

Уманська районна центральна бібліотека

Реклама та імідж

**Як створити із себе
бренд**

DM
A
K

Так уже склалося, що більшість людей сприймає бібліотекарів як тихих, непомітних працівників. Здавня існують навіть прізвиська: «синя панчоха», «миша бібліотечна». Нас не вчили мистецтву самопрезентації, самопозиціонування, реклами своїх кращих професійних якостей. Якщо ми хочемо бути затребуваними бібліотекарями сьогодні - треба самостійно оволодівати рекламно-іміджієвими і самобрендинговими технологіями. Відсутність гарного іміджу, реклами бібліотеки та її діяльність в сучасному житті відіграє негативну роль, перешкоджає активному просуванню бібліотеки і її послуг в місцеве співтовариство.

У професійному світі кожна людина сама по собі є активом. Вона має свою власну ідентичність, яка відокремлена від бізнесу, і чим популярніше індивід, тим вище коштують його послуги. Таким чином, брендування самого себе дозволить вам стати відомим серед ваших ділових кіл і допоможе отримати визнання.

Основні і прості методи самобрендингу наведені нижче.

- Написання статей є дуже популярним і простим способом самобрендування. Ви не зобов'язані бути письменником, але ви можете обмінюватися знаннями зі своєї області роботи, щоб допомогти людям або надихнути їх за допомогою власних постів.

- Власний блог є ще одним популярним способом самобрендування. Створіть особистий блог і діліться в ньому своїми думками, думками та знаннями.

- Будьте публічно активними. Це є важливим чинником, якщо ви хочете стати популярним. Щоб презентувати себе, ви повинні відкрито говорити і обмінюватися думками з іншими людьми.

- Використання соціальних мереж допомагає створювати ширшу платформу для власного бренду і дає вам можливість зустрітися з великою кількістю людей.

Обмеження

Щоразу, коли ви займаєтеся самопрезентацією, намагайтеся не бути пихатим і нав'язливим, уникайте перебільшень. Хвалити повинні вас, а не ви. Ви повинні повільно і впевнено просувати себе, тому що зайва напористість і агресивність може виглядати егоїстично і працювати проти вас. Існує тонка грань між просуванням себе і хвастощами, і ви повинні її чітко розуміти.

Тепер давайте розглянемо методи самобрендування більш докладно.

БРЕНДИНГ ОФЛАЙН

Навчіться спочатку презентувати себе в реальному світі. У цьому вам допоможуть:

- *Впевненість в собі.* Ви повинні володіти впевненістю в собі і ніколи не соромитися розповідати про рід вашої діяльності. Будьте впевнені, висловлюйте свої ідеї та діліться своєю думкою в громадських місцях. Впевненість в собі зіграє вам на руку.

- *Комунікативні навички.* Ви повинні мати гарні навички спілкування і знати, як побудувати гарні

відносини з людьми. Навчіться красиво говорити, добре виглядати і сяяти, як бренд серед інших.

- *Дипломатичні навички.* Ви повинні знати, як поводитися під час обговорення спірних і складних питань, і бути впевненим, висловлюючи свою власну думку. Намагайтеся уникати суперечок.

- *Доброзичливий характер.* Будьте доброзичливими при спілкуванні з людьми. Ви повинні справити враження на людей навколо вас так, щоб вас помітили і полюбили.

Будьте хорошим слухачем і хорошим оратором. Не соромтеся пропонувати свої візитні картки і просити картки інших людей. Тим не менш, переконайтеся, що ви робите все природно.

РОБОТА ОНЛАЙН

В наші дні соціальних мережі відіграють важливу роль при створенні власного бренду. Це один з кращих способів залишатися на зв'язку з вашими користувачами і зустріти більше людей з такими ж інтересами, як у вас. Будьте активні на таких сайтах і підтримуйте відповідний профіль, щоб вам вдалося створити хороший бренд.

