



AB.AGENCY

ЛИЧНЫЙ БРЕНД

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ



ПРИВЕТ!

МЕНЯ ЗОВУТ АЛЕКСАНДРА
БЕЛЯКОВА, Я
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ,
БЛОГЕР 200к, ФОТОГРАФ И
ЛЮБИТЕЛЬ ЗДОРОВОГО
ОБРАЗА ЖИЗНИ

УЖЕ **7 ЛЕТ** Я ЗАНИМАЮСЬ ПРОДВИЖЕНИЕМ
СВОЕГО ЛИЧНОГО БЛОГА В ИНСТАГРАМ И УЖЕ **5**
ЛЕТ ПРОДВИГАЮ БИЗНЕСЫ И ЛИЧНЫЕ БРЕНДЫ
ДРУГИХ ЛЮДЕЙ

НАШИ КЛИЕНТЫ



C R O C U S

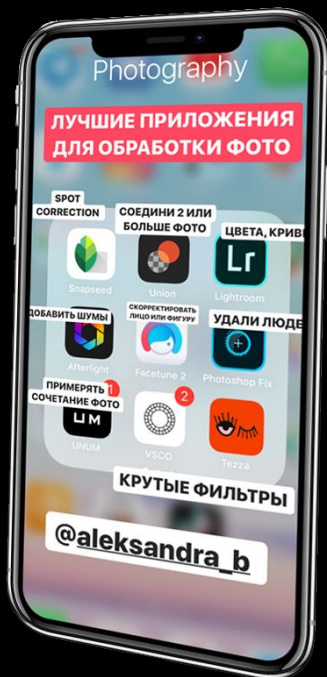


VOSK&GO

СРАЗУ ПОДАРОК

ЕСЛИ ВАМ ПОНРАВИТСЯ ГИД,
РАССКАЖИТЕ О НЕМ В **СТОРИС** С
АКТИВНОЙ ССЫЛКОЙ НА INSTAGRAM

[@aleksandra_b](https://www.instagram.com/aleksandra_b)



БУДУ РАДА
ПОБЛАГОДАРИТЬ ВАС
ЧЕК-ЛИСТОМ «**50 САМЫХ
КРУТЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**»
ДЛЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА
БЕСПЛАТНО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЧТО ТАКОЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД?
2. ШАГИ СОЗДАНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА
3. ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА
4. ВНЕШНЯЯ УПАКОВКА. ВЫБОР ПЛАТФОРМЫ
5. ЛИЧНЫЙ БРЕНД В INSTAGRAM
6. ПРОДВИЖЕНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА
7. МОНЕТИЗАЦИЯ
8. РЕЗЮМЕ

AB.AGENCY

ЧТО ТАКОЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД?

“В материальном мире бренда не существует. Он живет только в нашей голове.”

Личный бренд — это иллюзия. Мы все живем в матрице брендов, которая создана вокруг нас рекламой и маркетингом. Они управляют нашим потребительским поведением, обещая эмоции и переживания



AB.AGENCY

ЧТО ТАКОЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД?

- ЭТО ТО, ЧТО ВЫДЕЛЯЕТ И ОТЛИЧАЕТ ВАС ОТ ОСТАЛЬНЫХ
- ЭТО ОБРАЗ, КОТОРЫЙ СФОРМИРОВАЛСЯ ДЛЯ ВАШИХ КЛИЕНТОВ, ЧИТАТЕЛЕЙ И В ЦЕЛОМ ДЛЯ АУДИТОРИИ
- ЭТО КРАТЧАЙШИЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ
- ЭТО КОГДА ВАС РЕКОМЕНДУЮТ, НЕ ЯВЛЯЯСЬ ВАШИМ КЛИЕНТОМ
- ЗАРАБОТАЙТЕ РЕПУТАЦИЮ ОДНАЖДЫ И ОНА БУДЕТ РАБОТАТЬ НА ВАС ВСЕГДА
- ЧЁТКАЯ СВЯЗЬ МЕЖДУ ИМЕНЕМ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

AB.AGENCY

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА БРЕНДА

КОГДА РЕЧЬ ЗАХОДИТ О ВАШЕЙ ЭКСПЕРТНОЙ ТЕМЕ,
ВЫБИРАЮТ ИМЕННО ВАС!

НУЖЕН ТЕЛЕФОН?
APPLE, СТИВ ДЖОБС



СОЦСЕТЬ?
FACEBOOK!
МАРК ЦУКЕРБЕРГ



ИНТЕРВЬЮ?
ЮРИЙ ДУДЬ



AB.AGENCY

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА БРЕНДА

И НАОБОРОТ! ЧТО БЫ ВЫ НИ ЗАПУСКАЛИ ПОД СВОИМ ИМЕНЕМ, ЭТО БУДУТ ВЫБИРАТЬ!



КИМ КАРДАШЬЯН

ТВ ШОУ
КОСМЕТИКА
ПАРФЮМ
КНИГА
МОБИЛЬНАЯ ИГРА



ОЛЕГ ТИНЬКОВ

БАНК
МАГАЗИНЫ БЫТОВОЙ
ТЕХНИКИ
СЕТЬ РЕСТОРАНОВ
ПИВОВАРЕННАЯ
КОМПАНИЯ

AB.AGENCY

ЗАЧЕМ ВАМ ЛИЧНЫЙ БРЕНД?

1 МОНЕТИЗАЦИЯ

это способ зарабатывать деньги на имидже и репутации

4 МАСШТАБИРОВАНИЕ

что бы вы ни создали, сильный личный бренд будет это продавать

2 ЭКСПЕРТНОСТЬ

признание вас экспертом в определенной области для своих посетителей

5 ОКРУЖЕНИЕ

возможность создать круг единомышленников и набирать персонал

3 РЕКОМЕНДАЦИЯ

при сильном личном бренде вас рекомендуют те, кто не был вашим клиентом

6 ЭКОНОМИЯ

развивать личный бренд намного бюджетнее, чем бренд компании



AB.AGENCY

ВНЕШНЯЯ УПАКОВКА

ЧЕК ЛИСТ СОЗДАНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА

1. ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА

- ОСНОВА ЛИЧНОГО БРЕНДА
- СМЫСЛЫ
- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
- ЦЕЛЬ

2. ВНЕШНЯЯ УПАКОВКА

- ВЫБОР ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
- ИДЕНТИФИКАТОРЫ БРЕНДА
- КОНТЕНТ

3. ПРОДВИЖЕНИЕ

- БЛОГЕРЫ
- ТАРГЕТ
- СМИ
- ОФФЛАЙН

AB.AGENCY



AB.AGENCY

ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА

ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА

Чтобы создать личный бренд, начните с упаковки внутренних смыслов.

