
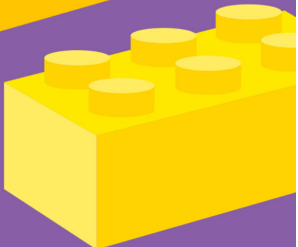


**ИРИНА
ВАСИЛЬЕВА**



**СОВЕТЫ КАРЬЕРНОГО
КОНСУЛЬТАНТА**

- 
- ✓ Карьера вне найма
 - ✓ Уход по соглашению сторон
 - ✓ Карьерный план
 - ✓ Каналы поиска работы
 - ✓ Нейтрализация страхов
 - ✓ Продающее резюме
 - ✓ Стабильность
 - ✓ Тонкости собеседования
 - ✓ Адаптация
 - ✓ Зона востребованности
 - ✓ Сокращение
 - ✓ Нюансы сопроводительного письма

**ПОСТРОИТЬ
КАРЬЕРУ
И СОХРАНИТЬ
СТАБИЛЬНОСТЬ
В ЛЮБОЙ
СИТУАЦИИ**

МИОО

Ирина Васильева
Советы карьерного
консультанта. Построить
карьеру и сохранить
стабильность в любой ситуации
Серия «МИФ Бизнес»
Серия «Твоя жизнь – в твоих руках»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68787678

Советы карьерного консультанта. Построить карьеру и сохранить стабильность в любой ситуации / Ирина Васильева: Манн, Иванов и

Фербер; Москва; 2023

ISBN 9785001958543

Аннотация

В своей книге Ирина Васильева расскажет, как пережить кризис, в котором все мы оказались, и не только сохранить свою работу, но и построить карьеру мечты в беспокойное время.

Вы найдете ответы на важные вопросы:

- **какие пять главных ошибок мы совершаем при построении карьеры;**

- какие компетенции сделают вас незаменимым сотрудником;
- как себя вести, если вас сокращают;
- где искать новое место работы;
- как подготовить продающее резюме и сопроводительное письмо, чтобы на них обратили внимание;
- какие каверзные вопросы задают на собеседованиях и о чем стоит спросить потенциального работодателя;
- что такое параллельная карьера и для кого она подходит.

Как бы ни складывались обстоятельства, у вас будет четкий план действий. Главное – сохранять внутреннюю устойчивость, веру в себя и помнить, что любая ситуация несет новые возможности. Давайте их находить и использовать!

Для кого эта книга

Для всех, кто хочет сохранить уверенность в себе на работе в нестабильные времена.

Содержание

Введение	6
Часть 1. Как стать ценным сотрудником	9
Глава 1. Три главные компетенции для успешной карьеры	9
Конец ознакомительного фрагмента.	28

Ирина Васильева
Советы карьерного
консультанта.

Построить карьеру
и сохранить стабильность
в любой ситуации

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Ирина Васильева, 2022

© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2023

* * *

Введение

Мы с вами живем в эпоху перемен. Это время, когда от нас требуется особый навык сохранять устойчивость, способность управлять своими эмоциями и умение мыслить стратегически. Не всегда эти перемены проходят легко и безболезненно, а иногда оборачиваются настоящими кризисами. Однако если задуматься, кризисы – это часть нашей жизни, без них невозможно развитие и движение вперед, и мы всегда с ними справляемся. После проблем с экономикой и девальвации рубля 1998 года мы пережили уже целую череду кризисов. В 2008–2011 годах был мировой финансовый кризис, в 2014–2015 годах – валютный. В 2020-м нас накрыла пандемия. Наконец, в 2022 году наступил новый кризис, связанный с экономической изоляцией России из-за введенных санкций со стороны западных стран.

Если посмотреть на российский рынок труда 2022 года, можно увидеть следующие тенденции. В первую очередь все компании так или иначе отреагировали на происходящее. Многие международные организации ликвидировали или приостановили бизнес в России, уволив сотрудников. Сократили персонал и некоторые российские компании, испытывающие проблемы с выпуском и сбытом продукции. Где-то заморожены все вакансии, где-то сократили заработную плату. Но нельзя сказать, что в тех организациях, где

с экономической точки зрения все достаточно стабильно, сотрудники могут чувствовать себя абсолютно спокойно, так как конкуренция на рынке труда увеличилась в разы. Немало людей остались без работы, и они готовы бороться не только за вакантные места, но и за те, которые в настоящее время заняты.