Намагайтеся всюди використовувати одне і те ж ім'я. Це допоможе іншим людям легше вас знайти. Вкажіть свої інтереси, навички та положення, а також посилання на ваш сайт. Соціальні мережі ідеально підходять для того, щоб знайти нові корисні контакти і зробити так, щоб вас помітили.

Підтримуйте свій сайт

Перший спосіб, який допоможе людям дізнатися про вас і вашої роботи - це наявність сайту. Вас будуть оцінювати через якість робіт в портфоліо і вашому профілю. Тому у вас повинен бути презентабельний сайт, який потрібно постійно оновлювати. Переконайтеся, що ви приділили увагу всім аспектам на вашому сайті. Обов'язково додайте розділ про ваші останні роботи і проекти, про те, які послуги ви надаєте, і яких результатів ви досягли.

Управління блогом

Блог є важливим засобом для створення вашого бренду. Це один з найпопулярніших методів, використовуваних людьми в професійному світі, щоб заявити про себе. Блоги прості в налаштуванні. Існує безліч безкоштовних блогів, серед яких, мабуть, найпопулярнішим є WordPress.com. Існують також і інші безкоштовні платформи для введення блогів, наприклад Blogger.com і Tumblr.com.

Однак просто вести блог недостатньо. Важливо, щоб читачі також брали участь в житті блогу і пропонували свої ідеї. Це допоможе залучити більше відвідувачів на ваш блог. Пропонуйте тему для розмови читачам і підтримуйте професійний стиль, щоб користувачі сайту розуміли його серйозність і актуальність.

Написання статей

Окрім блогів, ще одним важливим способом викликати інтерес до вашого сайту є написання статей.

Це ефективний спосіб заявити про себе, і хоча ви не обов'язково повинні бути хорошим письменником, ви завжди можете поділитися своїми ідеями та знаннями з аудиторією. Почніть писати статті і публікувати їх в Інтернеті в автономному режимі, щоб люди дізналися про вас більше. Підберіть відповідні теми, в яких ви процвітаєте і публікуйте записи на ці теми. Це призведе до перспектив участі в різних проектах.

Брендинг в бібліотеці

Найважливіший напрямок іміджевої реклами та PR бібліотечно-інформаційних установ - формування бренду, брендинг.

Бренд (бренд) - популярний товарний знак, який здобув популярність на ринку і завоював довіру покупця (користувача), що складається з графічної та текстової (словесної, вироблений) частини, як правило, збігається з назвою фірми.

Брендинг в бібліотеці включає:

- проектування та моделювання бажаного бренду в певній сфері бібліотечно-інформаційної діяльності;
- визначення засобів управління брендом, включаючи виробництво джерел бібліографічної інформації, реклами, PR;
- формування фірмового стилю, іміджу бібліотеки;
- систематичні заходи з формування бренду (рекламні кампанії, використання фірмових знаків, логотипів та ін.);
- підбиття підсумків різних етапів брендингу, вивчення успішності рекламних кампаній;

- безупинну підтримку бренду бібліотеки на інформаційному ринку.

Погані суспільні зв'язки не лише ускладнюють і зводять на «ні» роботу з просування продукції і послуг, але і завдають серйозної шкоди іміджу бібліотеки. Слід побоюватися не тільки неохайного зовнішнього вигляду бібліотеки, поганої інформації, погано складених рекламних матеріалів, але і грубого, безцеремонного поводження працівників, їх професійної некомпетентності.

Важливим є вміння керівника створити в колективі хороший соціально-психологічний клімат. Як показує досвід, навіть брак фінансів можуть часто компенсувати творчість та ініціатива працівників.

10 НАЙКРАЩИХ КНИГ З МАРКЕТИНГУ, БРЕНДИНГУ, КОПРАЙТИНГУ, РЕКЛАМИ ТА PR.