1. В чем ваша экспертность?
2. С какой отраслью вас ассоциируют друзья и знакомые?
3. Как вы помогаете людям?
4. Какую их проблему решаете?
5. Какие услуги вы предлагаете?

ПРОПИШИТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

ПРИМЕР:

1. Я Александра, эксперт личного бренда, SMM и продвижения в INSTAGRAM
2. С Инстаграмом и красивыми фотографиями. А ещё с медитациями и здоровым образом жизни.
3. Я помогаю людям донести их продукт до потребителя, создать красивый контент. А ещё помогаю найти счастье через осознанность.
4. Решаю проблему качественного контента и продвижения. Параллельно помогаю быть здоровым, худым и счастливым.
5. Комплексное SMM продвижение, консультации по личному бренду, онлайн программы обучения SMM и личного бренда.

ОСНОВА ЛИЧНОГО БРЕНДА

ПРОПИШИТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

1. ЗАЧЕМ?

- Какова цель создания персонального бренда?

2. КОМУ?

- Кому интересен предлагаемый вами товар?
- Достаточно ли этих людей?
- Есть ли у них необходимые вам ресурсы (деньги, связи, лайки, внимание и т. п.)?

3. ЧТО?

- Что вы будете обещать как персональный бренд?
- Какие услуги вы предлагаете?
- Как вас должны воспринять?

AB.AGENCY

ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА

СОСТАВЬТЕ АВАТАР ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

1. За что вы хотите быть известны?
2. Кому и как вы хотите помочь?
3. Какое сообщение вы транслируете людям?
4. Какие ваши черты вы хотите подчеркнуть?

АВАТАР КЛИЕНТА		
Имя клиента:		
ЦЕЛИ И ЦЕННОСТИ Чего он хочет: Что для него важно: 	Возраст: Пол: Семейное положение: Дети: Место жительства: 	ТРУДНОСТИ И БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ Чего он хочет избежать: Чего он боится:
ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ Книги: Журналы: Блоги/Веб-сайты: События: Наставники: Дополнительно:	Цитата: Чем занимается: Должность: Доход: Образование: Дополнительно:	ВОЗРАЖЕНИЯ И РОЛЬ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПКИ Что мешает ему купить: Кто решает, покупать или нет:

AB.AGENCY

ВНУТРЕННЯЯ УПАКОВКА

ТЕПЕРЬ ПОСТАВИМ ЦЕЛЬ!

1. За что вы хотите быть известны?
2. Кому и как вы хотите помочь?
3. Какое сообщение вы транслируете людям?
4. Какие ваши черты вы хотите подчеркнуть?
5. Как вы хотите, чтобы вас воспринимали?

ПЕРЕД ВАМИ ДЖИН,
ПРОГОВОРИТЕ
ИДЕАЛЬНУЮ КАРТИНУ
МИРА, ОН ИСПОЛНИТ
ЖЕЛАНИЕ



AB.AGENCY



ВНЕШНЯЯ УПАКОВКА

ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ ЛИЧНЫЙ БРЕНД? ИДЕНТИФИКАТОРЫ

- АРХЕТИП
- ЦВЕТОТИП
- ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТРИГГЕРЫ
- ИМИДЖ
- АССОЦИАТИВНЫЙ РЯД



AB.AGENCY

АРХЕТИП БРЕНДА

Это психологический портрет, который объединен схожими потребностями, способом восприятия информации и мотивацией. Он может быть использован для дифференциации вашего бренда от конкурентов.



AB.AGENCY

ЦВЕТОТИП

Цвета, с которыми ассоциируется ваш личный бренд, зашифровывают в себе посыл и настроение. Определите свои базовые цвета, опираясь на эту схему.



ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТРИГГЕРЫ

Эмоции продают, эмоции управляют, эмоции - это ваше орудие силы. Зная, какой эмоцией аудитории вы управляете в конкретный момент, вы управляете аудиторией.

1. ЛЮБОВЬ, РОМАНТИКА
2. ДОМИНИРОВАНИЕ/ МОЩНОСТЬ/ ВЛАСТЬ
3. Я ЛУЧШЕ ТЕБЯ
4. ЖЕЛАНИЕ КОНТРОЛИРОВАТЬ
5. СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ
6. ВЕСЕЛЬЕ КАК НАГРАДА
7. САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
8. ИСПОЛНЕНИЕ ЖЕЛАНИЙ
9. ЗАБОТА
10. СКОРОТЕЧНОСТЬ ВРЕМЕНИ
11. ПАТРИОТИЗМ
12. ВОСХИЩЕНИЕ ОТ ОТКРЫТИЙ

AB.AGENCY

ВНЕШНЯЯ УПАКОВКА

ВЫБИРАЙТЕ ПЛАТФОРМУ ДЛЯ РАЗВИТИЯ

INSTAGRAM самый популярный. Он для всех. Хотите вы или нет, при построении личного бренда нужно присутствовать на этой платформе.

FACEBOOK для лонгридов. Хорош для бизнесовой аудитории и серьезных вопросов.

TWITTER для любителей говорить коротко, но емко

TIK TOK самая развивающаяся соцсеть. Самый дешевый трафик и лучшая система рекомендаций. Туда надо идти!

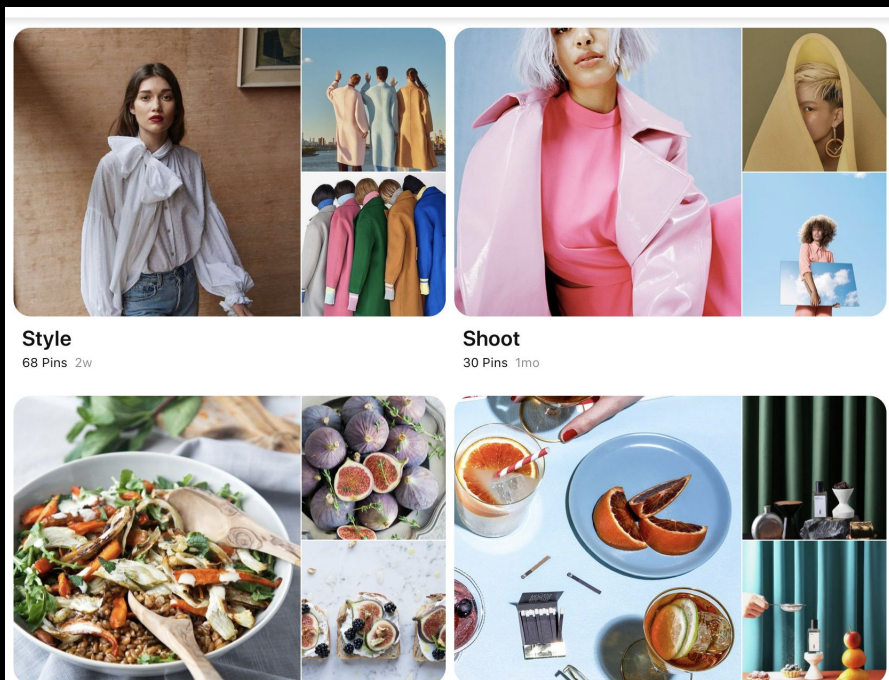
TELEGRAM заводите канал и набирайте тёплую и лояльную аудиторию.