Нынешняя ситуация особенная: никто не понимает, что будет дальше, степень неопределенности очень высока, возможны рост безработицы и снижение заработной платы.

Но не все так печально и страшно, как кажется на первый взгляд. В этой книге мы поговорим о том, как нужно себя вести, чтобы преуспеть в момент кризиса, как строить свою карьеру, как поймать птицу удачи и взлететь, а не утонуть в бушующих волнах неопределенности.

В этой книге вы найдете ответы на вопросы:

- как преуспеть на текущем месте работы для того, чтобы остаться востребованным специалистом и чтобы вас не заменили;
- что делать и как себя вести, если ваша компания все-таки вынуждена сокращать сотрудников;
- как и где искать новое место, если вы уже остались без работы.

Как карьерный консультант, я помогаю пройти через подобные кризисы в жизни, когда опускаются руки и накрывает отчаяние. Я расскажу вам о собственном профессиональ-

ном пути, который, как у любого человека, не был безоблачным. Я работала в найме и вне найма, на топовых позициях в крупных компаниях и как частный бизнес-консультант. Подробнее обо мне вы можете прочитать в конце книги. А на протяжении всей книги я буду делиться не только собственными опытом и экспертизой, но и историями своих клиентов, которые обращались ко мне за годы практики. Многие из них достаточно типичные, и в них легко узнать ситуации, в которых в какой-то момент жизни оказывался каждый из нас. Надеюсь, эти примеры помогут вам посмотреть на ситуацию со стороны и найти правильный выход.

У вас появится четкий план действий, и вы сможете достойно, без паники подготовиться к разным вариантам развития событий. В любом случае всегда стоит помнить, что кризис – это не только вихри враждебные, которые веют над нами, но и ветры перемен, не только риски, но и новые возможности. Давайте искать эти возможности вместе.

Часть 1. Как стать ценным сотрудником

Глава 1. Три главные компетенции для успешной карьеры

Сегодня на фоне неопределенности кажется, что работы становится меньше, а конкуренция на рынке труда набирает невероятные обороты. На самом деле есть поводы не только для уныния, но и для оптимизма: возникают новые проекты, расширяются производства, на рынок выводятся свежие бренды.

К сожалению, в период кризисов у многих людей нет четкого планирования и понимания стратегии развития своей карьеры.

Примеры отсутствия планирования карьеры перечислены ниже.

- Достаточно много сокращений на рынке труда, и те, кого сократили, начинают хаотично по нему метаться, отправляя резюме практически на все вакансии. И результатов у них нет – они очень долго не могут найти работу.

- Те, кого еще не сократили, часто испытывают страх, что не смогут найти новую работу, и остаются на старой, несмотр-

ря на то что она их не устраивает. Начинаются задержки по заработной плате, на сотрудников взваливают дополнительный функционал, но они все терпят и выгорают.

- Большинство людей не знают, как оставаться востребованными в кризис в своей профессии и в своей стране. Они начинают в панике осваивать новые профессии, менять сферу без долгосрочной стратегии. После обучения новому не могут найти работу, а дальше их накрывают выгорание и депрессия.

Нам сейчас кажется, что происходящее сегодня – самый страшный кризис. Но вспомним недавние события, связанные с пандемией: тогда тоже казалось, что все рухнет, логистические цепочки рвутся. Многие разорились и ушли с рынка. Именно в тот момент некоторые компании приостановили найм. Однако сейчас, глядя назад, мы видим, что тот кризис мы пережили. И кто-то взлетел и прекрасно построил карьеру, а кто-то, наоборот, выгорел, до сих пор восстанавливается и либо потерял в статусе и в заработной плате, либо долгое время не может трудоустроиться.

Получается, причина не в кризисе. Те люди, которые пострадали в кризис, строили карьеру несистемно. Не определяли долгосрочную карьерную цель, не осознавали свои ценности, интересы и таланты. Или осознавали, но считали, что невозможно найти работу под подобные интересы и навыки, и соглашались на любые предложения, даже если это было

совершенно не то, что им нравится.

Какие же качества становятся ключевыми для того, чтобы в кризис оставаться востребованным?

1. Первая компетенция, которая наиболее важна, – это осознание собственной ценности (самоценности) и набора ключевых компетенций и талантов, которые позволяют решать какие-то задачи и цели бизнеса наиболее эффективно, осознание той пользы, которую человек приносит компании.