**Розкажіть про мене!
Випробувані прийоми
залучення нових клієнтів**
Автор: Кейтс Білл

Що робити якщо у вас немає грошей на рекламу? Автор книги Кейтс Білл стверджує, що вихід є і він лежить перед самим носом. Ваш варіант рекламної кампанії - це рекомендації. Адже рекомендація друзів і знайомих - найкраща і найефективніша реклама.

Так ось, таке сарафанне радіо може не тільки розкрутити вашу компанію і створити величезну лояльну групу. Продажі пропонованого вами товару злетять до небес! Особливо такий метод застосуємо на пострадянських просторах, де рекомендацією кума, брата, свата дорожать більше, ніж рекомендацією фахівця.

Після прочитання ви навчитеся не тільки грамотно поширювати інформацію про вашу компанію, але і дізнаєтеся - чому так важливо залишатися в прекрасних взаєминах з усіма клієнтами і що дуже значно, як будувати ці хороші взаємини.



Чари з розрахунку. алгебра реклами

Автор: Хетч Стів, Тейлор Джим

Приблизно половина книги присвячена історії реклами від витоків до наших днів. На прикладах відомих брендів розбираються інструменти реклами. Безліч нових ідей і структурований матеріал створив відмінний симбіоз історії, реклами та захоплюючого роману. Безліч таблиць, схем, діаграм і матриць дають можливість час від часу повертатися до прочитаного матеріалу, щоб нагадати ключові моменти без необхідності перечитувати заново.

У книзі описується хід думок творчої людини, рекламиста. Вона незамінна як якийсь довідник ідей і інструментів реклами.



PR високого польоту. Як зробити з топ-менеджера зірку

Автор: Гуляєва Тетяна, Алексєєва Інна

Книга була видана у 2008 році. Вона створена спеціально для новачків у сфері PR, хоча цікаві думки тут знайдуть і ті, хто давно працює з піаром. Проста і жива мова дозволяє

легко засвоїти всю інформацію та вникнути в пропонувані інструменти роботи, функції яких, до речі, розібрані бездоганно.



Огілві про рекламу

Автор: Огілві Девід

Девід Огілві - геній копірайтингу, який створив переворот у світі реклами, він включений в список French Magazine за вагомий вклад в Індустріальну Революцію.

Складно знайти рекламіста, маркетолога, копірайтера і навіть дизайнера, який би не чув про нього. І ось, думки цього генія, представлені перед вами на 232 двох сторінках. Скарб!

Після прочитання ви зрозумієте і навчитесь робити по-справжньому ефективну рекламу, яка буде чіпляти будь-якого, хто її побачить. Практичні поради, рекомендації та приклади, інструменти впливу на споживача та відсутність води. Книга настільки гарна, що у вас може виникнути бажання, поставити її в рамку. Ось яка книга Огілві.



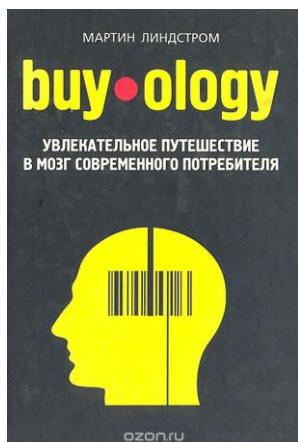
Здоровому глузду всупереч. Парадоксальні рішення в рекламі, бізнесі і житті

Автор: Іванов Олексій Миколайович

Іванова Олексія Миколайовича називають "російським Огілві". Автор

пише жваво й цікаво, що робить книгу легкою та навіть художньою. Сподобається всім, хто хоч скільки-то пов'язаний з рекламою. Багато прикладів і цікавих історій роблять книгу смачною. Іванов, у першу чергу, просуває в рекламі креативність зображення, адже текст ніхто не читає, а картинка повинна зачепитися і відкластися.

Книга - спроба аналізу хороших і поганих реклам, і вельми вдала. Книга відповідає на запитання: чому реклама на пострадянських просторах "не чіпляє", на відміну від зарубіжної, і як зробити хорошу, креативну рекламу.



