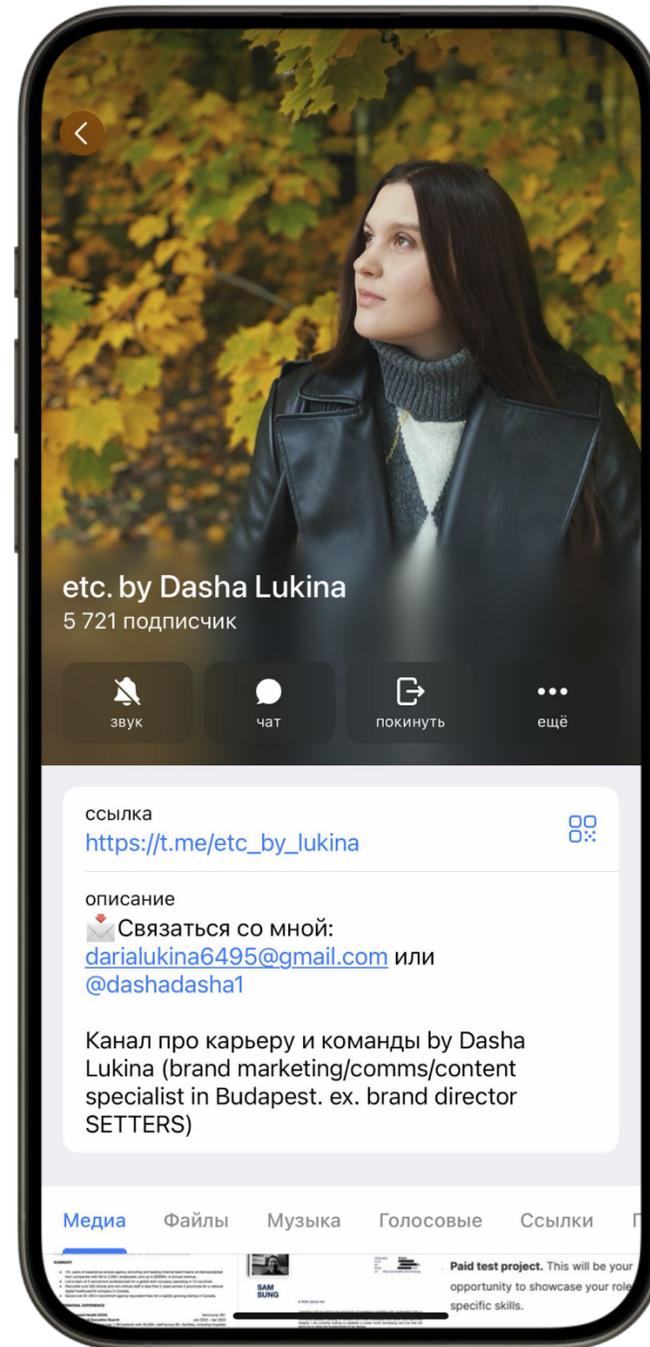
Нина Зверева



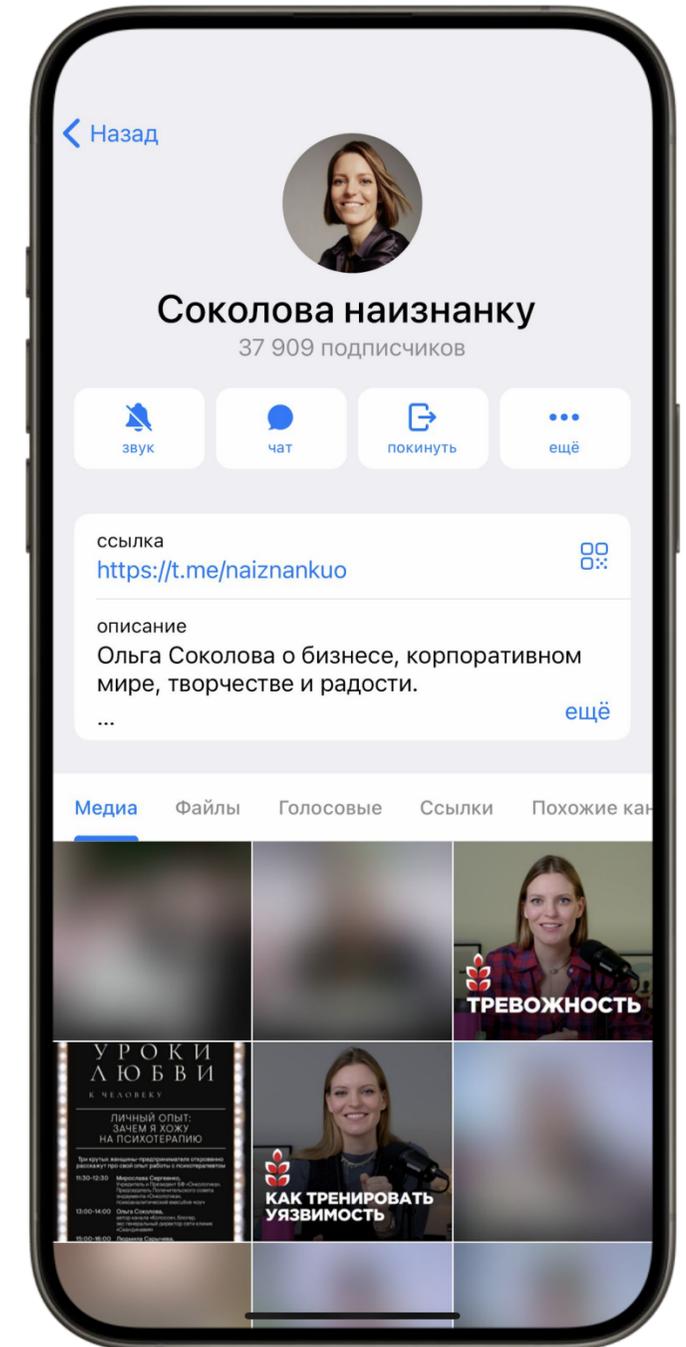
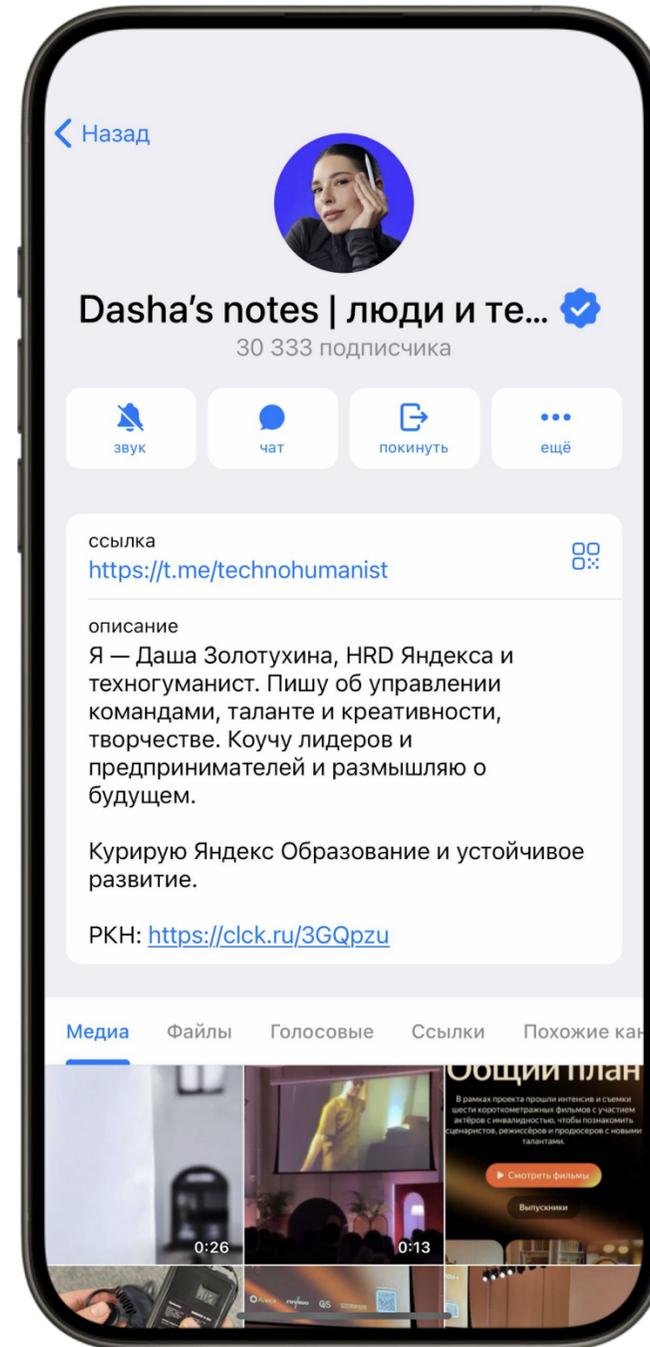
П Е Р Е Г О В О Р Ы И Р И Т О Р И К А



А что в России?



СЕО и топ-менеджеры продают компанию,
руководители — команды и задачи



Фреймворк 5

10 самых дорогих слов о себе любимом

Краткость — сестра вашей публичности



Наташа

Head of Research & Development в HR-маркетинге, Яндекс

Эксперт в комьюнити-менеджменте, бренд-коммуникациях и PR с опытом работы в различных сферах — от атомной отрасли до IT.



Аня

Head of Creative Studio and Internal Brand, Яндекс

Эксперт в бренд-коммуникациях и креативе. Специализируется на построении эмоциональных связей бренда в IT и финтех, запуске редизайнов и ребрендингов

Что «под капотом»?

1. Понимание аудитории: зачем это им?
2. Знание ее болей и потребностей
3. Формулировка своего ответа на эти потребности
4. Понимание собственной цели: зачем это мне?
5. Изводишь ради единого слова ради тысячи словесной руды

К черту подробности:
погнались практиковаться!



Telegram:
t.me/NataliaGubareva



Telegram-канал
«Моя жизнь в IT/Губарева»
t.me/ngitsmylife