YOUTUBE никогда не поздно начать! Хорошая система ранжирования и рекомендаций, которая позволяет увеличивать узнаваемость личного бренда и продавать собственную продукцию.

AB.AGENCY

PINTEREST

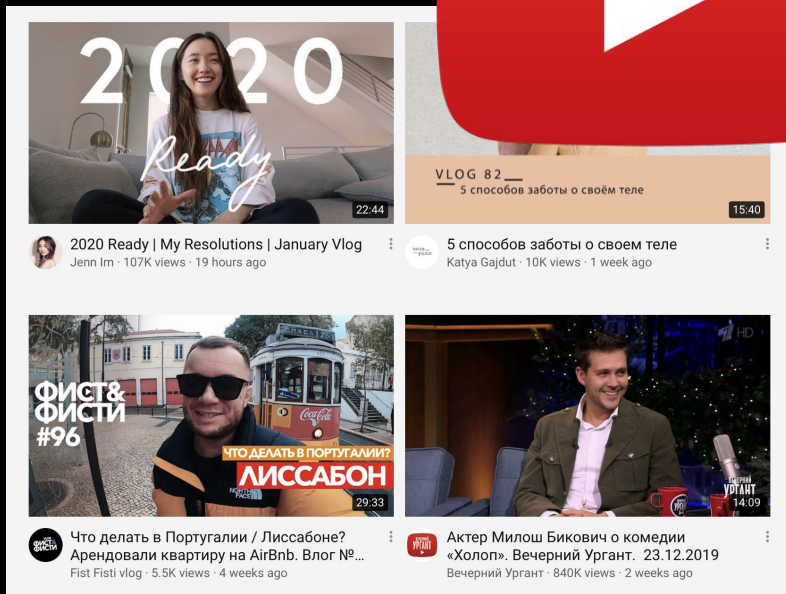
Заведите красивый аккаунт в Pinterest и к своим пинам прикрепляйте ссылку на Instagram-аккаунт. Туда можно публиковать видео-рецепты, свой look-of-the-day, обои для телефона и тд.



AB.AGENCY

YOUTUBE

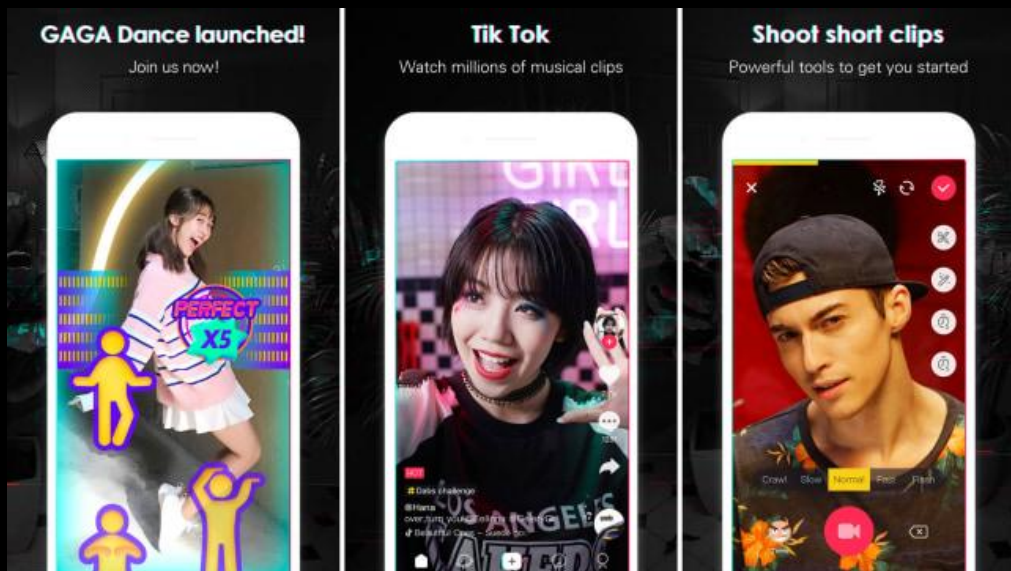
Мощнейшая платформа для развития личного бренда. YouTube раскрывает вас как личность, показывает вашу экспертность. Из Youtube идёт очень хороший и тёплый органический трафик на INSTAGRAM.



AB.AGENCY

TIK TOK

Главная социальная платформа для Поколения Z (родившиеся с 2000). Самое быстрорастущее и перспективное приложение. Это как INSTAGRAM 4-5 лет назад. Скорее заходите в TIK TOK и начинайте продвижение личного бренда там!



AB.AGENCY

Кому стоит продвигаться в ТІК ТОК?

- Если вы занимаетесь вокалом, танцами и т.д., то вам, срочно нужно пробовать реализовать рекламный потенциал этой площадки. Всё здесь уже построено так, чтобы продвигать ваш формат.
- Интернет магазинам. Особенно хорошо зайдет ассортимент необычных товаров, подарков, косметики, товаров для животных, фокусов, розыгрышей, рисования и т.д.
- Инфобизнесу с популярными у молодежи творческими курсами по танцам, пению, рисованию, востребованным хэнд-мейд направлениям, фото- и видеосъемке.
- Компаниям, которые развиваются в сфере развлечений и туризма.

AB.AGENCY

ПОЧЕМУ ИНСТАГРАМ?

90% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОДПИСАНЫ ХОТЯ БЫ
НА 1 БЛОГЕРА ИЛИ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

БОЛЕЕ 500 МЛН ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

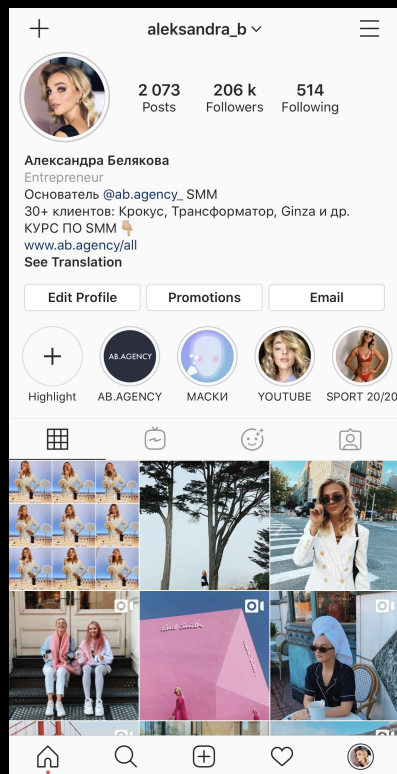
ИСПОЛЬЗУЮТ STORIES КАЖДЫЙ ДЕНЬ
ИНДУСТРИЯ ИНСТАГРАМ - 2018 ГОД БОЛЕЕ

2 МЛРД \$

AB.AGENCY

УПАКОВКА ЛИЧНОГО БРЕНДА В INSTAGRAM

1. ШАПКА ПРОФИЛЯ
2. АВАТАРКА
3. STORIES HIGHLIGHTS
4. ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ
5. АКТИВНАЯ ССЫЛКА
6. ВИЗУАЛ ЛЕНТЫ
7. КОНТЕНТ
8. СТОРИС
9. ТЕКСТЫ



AB.AGENCY

ШАПКА ПРОФИЛЯ

Правило трех аудиторий:

- Оценить самому
- Попросить рассказать о вас друзей
- Попросить рассказать о вас экспертов

ELEVATOR SPEACH – что бы вы рассказали о студии, будь у вас пара секунд? Что описывает именно вашу студию?

Шапка профиля - это элемент продвижения и первого впечатления. Добавьте больше триггеров, заставьте аудиторию, расскажите новому подписчику, что он сможет у вас найти, чем вы отличаетесь от других.

AB.AGENCY

СОВЕТЫ ПО КРУТОЙ ШАПКЕ ПРОФИЛЯ

Жирная строка. «Имя» - только эта строка отражается в поисковике. Здесь должен быть основной продукт, ваша сфера деятельности или имя (если оно уже многое говорит)

Далее ваши особенности или что-то очень важное. Что отличает ваш личный бренд от других?

Далее бесплатный продукт или какое-то предложение по ссылке.

КОПИРАЙТИНГ / УДАЛЕННАЯ РАБОТА

Entrepreneur

👤 Мария Налобина @marylillou_lifestyle

📖 Пишу книгу про путешествия 📖

💰 Обучаю дорогому копирайтингу

👉 Начни бесплатно

copywriting-cours.ru/menu

ANASTASIYA / МАСКИ ДЛЯ СТОРИС

Blogger

Мои STORIES как сериал ❤️

Построили ДОМ 🏠 мечты

🌟 +28 Масок за подписку 🎁

🌟 PR 📞 +34 605 14 59 20 Анна... more

instagram.com/agfit.moscow

Эля Ходус

Со мной ты найдёшь любимое дело и сможешь работать онлайн из любого уголка мира 🌴

Бесплатный тренинг по удаленной работе 📺

profreelance.pro/bf_1

See Translation

Слишком искренняя Евдокия

Отфотошопила себя в жизни

Помогу и тебе

«Ой, да тебе не 19 лет, не ври!»

@pr.evdklar

Тренер била меня, а я бью рекорды

evdklar.ru/newyear

ОШИБКИ В ШАПКЕ ПРОФИЛЯ

- ЧЕЛОВЕК-ЗАГАДКА - пользователь не будет вас разгадывать, он просто пройдет мимо
- ОТРИЦАНИЕ (не блогер, не модель, не фотограф) – НИКТО?
- АБСТРАКЦИИ – лайфстайл, саморазвитие, мотивация
- БАНАЛЬНОСТЬ – мама троих детей, фотограф, писатель

Шапка профиля - одна из важнейших составляющих упаковки вашего профиля, уделите ей особое внимание, следите за ее актуальностью, обновляйте при необходимости, для этого можно просить совета у подписчиков.

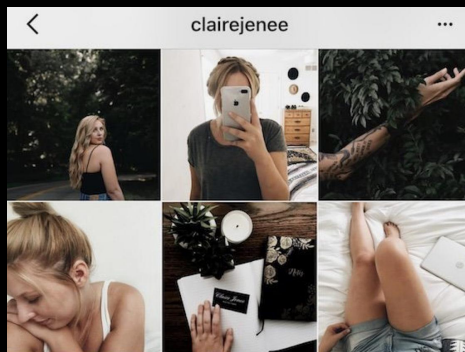
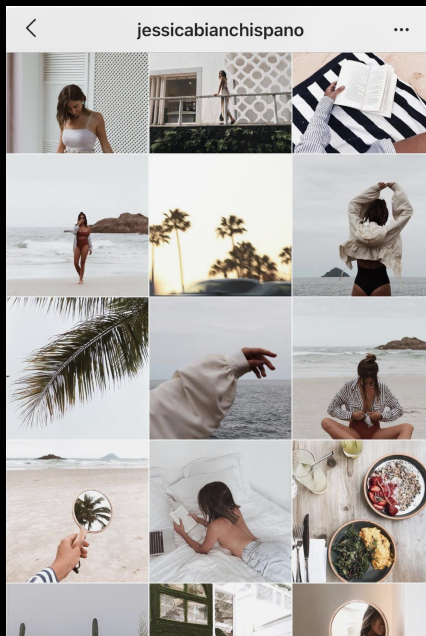
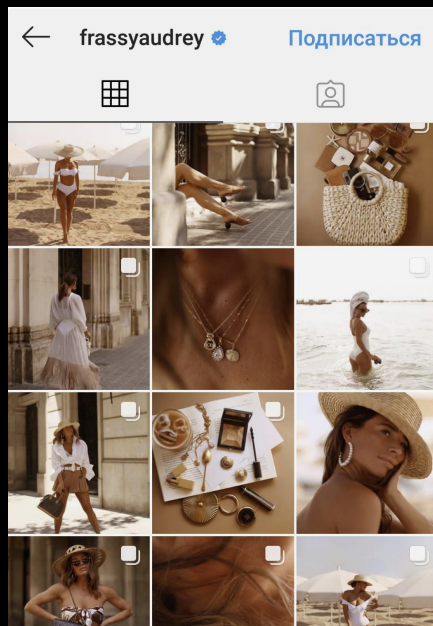
AB.AGENCY