Buyology: Захоплююча подорож в мозок сучасного споживача *Автор: Линдстром Мартін*

Яка основна задача бренд-менеджера? Звичайно ж гарненько покопатися в голові споживача і змусити його купити. Але не просто бездумно взяти з полиці, а так, щоб наступного разу він прийшов знову саме за цим товаром, цього бренду і бажано всіх друзів із собою привів. Так що ж твориться в голові сучасного покупця? Як змусити витратити його кровно зароблені гроші так, щоб він ще й спасибі сказав?

На ці питання є маса відповідей, які ви зможете знайти саме в цій книзі. Це тонка психологія поведінки споживачів.

Цікаво буде прочитати її не тільки бренд-менеджерам і маркетологам (з професійною метою), а й усім, хто не хоче більше попадатися на прийоми хороших фахівців, тим самим самостійно керувати собою і своєю свідомістю.



Принцип піраміди Мінто. Золоті правила мислення, ділового листа та усних виступів

Автор: Мінто Барбара

Багато хто з нас, якщо не більшість, перед виходом з промовою на публіку дуже хвилюються і переживає. Відповідно їм потрібна мотивація. А яка мотивація може бути краще, ніж натхнення, отримане від хорошої і, головне, правдивої книги?

Книга навчить не тільки ясно і красиво викладатися, робити презентації, вона більше покликана на допомогу тим, хто хоче мати ясну голову і ясні думки. Кількість практичних прийомів, які пропонує використовувати в своїй роботі автор незліченна кількість. До того ж більшість з них легко можна застосовувати в щоденній практиці на роботі, хоча і для застосування деяких доведеться непогано постаратися.

"Принцип піраміди Мінто" - добротне і корисне керівництво, яке навчить вас бути кращим з кращих.



Продаючи незримо. Керівництво з сучасного маркетингу послуг *Автор: Беквіт Гаррі*

Цінність книги полягає в тому, що буквально в кожному рядку ви знайдете цінну пораду, яка допоможе вам організувати бізнес і обійти конкурентів. До того ж, всі поради та зауваження з тексту, ви

легко застосуєте на своїй компанії, відфільтруєте свої ідеї та думки, щоб не допустити помилок.

Хочеться відзначити також легкий стиль написання і чудовий переклад, що дає можливість відчувати на дотик 100% викладеної інформації. Не дивуйтеся, якщо через кілька прочитаних сторінок, у вас виникне бажання робити нотатки на полях і записувати свої ідеї. Це відбувається з кожним.

Книга Беквита займає почесне (якщо не перше) місце в бібліотеці будь-якого маркетолога і бізнесмена.



Маркетинг від споживача *Автор: Бест Роджер*

Коли береш в руки книгу і починаєш читати, відзначаєш наскільки автор розбирається в тому, що пише. Запропоновану теорію ви з легкістю застосуєте на практиці, слухні і розумні поради

допоможуть вам вирішити багато важких завдань, які стають перед маркетологом.



Настільна книга копірайтера. Правила і прийоми написання професійних продають текстів *Автор: Сlobодянюк Еліна*

Прекрасний посібник для початківців копірайтерів. Написано цікавим і живою мовою, без великої кількості незрозумілих термінів. Розглядаються такі напрямки роботи копірайтера: слогани, правила написання текстів, формати та види текстів, прес-релізи, застереження від помилок.

Безсумнівним плюсом книги є повна відсутність води і присутність дотепних додатків в кінці книги, які є прикладами робіт автора або інших копірайтерів, з яких можна почерпнути натхнення.

Враження від книги має дві сторони і обидві вони позитивні. "Настільна книга копірайтера" - одна з кращих у своєму жанрі.

м. Умань, вул. Залізняка, 2а
Тел.: (04744) 38539, 32580, 32686
<http://umanska.jimdo.com/>
e-mail: umanrcb@yandex.ua