2. Вторая важная компетенция – умение рассказывать о своих результатах, пиарить и продвигать себя как специалиста и внутри компании, и на внешнем рынке (в бизнес-сообществах, на отраслевых конференциях и т. п.), выстраивать личный бренд.

3. И третья – высокий уровень эмоционального интеллекта.

Разберем каждую из этих компетенций подробнее и посмотрим, с помощью каких упражнений их можно у себя прокачать.

Компетенция № 1. Осознание собственной ценности

Человек не просто приходит и отсиживает положенное время на рабочем месте, а приносит компании пользу. Благодаря его работе организация получает конкретный резуль-

тат, который влияет на бизнес-показатели, прибыль, объем рынка, сокращение издержек.

Осознанию собственной ценности помогает умение мыслить цифрами, оцифровывать свои достижения.

Ко мне на консультации приходят клиенты, которые хотят определиться с дальнейшим направлением карьеры и понять, какие следующие позиция, должность, функционал и заработная плата будут идеальными. Но, к сожалению, только немногие из них могут объяснить, какую ценность они приносят своей компании. Большинство начинают вспоминать функционал должностной инструкции, перечислять собственные навыки, но при этом не способны сказать, какую ценность они приносят бизнесу в формате конечного результата.

В таких случаях я обычно даю следующее задание:

- составить список из 3–5 проектов, в которых человек участвовал за предыдущие 5 лет;
- указать свою роль в них – участник команды / руководитель / инициатор проекта;
- указать результаты этого проекта для компании: что компания получила за счет его реализации, какой конечный результат.

Дальше мы смотрим, благодаря каким личным качествам этому человеку удалось проявить себя и реализовать данный

проект таким образом, чтобы принести наибольшую пользу для компании.

На консультации часто выясняется, что клиент никогда не оценивал собственную работу в таком ключе. Вместе мы выясняем, что, оказывается, он являлся стержнем проекта – классно организовывал и вдохновлял других людей. Или, наоборот, был классным аналитиком: просчитал и увидел на входе какие-то ошибки, которых удалось избежать благодаря тому, что у него аналитический склад ума. Он донес это до руководства, и таким образом проект был реализован с минимальными потерями.

Одна клиентка, сделав это упражнение, поняла, что, оказывается, благодаря ей компания сэкономила около миллиона долларов. Во время проекта ушел с рынка поставщик материалов. Возник риск, что проект не будет реализован вовремя и компания понесет большие издержки в связи с задержкой запуска.

Нужно было оперативно найти нового поставщика и согласовать его участие. Несмотря на то что клиентка работала в крупной корпорации с многостраничными внутренними регламентами и длинной цепочкой согласований, ей удалось очень быстро согласовать замену. Таким образом, организация не вышла за временные рамки проекта и не потеряла большие деньги.

После того как проект был реализован, моя клиентка забыла о своем достаточно весомом вкладе в его успешное за-

вершение.

На консультации мы выявили, что она обладает очень ценным набором качеств: инициативностью, умением быстро находить решения, способностью излагать информацию четко, понятно, в цифрах, умением в короткие сроки согласовывать свои предложения за счет коммуникативных способностей. Вот за счет всего этого ей удалось сохранить компании как минимум миллион долларов. Хотя на тот момент она была не руководителем проекта, а простым участником.

ПРАКТИКА

Это упражнение поможет вам осознать собственную ценность и определить набор ключевых компетенций и талантов, которые позволяют вам решать задачи и достигать целей бизнеса наиболее эффективно.

Составьте список из 3–5 проектов, в которых вы участвовали за последние 5 лет	Укажите свою роль в проектах: участник команды / руководитель / инициатор	Укажите результаты этого проекта для компании	Какие ваши личные качества помогли вам проявить себя и реализовать проект таким образом, чтобы он стал наиболее эффективным и ценным для компании?

Зона востребованности

После выявления той ценности, которую человек умеет приносить бизнесу, он начинает более разумно выстраивать карьеру. Он осознает собственную ценность, значимость, чувствует, что он не простой винтик в механизме, а важный элемент, приносящий реальную пользу. И соответственно, человек будет искать такие компании, где окажутся необходимыми именно его компетенции.

Здесь важно понять свою зону востребованности, ту профессиональную сферу, где человек будет способен наиболее полно реализовать себя и получить максимальную отдачу.

Зону востребованности достаточно сложно сформулировать, потому что нередко она лежит в неосознанной области. Выявить ее поможет следующее упражнение.

Надо взять листок бумаги и составить четыре списка.