ВИЗУАЛ

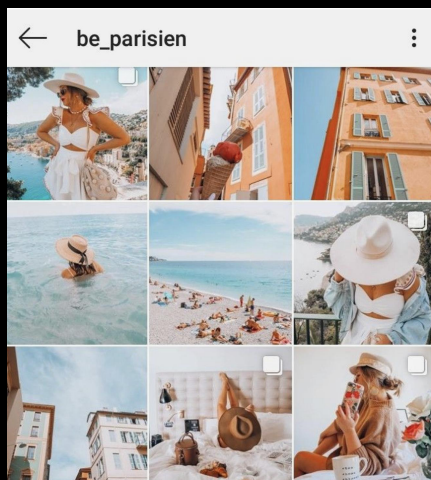
- **Композиция:** заранее составляйте раскладки на 6 или 9 публикаций. Это позволяет отследить сочетание фотографий между собой.
- **Воздух:** добавляйте больше светлых постов рядом с “загруженными” фотографиями, чтобы визуал смотрелся более легким и приятным
- **Цвет:** выберите 1-2 ведущих цвета и используйте его в аккаунте, делая на нем акцент. Яркие элементы дизайна советуем делать с помощью выбранных 1-2 ярких цветов, создавая дополнительную ассоциацию со студией.
- **LIVE:** сочетайте профессиональные фотографии, с живыми фото и видео. Идеальное соотношение: 40%, 30%, 30%.
- **Креатив:** удивляйте, пробуйте новое, следите за трендами и добавляйте новых веяний в аккаунт

AB.AGENCY

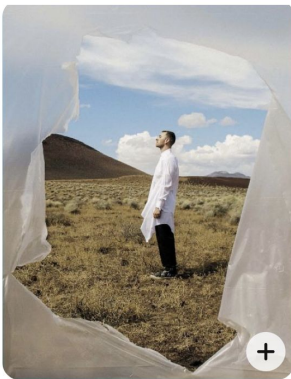
ГАРМОНИЧНЫЕ ВИЗУАЛЫ



ГАРМОНИЧНЫЕ ВИЗУАЛЫ



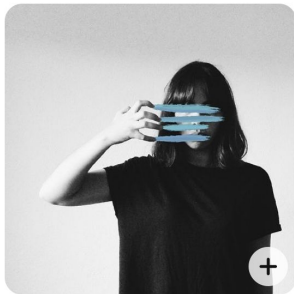
ВДОХНОВЕНИЕ ДЛЯ ФОТО: PINTEREST



Anwar Hadid Covers Vogue Man Arabia Launch



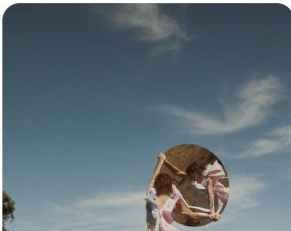
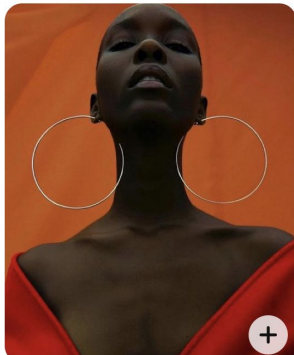
INSPIRATION 74 / GOLDEN YELLOW



Insta Fav #97: Teresa Freitas



Monika Brodka by Marcin Kempski for Vogue Poland December 2018



TBT / 2016 Friday Mood



ЗАБЕЙТЕ НА ПОСТЫ!

ЭТИМ ГИДОМ Я ОФИЦИАЛЬНО РАЗРЕШАЮ
ВАМ НЕ ПОСТИТЬ КАЖДЫЙ ДЕНЬ,
РАЗВЛЕКАТЬ СВОЙ ТРАФИК В СТОРИС И
КАЙФОВАТЬ ОТ ЭТОГО!

ДЕЛАЙТЕ СТОРИС!

- В СТОРИС ВАША САМАЯ ПРЕДАННАЯ АУДИТОРИЯ
- САМАЯ ТЁПЛАЯ К ПОКУПКАМ АУДИТОРИЯ
- 70% АУДИТОРИИ СМОТРЯТ И ЛЮБЯТ СТОРИС

КАК СНИМАТЬ КРУТЫЕ СТОРИС,
ПОСМОТРИТЕ ВИДЕО УРОК

AB.AGENCY

ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ

- **Тесты.** Задать вопрос и дать несколько вариантов ответа
- **Загадки:** ребус из эмодзи (загадать песню, фильм в эмодзи и попросить угадать) или нарисованный ребус.
- **Кто на фотографии?** Угадать по детской фотографии кто этот человек/актёр/сотрудник
- **Чья цитата?** Угадать с помощью теста автора. «Союзмультфильм» сделал тест по фразам известным героев мультфильмов: написали фразы, добавили персонажей и предложили выбрать с помощью стрелочек. А в сторис с ответами добавили вопрос «Угадали?». В конце предложили сравнить результаты с другими участниками с помощью ползунка.
- **Поиск отличий или одинаковых предметов.** Выложите в сторис две похожих фотографии, но с некоторыми различиями и предложите пользователям их найти. Оптимальнее всего попросить ответы в директ, потому что вариантов может быть множество.
- **Поиск предметов.** Если вы играли в «Нэнси Дрю», то, наверное, помните квесты с поиском спрятанных на картинке предметов. Сделайте картинки, замаскируйте в них детали и публикуйте — пусть теперь подписчики их ищут. Ответы собирайте через наклейки «Вопросы» или «Тесты».
- **Поиск букв.** Подписчикам утром предлагают найти буквы, спрятанные в сторис, составить из них слово и под вечерним постом написать его. Кто первый - тот получает скидку, бонус и тд

