

Женя Роч



**НЕ УЧИ МЕНЯ  
ЖИТЬ...  
ПЕРЕОДЕНЬСЯ**

Из практикума «Мой персональный  
бренд»

Женя Роч

**Не учи меня жить...  
Переоденься. Из практикума  
«Мой персональный бренд»**

«Издательские решения»

**Роч Ж.**

Не учи меня жить... Переоденься. Из практикума «Мой персональный бренд» / Ж. Роч — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-831572-5

Персональный бренд, Имидж. Харизма. Стиль. Эмоции. Дресс-код. Тренд. Люди влияния. Красивые и модные слова или привычные понятия на каждый день? Об этом и не только одна из книг-практикумов. Изучайте, комментируйте, уточняйте, применяйте. Всегда в формате диалога, автор Женя Роч.

ISBN 978-5-44-831572-5

© Роч Ж.

© Издательские решения

# Содержание

От Автора	6
Часть первая.	7
Глава 1. Имидж – это...	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# **Не учи меня жить... Переоденься Из практикума «Мой персональный бренд» Женя Роч**

© Женя Роч, 2016

ISBN 978-5-4483-1572-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## От Автора

*Знать и уметь – это не одно и то же. Знания нужны для  
практического применения!.*

*Действуйте, Господа!*

*Действуйте!*

### **Книга с «десертом»!**

На протяжении многих лет я занимаюсь созданием имиджа разных людей. Кто они? Это близкие друзья, знакомые друзей и родственников, это случайные люди с которыми я общаюсь, это люди, которые приходили по рекламе, рекомендациям и т. д.

Мне посчастливилось «колдовать» над образом очень известных персон и над образом тех, кто только начинал свой путь в этой яркой, интересной жизни. И у каждого своя история, ...но в этой книге мне хотелось бы рассказать не о том, как изменилась жизнь людей, задумавшихся над своим имиджем, а скорее о том, как это важно – **БЫТЬ В НУЖНОМ МЕСТЕ И В НУЖНОМ ОБРАЗЕ**. Эта книга адресована в первую очередь людям Влияния. Мы живем в замечательное время! Любой человек может стать успешным, получить признание и финансовую независимость. Ко мне обращались самые разные компании, люди, добившиеся впечатляющих результатов в своем деле. Это были как краткосрочные, так и долгосрочные проекты. Я работала и с имиджем групп людей, команд, руководителей и над образом спикеров, домохозяек и начинающих менеджеров. Мы вместе радовались тем изменениям, которые происходили сначала во внешности, а затем и в окружении, потому что, изменив или откорректировав свой образ, менялось отношение и окружающих. Но об этом в следующий раз.

А вот, что же подтолкнуло меня к написанию именно этой книги?

Работая над образом человека, я обязательно изучаю его сферу деятельности, окружение, какие цели ставит перед собой, как идет к достижению намеченных планов и т. д. Я стала интересоваться, как продвигается карьера у тех, кто, повышая, свою квалификацию в бизнесе не меняется внешне, и как же обстоят дела у тех, кто, меняя свой стиль жизни, прежде всего, изменился внешне сам. И в который раз я убедилась – **ВСТРЕЧАЮТ, все-таки, ПО ОДЕЖКЕ**.

Надеюсь, что информация, изложенная далее, поможет Вам легко разобраться в своем образе, а, может, заставит впервые задуматься над тем, какое впечатление Вы производите, и соответствует ли оно Вашему сегодняшнему статусу и ожиданиям.

Я постаралась в краткой форме изложить основные понятия в создании имиджа, затронув историю. Правила этикета и дресс-кода, основы стиля и законы гардероба. И для тех, кто пробежится по страницам до конца, я приготовила имиджевый «десерт». Имидж – это харизма. Собственный стиль формируется личностью, магнетическими особенностями, которые необходимо знать, как «упаковать». Об этом на «десерте».

*С любовью, Ваш персональный продюсер личности Женя Роч.*

## **Часть первая. Встречают по одежке**

### **Глава 1. Имидж – это...**

Имидж – это рассказ о себе. Сколько людей столько и рассказов. Есть очень похожие, есть удивительные и привлекательные, а есть неприятные и дерзкие, встречаются даже очень откровенные и т. д. Имидж это широкое понятие, в него вложено практически все. Не путайте с понятием стиль. Стильный человек это человек, который придерживается определенного стиля в одежде, причёске, аксессуарах, ароматов, он всегда узнаваем по определенным деталям своего туалета. А мы с вами будем говорить о цельном образе, то есть про имидж. Это понятие включает в себя правильно подобранную одежду, которая соответствует времени, месту, возрасту, социальному статусу, фигуре; это ухоженные волосы и причёска, которая придает уверенности, это аккуратный маникюр и педикюр (как у женщин, так и у мужчин), это мелочи, которые завершают образ (аксессуары и ароматы).

Имидж – это манеры, ваш голос и культура речи, ваш внутренний настрой, отношение к себе и окружающим. Ваши мысли и действия.

Имидж – это то, что мы сами говорим о себе всему миру. Ваш имидж очень красноречиво может рассказать про вас абсолютно все. Например, увидев человека впервые, вы четко сможете определить его возраст, сферу деятельности, а иногда можно угадать даже характер. Образ человека демонстрирует его финансовое положение, культуру и образование. Только задумайтесь! Как много мы можем узнать о человеке, только взглянув на него, но не забывайте, что, глядя на вас люди точно так же «прочитывают» красноречивый рассказ и о вашей жизни.