1. То, что вы хорошо умеете делать, что у вас классно получается, то, в чем вы профессионал и эксперт.
2. То, что вам интересно, дает вам энергию (в том числе в рабочих процессах), зажигает вас, от чего появляется драйв, от чего вы счастливы.
3. Виды деятельности, которые нужны рынку (в лице бизнеса, потребителей, государства и т. п.).
4. Виды деятельности, за которые рынок готов хорошо платить.

На пересечении этих областей будет лежать зона вашей востребованности. Но получившуюся зону востребованности нужно проверить на реалистичность: не завышены ли такие показатели, как востребованность рынком и готовность хорошо оплачивать данную деятельность.

Приведу пример выявления зоны востребованности. Однажды ко мне на карьерную консультацию пришла девушка. Она работала эйчаром – занималась подбором персонала, но абсолютно выгорела, у нее не было энергии и сил выполнять свою работу. Когда мы стали смотреть, а что же ей доставляет удовольствие, от чего она кайфует, оказалось, что ей нравится индустрия моды, она с большим вкусом сочета-

ет одежду и даже окончила курсы стилиста. Вот именно это ей доставляло колоссальное удовольствие. Выяснилось, что к ней часто обращались подруги, чтобы она проконсультировала их, сделала подборку по стилю и помогла собрать гардероб. По результатам карьерной консультации оказалось, что на самом деле это было именно то, чем моя клиентка хотела бы заниматься в будущем. Мы с ней разработали план вхождения в новую сферу. И через какое-то время она стала очень успешным стилистом-фрилансером. Она прекрасно ощущает себя и финансово, и эмоционально, находится в высоком ресурсном состоянии благодаря тому, что занимается тем, что наполняет ее энергией.

ПРАКТИКА

В первом столбце таблицы перечислите те виды профессиональной деятельности, которыми вы занимаетесь или потенциально могли бы или хотели бы заниматься. Во всех остальных столбцах поставьте плюс или минус в зависимости от того, насколько вид деятельности соответствует заявленному утверждению. Виды деятельности, набравшие плюсы во всех колонках, – это ваши «золотоносные жилы».

Виды деятельности	Это я могу, я эксперт в этом деле	Это меня зажигает, мне это интересно	Это востребовано рынком (будет полезно)	За это рынок готов хорошо платить

Если вы понимаете, что текущая работа не дотягивает до четырех плюсов, а с трудом набирает только два-три, можно подумать, как скомбинировать плюсы от разных видов деятельности.

Например, вы умеете заниматься продажами, но вас это не зажигает, так как вам приходится продавать пластиковые окна / вентиляторы / ковры и т. п. При этом вы любите читать, хорошо излагаете мысли на бумаге и разбираетесь в детской психологии. Что, если попробовать перейти в сферу книжных продаж? Наберет ли этот вариант все четыре плюса? Или обратиться к сфере продаж образовательных курсов для детей? А может, на текущей работе перейти из отдела

продаж в отдел маркетинга и писать там классные продающие тексты и посты в корпоративных соцсетях? В общем, вы поняли принцип. Главное – не делать резких движений по смене сферы деятельности, а тщательно взвесить все за и против.

Зона востребованности применима как для определения профессии в найме, так и для выстраивания параллельной карьеры вне найма в качестве консультанта, эксперта или даже владельца собственного бизнеса.

Как правило, эта зона лежит рядом с тем, чем вы занимаетесь прямо сейчас. Это может быть деятельность, которой вы могли бы и хотели заниматься, но понимаете, что ограничены рамками своей компании и на эту ступень вам никак не перейти внутри нее. А вот при параллельной карьере это вполне возможно.

Еще один пример из моей практики. Ко мне на консультацию пришел молодой человек. Он работал проектным менеджером в компании. Изначально у него была карьерная цель – стать заместителем генерального директора в этой организации, что требовало достаточно сложного и долгого пути. Но в ходе консультирования мы увидели еще один вариант – открытие своей компании и самостоятельную реализацию проектов. По результатам нашей встречи стало понятно, что клиент обладает абсолютно всеми ресурсами для того, чтобы двигаться в направлении собственного бизнеса, тем более это можно делать параллельно с работой в качестве

наемного сотрудника.

Подробнее про параллельную карьеру мы поговорим далее в одной из глав. А пока перейдем к следующей необходимой компетенции.