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИДЕАЛЬНОГО ТЕКСТА

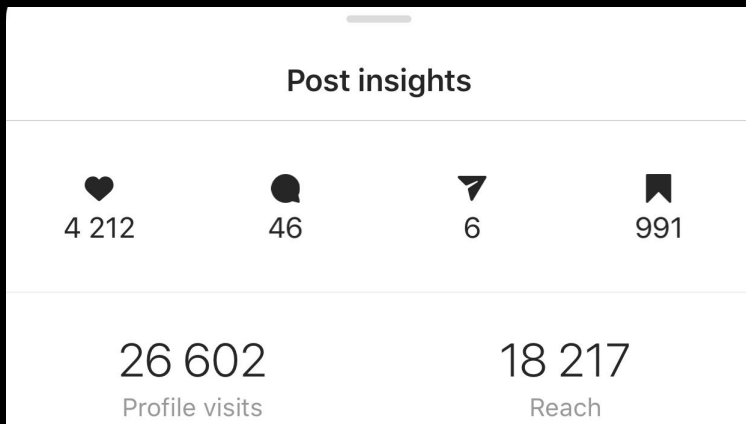
- **Емкий и захватывающий заголовок:** именно он определяет, развернут ли ваш пост, остановят ли на нем свое внимание и будут ли читать дальше
- **СТА:** какое впечатление осталось после прочтения публикации? О чем вы хотели сказать подписчику, на что обратили внимание, подтолкнули ли к диалогу?
- **Четкое разделение по абзацам:** сплошной текст читать и воспринимать очень сложно, но и лишние абзацы не сделают ваш пост приятнее и интереснее, старайтесь разбивать текст на смысловые отрезки там, где это действительно нужно
- **ЕМОJI:** используйте смайлы по необходимости, следите за их сочетанием, если хотите выделить пункты в посте через emoji, воспользуйтесь лаконичными графичными смайлами.
- **Нижняя шапка:** для удобства подписчиков можно сделать нижнюю шапку текста во всех публикациях, только продающих или рекламных, в которой будет написано, как с вами можно связаться, ваш адрес и стоимость пробной тренировки

ТЕКСТЫ: О ЧЕМ ПИСАТЬ?

1. **Любовь, отношения, дружба, уважение.** «5 причин не открывать/открывать бизнес с друзьями», «Мой опыт бизнеса с родственником: все за и против», «Потерял жену и нашел свое дело».
2. **Деньги, богатство, заработок.** «5 новых способов заработка», «Как я поднял миллион»
3. **История Успеха.** Как я (или человек N) добился успеха в таком-то деле
4. **Карьера, саморазвитие, суперсила**
5. **Путешествия.** «Как я переехал жить в Бельгию», «Чем Бельгия отличается от России», «Почему я думаю уехать из Бельгии», «5 дурацких законов Бельгии», «4 ключевых правила бизнеса в Бельгии».
6. **Здоровье, благополучие, похудение, тренировки, марафон.** «Худею за 60 дней», «Чем закончились мои тренировки на массу», «Марафон: жим лежа 100 кг за 100 дней», «Как я сбросил 15 кг и вылечил гастрит», «7 рецептов здорового завтрака, которые вы ещё не пробовали»
7. **Какую книгу/книги вы прочитали последними**
8. **Интервью с экспертами** – списывайтесь с экспертами в тематике вашего блога и просите ответить на вопросы. Два-три вопроса – достаточно, чтобы сделать интересную статью и не утомить эксперта.
9. **FAQ.** Часто задаваемые вопросы (от подписчиков, клиентов бизнеса и тд)
10. **Сравнение вещей.** Дорого/дешево (Рубрика хочу/могу)

ВДОХНОВЕНИЕ: КАКИЕ ТЕМЫ ВСЕГДА ЗАХОДЯТ?

1. ТОП 5/10/20 ЧЕГО-ЛИБО. «ТОП 5 СПОСОБОВ УЛЕТЕТЬ ЗА ГРАНИЦУ ЗА 500Р», «ТОП 10 СПОСОБОВ ПОХУДЕТЬ ЗА НЕДЕЛЮ»
2. ЧЁТКАЯ ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ. «КАК ПОСТРОИТЬ ДОМ ЗА 5 ШАГОВ»
3. ВОСПОМИНАНИЕ И СРАВНЕНИЕ. «Я НА БАЛИ СЕЙЧАС, ГОД НАЗАД И 5 ЛЕТ НАЗАД. ИЗМЕНИЛАСЬ?»
4. РАССКАЖИТЕ О СВОЁМ САМОМ ЖЕСТКОМ ПРОВАЛЕ. «КАК Я ВЛОЖИЛА В БИЗНЕС 1 МИЛЛИОН И ПРОГОРЕЛА»
5. ЗА ЧТО ВЫ БЛАГОДАРНЫ: СЕБЕ, ДРУЗЬЯМ, ВСЕЛЕННОЙ



СТАТИСТИКА ПОСТА ПРО КНИГИ

КАКИЕ ТЕМЫ ЗАХОДЯТ?

ТРЕНДЫ 2020

1. ЮМОР
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
3. ПРИРОДА И ЭКОЛОГИЯ
4. ЭЗОТЕРИКА
5. ПРАВИЛЬНОЕ ПИТАНИЕ
6. ПОХУДЕНИЕ
7. НАУКА
8. РЕМОНТ И ИНТЕРЬЕР
9. СПОРТ И ФИТНЕС
10. СЕМЬЯ
11. РЕЦЕПТЫ И ЕДА
12. ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ
13. ОТНОШЕНИЯ
14. СЕКС
15. МОДА И СТИЛЬ
16. ЛАЙФХАКИ
17. ПСИХОЛОГИЯ

AB.AGENCY

КАКИЕ ТЕМЫ УЖЕ ПОЧТИ НЕ ЗАХОДЯТ?

1. ПУТЕШЕСТВИЯ
2. САМОРАЗВИТИЕ
3. МУЗЫКА
4. БИЗНЕС
5. ОБРАБОТКА ФОТО
6. СММ, РЕКЛАМА, ПИАР
7. КНИГИ
8. МОТИВАЦИЯ
9. ЖИЗНЬ ЗА ГРАНИЦЕЙ

О ТОМ, КАК СОСТАВИТЬ ИДЕАЛЬНЫЙ
ТЕКСТ, МЫ РАССКАЗАЛИ В УРОКЕ
[AB.SCHOOL \(НАЖМИ\)](#)