Еще в XVII веке великий Б. Паскаль утверждал, что существуют два способа воздействия на окружающих: «способ убеждать» и «способ понравиться». В наши дни для создания достойной репутации в деловых кругах недостаточно одного лишь профессионализма. Чтобы построить карьеру и достичь успехов в бизнесе и жизни, необходимо не только уметь расположить к себе аудиторию, партнеров и клиентов, но и создать определенный позитивный образ. Иными словами, освоить и применить на практике технологии привлекательности и убеждения, успеха, то есть технологии создания имиджа в целом.

Искусством создания собственного имиджа необходимо владеть каждому человеку, пытающемуся достичь в обществе каких-либо высот. Главное при этом не забывать, что провозают исключительно по уму и профессионализму, если уж говорить о бизнесе.

В то же время, имидж человека и его визуальная составляющая под модным названием «дресс-код» являются не только необходимой и важной социально-значимой частью для соответствия общепринятым нормам, этикету и достигнутому положению, но и опорным пунктом для внешней самореализации конкретного человека. Поэтому я очень надеюсь, что эта книга будет полезна не только деловым людям, но и более широкой аудитории, стремящейся овладеть тонкостями социального бытия.

Имидж – это определённый образ, который личность представляет окружающим. Это своего рода форма самопрезентации, при которой подчеркиваются сильные стороны и скрываются недостатки. Причем имидж включает в себя лишь представление о реальности, но не саму реальность как таковую.

Во внешнем облике человека отражается его индивидуальность, а также природные и личностные особенности, типаж, темперамент, интеллект, задатки и индивидуальные способности.

«У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление», – гласит известная поговорка, и с ней нельзя не согласиться. Поэтому я остановлюсь на первом впечатлении и попробую разобрать его особенности подробнее. Так вот, первое впечатление о конкретном человеке складывается на основе трех компонентов:

- Вербального (что и как говорится);
- Вокального (как произносится);
- Визуального (как выглядит говорящий) – включая осанку, мимику, жесты и манеру поведения, выдающую характер и типаж соответственно.

Причём, со слов исследователей, 90% всей информации о другом человеке улавливается нами благодаря бессознательной оценке невербального поведения, которой мы, по законам психологии, доверяем больше, чем словам или действиям. Получается, что, зная расшифровку невербальных жестов и умея владеть ими, можно влиять определённым образом на людей, создавая тем самым и основу своего имиджа.

Поэтому, например, при выборе одежды, например, для собеседования необходимо руководствоваться основным принципом – принципом адекватности. Одежда, манера поведения и внешний вид должны качественно согласовываться между собой и соответствовать ситуации, согласно целям и задачам. Например, деловой имидж, в своём нерушимом образе, должен представлять собой стабильность, собранность, основательность, пунктуальность, строгость и благополучие. А ещё – достаток, сдержанность, оперативность и аккуратность.

Получается, что деловой дресс-код – это те же понятия, но переведенные исключительно на язык одежды, причёски, аксессуаров и всего внешнего образа вместе взятых. Причем эта визуальная составляющая деловой жизни порой очень основательно отражается на положительном имидже всей компании в целом.

Внешний вид партнеров, как и их отношение к своей компании, – важнейшая часть имиджа любой организации, и в особенности развивающейся, ведь первые впечатления о деятельности компании часто формируют её репутацию на долгие годы. А репутация, безусловно, необходима надёжная, стабильная, открытая, частная и конкурентоспособная, в этом случае корпоративная одежда, или дресс-код, введённый в компании, нацелены визуально продемонстрировать эти качества, как клиентам, так и партнерам и конкурентам.

Главное, чтобы внешние качества презентации соответствовали реальному положению вещей этой компании. В свою очередь, знание подобных психологических основ, умение грамотно преподнести и презентовать себя в обществе, адекватно дешифровать определенный Dress Code, владея технологией создания делового имиджа в целом, можно с уверенностью влиять на общество в поддержку достижения заявленных целей. А добиться чего-либо в этой жизни, причем не только в деловой, но и в личной, очень важно для каждого из нас. И в этом смысле понимание тонкостей восприятия, о которых мы сейчас говорим, может сослужить хорошую службу.

По мнению одного из российских дизайнеров, слово «модный» сейчас вообще ни о чем не говорит профессионалам этого направления. Так, если человек заявляет, что он модный, то это значит «никакой». А вот если сказать: «Я одеваюсь в стиле Chanel... (или в стиле Roberto Cavalli, Gucci, John Galliano)», тогда все понятно. Дело в том, что понятия мировой моды в последнее время сильно размылись, появилось много новых стилей и направлений, а сама мода стала выражением собственного мнения для дизайнеров и кутюрье. Хотя и есть общемировые тенденции, процесс модных перемен заметно ускорился и стал более хаотичным. Например, то, что было модно, по мнению специалистов, три месяца назад, вполне вероятно, сейчас уже устарело. Но зато в таком случае, исходя из каких-то общих основ и тенденций различных стилей, каждый из нас вполне может подобрать что-то свое, индивидуальное. И это будет выглядеть действительно современно и стильно. Именно это имеется в виду, когда мы слышим слова «индивидуальность», и «свой, неповторимый стиль».

## **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.