Компетенция № 2. Эффективный самопиар

Вторая компетенция, которая важна для построения успешной карьеры, – умение рассказывать о своих результатах, пиарить себя как специалиста и внутри компании, и на внешнем рынке (в бизнес-сообществах, на отраслевых конференциях и т. п.), выстраивать личный бренд.

Люди, добивающиеся больших высот в карьере, – это как раз те, кто знает свою ценность и умеет себя пиарить. Причем я встречала такие кейсы, когда люди пиарят не только собственные результаты, но и результаты команды, подразделения, которое они возглавляют. Они умеют подбирать себе персонал, мотивировать, делегировать, их команды добиваются хороших результатов, и, соответственно, руководитель пиарит себя как успешного лидера успешного коллектива. Это позволяет говорить о более масштабных результатах. Сравните два примера ниже.

Собственные результаты: привлек 5 новых клиентов, закрыл сделки на 10 млн руб.

Результаты команды: команда под моим руковод-

ством привлекла 20 новых клиентов, закрыла сделки на 100 млн руб.

Второй вариант выглядит более впечатляющим.

Такой умелый самопиар – хороший вклад в профессиональную репутацию, известность на рынке, в дальнейшую востребованность в проектах с большими доходами. С помощью самопиара человек строит личный профессиональный бренд. И здесь мы говорим о возможностях личного бренда не только для психологов, коучей и других представителей профессий из «мягких ниш», но и в целом для людей, стремящихся осознанно выстраивать свою карьеру.

Каналы и инструменты самопиара

1. Ведение аккаунта в социальных сетях (посты/комментарии).
2. Участие в профильных конференциях (спикер/участник).
3. Размещение статей и комментариев в журналах (через сервисы журналистских запросов).
4. Написание книги на тему, которая важна для вашего профессионального сообщества.

Социальные сети

Один из самых эффективных и доступных каналов самопиара – социальные сети. Не у каждого человека есть воз-

возможность выступить на профильных конференциях в качестве спикера, но абсолютно каждый карьерист обязан профессионально и красиво вести профиль в социальной сети. Не так важно в какой. Мы будем говорить о принципах, которые подходят для любой социальной сети.

Итак, если вы настроены на карьеру, на место в серьезной стабильной компании, вам необходимо учитывать, как выглядит ваш профиль в глазах тех, кто приходит на вашу страницу.

1. Ваша аватарка

Проверьте, какая фотография стоит у вас на странице. Это не должен быть формальный портрет в стиле фото на паспорт – строгий и неулыбающийся. Желательно более живое фото. Рекомендую сделать профессиональную фотосессию в деловом стиле: в деловом костюме, с прической и макияжем. Эту фотографию можно в дальнейшем использовать в мессенджерах, электронной почте и резюме.

2. Контент и наполнение профиля

Начну с очевидного: не должно быть фото в откровенных купальниках, в микрошортах и прочем неглиже, снимков с вечеринок, где люди расслабляются и находятся в состоянии опьянения. Это не тот контент, который поможет построить личный профессиональный бренд. Не выкладывайте фото в чересчур эмоциональном состоянии.

На что еще следует обратить внимание? На наличие резких, слишком рьяных постов и комментариев: о политике, религии, о руководстве предыдущей компании и т. п. Желательно это все тоже подчистить и убрать.

Достаточно часто встречаются безликие социальные сети, где человек бесконечно делает репосты типа «спасем котика», «спасем собачку», «поможем питомникам». Лучше соцсети в таком стиле не вести. С одной стороны, вроде бы это говорит о том, что вы являетесь защитником животных, но с другой стороны, свидетельствует, что вы не очень-то вовлечены в это дело, потому что если вы являетесь защитником котиков и собачек, то лучше написать об этом самому, а не делать репост. И когда весь профиль человека состоит из сплошных репостов, соответственно, возникает вопрос: «А что это вообще за человек? Какими качествами он обладает? Какие у него ценности?»

Идеальным будет контент, который показывает вас и как человека, и как профессионала.

Если говорить о наполнении профиля в социальной сети, то около 50 % постов должно быть на профессиональные темы – про то, чем вы занимаетесь, про тонкости профессии, про то, почему вы любите свою сферу деятельности, как развиваетесь и прокачиваете свои компетенции, про достижения, ключевые события компании, в которой вы работаете. Допустим, вы занимались организацией какого-то мероприятия, реализовали какой-то крутой проект – об этом нуж-

но и можно писать, упаковывать в кейсы, интересные посты и делиться этим с аудиторией. Это будет отличным способом себя пропиарить как профессионала. Также полезным контентом будет ваше мнение относительно какой-либо профессиональной статьи или отзыв о конференции, на которой вы побывали.