AB.AGENCY



AB.AGENCY

ПРОДВИЖЕНИЕ

ПРОДВИЖЕНИЕ

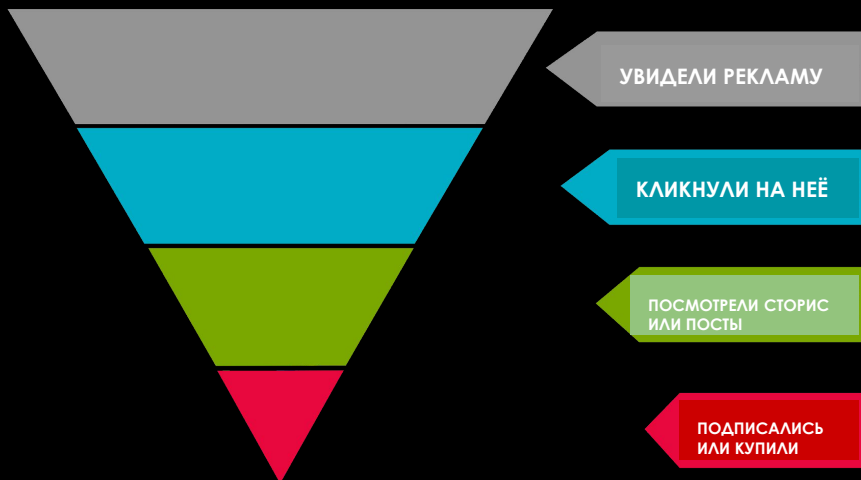
СПОСОБЫ РОСТА УЗНАВАЕМОСТИ

1. **РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ, ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ, В СМИ.**
2. **ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА.**
ПОСМОТРИТЕ НАШ [ВИДЕО УРОК](#), КАК ЛЕГКО НАСТРОИТЬ РЕКЛАМУ
3. **ГИВЫ И МАРАФОНЫ.** УЧАСТВОВАТЬ В ГИВАХ **МОЖНО**. НО ПРОЦЕНТ ПОДПИСЧИКОВ НЕ ДОЛЖЕН ПРИБЫШАТЬ 20-30% ОТ ТОГО, ЧТО ВЫ УЖЕ ИМЕЕТЕ. ПРИМЕР: У ВАС 10000 ПОДПИСЧИКОВ, НЕ ЗАХОДИТЕ В ГИВ, КОТОРЫЙ ОБЕЩАЕТ БОЛЬШЕ 3000 ПОДПИСЧИКОВ ПРИХОДА.

AB.AGENCY

МАЛО ПОДПИСЧИКОВ? ГОНИТЕ ТРАФИК!

ПРИВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ДЛЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА - ЭТО ТА ЖЕ ВОРОНКА ПРОДАЖ. УВЕЛИЧИВАЙТЕ КОЛИЧЕСТВО ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ СОПРИКАСАЮТСЯ С ВАШИМ БРЕНДОМ, ЧТОБЫ УВЕЛИЧИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ, КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ И ПРОДАЖИ.



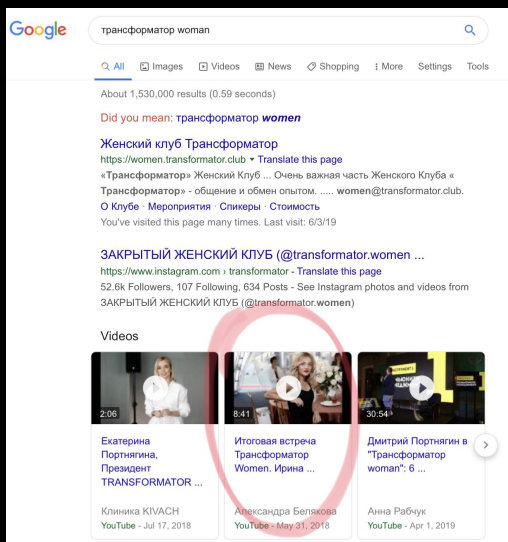
AB.AGENCY

ПРОДВИЖЕНИЕ

ОРГАНИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ РОСТА УЗНАВАЕМОСТИ

Не все так плохо! Помимо INSTAGRAM
есть ещё масса способов получить
охваты и узнаваемость!

ВЫДАЧА В GOOGLE ПО ПОИСКОВЫМ ЗАПРОСАМ



Мое видео
YouTube в топ
запросе по теме.

Ведите **YouTube**
на свою
экспертную
тему, чтобы
быть первым в
поисковике

AB.AGENCY

ЕЩЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- **ХЭШТЕГИ:** используйте низко- и средне-частотные теги, теги по геопозиции, узко-направленные теги для навигации по аккаунту.
- **ТЕГИ В СТОРИС:** хэштеги отлично работают не только в публикациях, но и в сторис! А еще вы можете их спрятать и сделать незаметными, а эффект от этого не изменится.
- **КОММЕНТАРИИ У КРУПНЫХ БЛОГЕРОВ:** не масс-комментинг, общайтесь в комментариях у крупных блогеров, выходите на контакт, проявляйте инициативу, продолжайте диалог других пользователей, привлечите к себе внимание
- **ГЕОЛОКАЦИИ:** экспериментируйте! Пробуйте использовать точечные гео-локации определенных мест (вместо Moscow, Russia попробуйте отметить популярный ресторан и локацию, которая подходит по смыслу к публикации)
- **SFS:** участие в SFS у блогеров, вписываться во все активности и челленджи с репостами к блогерам
- **Обмен аудиторией у блогеров:** выбирайте аккаунты со схожим количеством подписчиков, главное сделать коллаборацию не в один день, а с разницей в 3-5 дней

AB.AGENCY

100 ИДЕЙ КОНТЕНТА

1. Приветственный пост. Примерно каждые 5000 подписчиков
2. Список. Книг, увлечений, сериалов. Чего угодно!
3. Обучающий пост по вашей экспертной теме
4. Предсказание. Видите зарождающийся тренд? Напишите об этом
5. Пост-цитата. Влиятельного лидера или из книги.
6. Обзор
7. Полезные приложения, которые используете
8. Проблема/Решение
9. Как прошел день/отдых/месяц по шагам
10. Секретные факты о вас
11. 10 фактов, 2 из которых ложь. Надо угадать
12. Что вы едите. Это всегда интересно!
13. Челлендж. Бросьте его себе и вовлекайте аудиторию
14. Планы. На месяц, год, день, жизнь
15. Итоги. Года, месяца, года
16. Разрушите распространённый миф в вашей нише
17. Ваши мечты списком
18. Поделитесь лайфхаком
19. Поделитесь традицией
20. Поделитесь опытом обучения, которое прошли
21. Поделитесь любимыми блогерами, которых читаете
22. Устройте конкурс и пообещайте желанный приз
23. Вернитесь в прошлое или покажите себя 5/10/20 лет назад.
24. Помощь зала. Задайте вопрос читателям
25. Расскажите о ваших неудачах и провалах
26. Переплатите самый удачный пост год назад
27. Напишите письмо себе на 10 лет младше. Какие советы вы бы дали?
28. Устройте распродажу
29. Пригласите гостя и возьмите у него мини интервью. Плюс - обмен!
30. Поделитесь вашей утренней рутинной
31. Поделитесь списком великих людей, кто вас вдохновляет
32. Поделитесь местами вашей мечты (путешествия)
33. Поделитесь рецептом
34. Устройте LikeTime
35. Устройте марафон. Например, на тему здоровья. Это закроет сразу 7 постов на неделю
36. Расскажите внутреннюю кухню вашего дела или бизнеса
37. Разыграйте подарок из путешествия
38. Снимите челлендж как из TikTok
39. Расскажите про методику, которая вам сильно помогла.
40. Посчитайте бюджет путешествия