Размещайте ваши фотографии с конференций, ссылки на видео, на ваши статьи и интервью – все то, что может повысить вашу ценность в глазах работодателя.

Правда, не все организации приветствуют такой самопиар сотрудников с упоминанием названия компании в социальных сетях, здесь все зависит от местной политики. Если компания не приветствует это, вы можете писать про свои функционал и достижения, не упоминая название фирмы. Таким образом, вы не нарушите правила, которые есть в организации, но при этом сможете пиарить себя как профессионала и как специалиста.

Оставшиеся 50 % постов должны показывать вас как личность, – например, приветствуются посты о том, как вы проводите личное время. Если в основном вы посвящаете его семье, ребенку, будут уместны посты с фотографиями вашей семьи, о том, как вы сходили в зоопарк, театр, кино, о ваших впечатлениях и рекомендациях. Если вы занимаетесь спортом, значит, можно разместить фотографии из спортклуба или посты о ваших спортивных достижениях. Допустим, вы бегаєте марафоны, ходите на лыжах – рассказы об этом обя-

зательно нужно выкладывать, потому что это характеризует вас как личность, которая ведет здоровый образ жизни, любит спорт.

Преимущества ведения профиля в социальной сети: вас могут заметить, о вас будут знать люди, которые заинтересованы в профессионалах. Допустим, вы написали пост про итоги года: указали, что достигли всего запланированного, поделились, какими крутыми оказались эти достижения. Вполне вероятно, что через некоторое время вас примечт эйчары и направят в личку предложения по работе. Когда через соцсети вы показываете себя как профессионала, как личность, через какое-то время работа может сама найти вас. Ну а если вы находитесь в открытом поиске работы и вам не надо скрывать этот факт от руководителя, то будет логично разместить на своей странице соответствующий пост о поиске работы.

Также социальные сети – это отличный способ для расширения своих деловых связей, для нетворкинга (построения обширного круга деловых связей), в том числе для установления контактов с рекрутерами, которые работают в вашей профессиональной области. Вы можете читать, лайкать и комментировать их посты, то есть попадать в поле их зрения.

Через полгода-год полноценного ведения профессионального аккаунта вы становитесь видимым для рекрутеров, для бизнес-сообщества, для возможных работодателей. Ко-

гда в их окружении появляется вакансия, они могут вспомнить в том числе про вас и, соответственно, вас на нее рекомендовать.

На своей странице вы можете написать, что открыты предложениям по работе. Но это не сработает, если у вас практически пустой аккаунт и мало подписчиков.

Такой канал очень и очень эффективен для построения карьеры, но только если вы его ведете регулярно и с умом.

Личный бренд

Личный бренд способствует монетизации ваших навыков. Он про то, насколько вы узнаваемы, насколько вы уникальны. Когда у вас прокачан личный бренд, увеличивается воронка людей, которые могут вас рекомендовать как классного исполнителя.

Например, людей, которые знают вас в деле, могут спросить: «Слушай, нам нужно сейчас внедрить систему бюджетирования / наладить управленческий учет / сделать прототип сайта. Мы никогда подобным не занимались, ты не знаешь, кто это мог бы сделать?» И они с радостью вас порекомендуют: «Да, есть такой человек. Она это сделала вообще идеально, под ключ, по приемлемой цене. Нам ее работа обошлась в три раза дешевле, чем если бы мы нанимали такого специалиста в штат. Нам ее рекомендовал Петров из компании "...". И у них она отработала эту задачу на отлично, плюс обучила местных специалистов, которые курируют данный

проект».

Личный бренд особенно помогает в нишах с высокой конкуренцией. Ваша узнаваемость выделяет ваш товар среди аналогичных, а репутация добавляет лояльного отношения со стороны целевой аудитории. Есть даже такое выражение. «Люди покупают у людей». Покупатели больше доверяют рекомендациям конкретного человека, чем обезличенной картинке рекламы. Если владелица бренда экотоваров выкладывает в соцсетях интересный контент (например, про отличия гидролатов шиповника и василька, про альтернативы поролоновым губкам для мытья посуды, про собственное волонтерство в экологических проектах), ее покупатели проникаются доверием и к ней, и к ее товарам. Ведь они видят, что забота о природе, экологичность – это не просто слова, а жизненные ценности, которые подкреплены конкретными делами.

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.