100 ИДЕЙ КОНТЕНТА

41. Посчитайте бюджет продуктовой корзины
42. Расскажите историю вашего похудения
43. Расскажите историю вашего набора вес
44. Расскажите, как вы пришли в дело, которым занимаетесь
45. Расскажите, что бы вы делали, если бы не надо было работать
46. Сделайте фото с людьми, которые вас вдохновляют и расскажите о них
47. Расскажите о новом опыте или новом увлечении
48. Публично загадайте желание и попросите подписчиков сделать то же
49. Составьте фотоподборку и попросите выбрать лучшее фото
50. Опубликуйте анонс. Видео/ Встречи/ Статьи/ Мероприятия
51. Пост на День Рождения! Соберите поздравления
52. Поздравьте подписчиков с праздником и тоже получите поздравления
53. Расскажите о вашей победе и соберите поздравления
54. Расскажите о странном обычае страны, куда путешествуете
55. Расскажите о самой странной еде, которую пробовали
56. Расскажите свою историю. Сделайте это в серии постов под тегом.
57. Поделитесь инсайтами
58. Посоветуйте отель/ресторан/блюдо/страну/продукт
59. Спросите подписчиков, во сколько кто проснулся?
60. Спросите подписчиков, у кого сколько времени?
61. Спросите подписчиков об их любимой книге и потом опубликует результат
62. Проведите эксперимент и поделитесь результатом
63. Снимите видео «Один мой день»
64. Пожелайте что-нибудь подписчиками дайте наставление
65. Напишите аффирмацию или фразу дня
66. Составьте список TO DO в путешествии или в вашем городе
67. Представьте свой идеальный день через 10 лет
68. Соберите отзывы. О вас, о вашем блоге или продукте
69. Напишите пост благодарности
70. Возьмите контент на другом языке и переведите его на русский
71. Устройте битву луков. Сделайте несколько фото в разной одежде
72. Сделайте пост «10 ошибок ...»
73. Сделайте пост или серию «Что происходит сейчас в моей жизни»
74. Поделитесь подборкой любимых YouTube видео
75. Спросите аудиторию, как они нашли вас. И продолжайте лить трафик оттуда
76. Устройте Вопрос/ Ответ. Отвечайте на все в комментариях
77. Поделитесь мировой новостью и напишите вообще мнение о ней
78. Составьте полезную инфографику и поделитесь ей с подписчиками
79. Составьте календарь важных инфоповодов вашей отрасли, чтобы его сохраняли
80. Расскажите о вашей странной особенности

100 ИДЕЙ КОНТЕНТА

81. Сделайте отчёт с прошедшего мероприятия
82. Поделитесь шуткой, мемом, забавной ситуацией
83. Рутинка перед сном
84. Лучшие привычки в течение дня
85. Список, как устроить себе отдых
86. Если бы у вас был 1000000 долларов, что бы вы сделали.
87. Вещи, которые вам не нравятся в себе
88. Вещи, которые вам больше всего нравятся в себе
89. Ваше отношение к.... астрологии, политике, моде и тд
90. Задания от подписчиков. Они задают, вы выполняете
91. Отношения, ваша история
92. Отношения, ваши лайфхаки
93. Дети, ваши лайфхаки или ваше отношение. Хотите ли/ Хотели ли, когда появились?
94. Список вещей, которые вы никогда не сделаете
95. Поделитесь большим секретом
96. Приз самому активному комментатору месяца
97. Что в моей сумке/чемодане/на моем столе?
98. Ваши главные жизненные уроки
99. Ваша карта желаний
100. Просто бессмысленное красивое селфи :)

И НЕМНОГО СОВЕТОВ НАПОСЛЕДОК!

1. **ЗНАЙТЕ КОНКУРЕНТОВ.** Выпишите всех игроков рынка с похожей темой, ЦА и ценностями и
2. **ВИЗУАЛ И КОНТЕНТ РУЛЯТ.** Часами сидите на Pinterest и развивайте насмотренность! Это ключ к новым идеям и крутому контенту.
3. **ГОНИТЕ ТРАФИК, НЕ ЖДИТЕ ВОЛШЕБСТВА.** В Инстаграм все плохо с органическими показами. Создайте хотя бы сильный пост, с которого аудитория будет подписываться на вас и поставьте его на продвижение. Это уже первый шаг!
4. **ВОВЛЕКАЙТЕ ТРАФИК.** Общайтесь с подписчиками, устраивайте конкурсы, вовлекайте их, заинтересовывайте, держите интригу. Мало, чтобы на вас подписались, важно, чтобы с вами оставались.

AB.AGENCY

РЕЗЮМИРУЕМ

1. УПАКУЙ ВНУТРЕННИЙ СМЫСЛ И ПОСЫЛ
ВАШЕГО ЛИЧНОГО БРЕНДА
2. ОПРЕДЕЛИТЕ ПЛАТФОРМУ
3. ПОЙМАЙТЕ СВОЮ СТИЛИСТИКУ
4. НАЧНИТЕ СОЗДАВАТЬ КРУТОЙ КОНТЕНТ
5. ГОНИТЕ ТРАФИК
6. ВОВЛЕКАЙТЕ ТРАФИК!
7. МОНЕТИЗИРУЙТЕ

ПОДРОБНЕЕ МЫ РАЗБИРАЕМ ВСЕ ЭТАПЫ УПАКОВКИ
И ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА НА КУРСЕ

[AB.BRAND](#)

AB.AGENCY

@aleksandra_b



АКТИВНЫЕ ССЫЛКИ:

[КУРС ПО ЛИЧНОМУ БРЕНДУ](#)

[AB.SCHOOL. ПЛАТФОРМА КОРОТКИХ
УРОКОВ И ТОЧЕЧНЫХ ЗНАНИЙ](#)

[SMM АГЕНТСТВО](#)