

ЛИЧНЫЙ БРЕНД КАНДИДАТА

Ирина Наконечная: технолог, эксперт по коммуникациям, владелец
коммуникационного агентства NakonechnaUA, основатель сайта BrandStory

ЛИЧНЫЙ БРЕНД

- ЭТО МНЕНИЕ, КОТОРОЕ СКЛАДЫВАЕТСЯ О ВАС В ОБЩЕСТВЕ
- ЭТО ОБРАЗ, КАКИМ ВАС ВИДИТ ИЗБИРАТЕЛЬ
- ЭТО, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ВАШЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Определитесь какой бренд вы создаете?

Бренд (Личность) можно любить или ненавидеть!

В Украине нет идеологических партий

Голосуют за ЛИЧНОСТЬ

- **Определитесь КТО ВЫ?**
- **ЛИДЕР** – берет на себя ответственность, не оглядываясь идет вперед, рассчитывает только на себя
- **КОМАНДИР** – создает команду, отвечает за команду, идет вместе с командой

**ИЗ КАКИХ ОСНОВНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ФОРМИРУЕТСЯ ЛИЧНЫЙ
БРЕНД КАНДИДАТА:**

РЕПУТАЦИЯ КАНДИДАТА

ОБРАЗ КАНДИДАТА

ОКРУЖЕНИЕ / ЛОМЫ (ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ)

Репутация кандидата – что это и как ее выстроить?

- Это ваше позиционирование, которое с одной стороны вы выстраиваете, а с другой – это тот как вас воспринимают

Определите 3 особенности, благодаря которым вы сможете отстроиться от конкурентов!

Упрощаем,

- Это то что о вас говорят, пишут , как вас видят и **что о вас думают на основе прошлых действий и на основе сегодняшних поступков**
- Люди изначально вешают маркеры – нам так проще

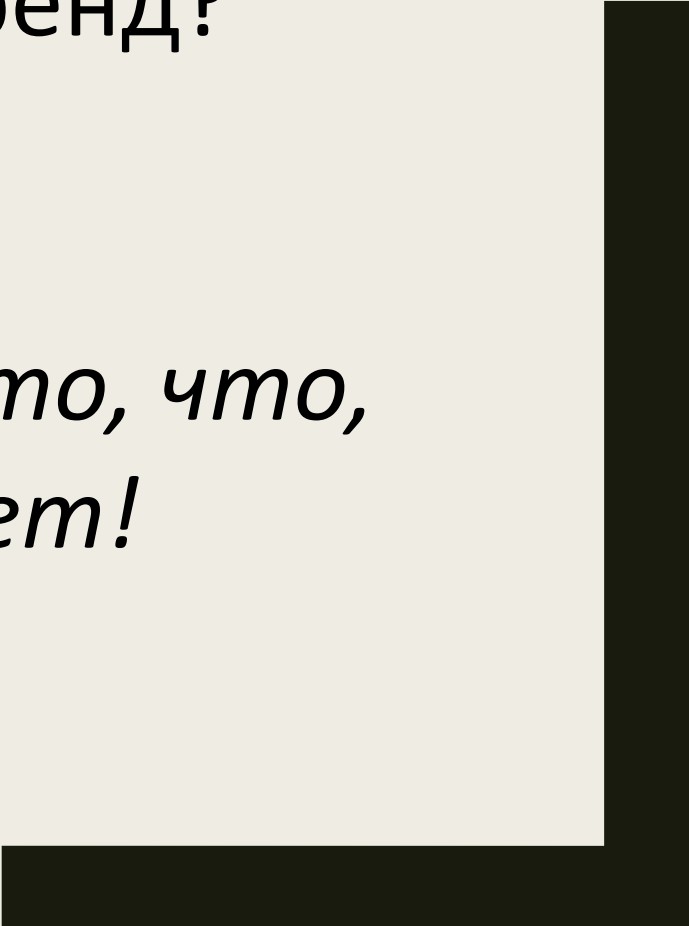
Важно быть прогнозируемым

- Каждый политик обладаем своими маркерами – как они выглядят, что говорят, кого поддерживают и кто их поддерживает, какие вопросы или проблемы поднимают = **это все позволят их идентифицировать и понять - это мой кандидат или нет**
- Во-вторых, выделить среди других кандидатов или политиков
- В-третьих, они становятся понятными и прогнозируемыми для избирателя, а это дает ощущение стабильности, которое так любят и хотят все люди



Как должен вести себя бренд?

*Он просто должен делать то, что,
по его словам, он делает!*



Образ кандидата

- Вам нужно определить, как образ вы несете.
- На протяжении всей избирательной кампании у вас - одинаковый внешний вид (не одежда), прическа, манеры, жесты и одна основная фотография (портрет)
- *Все мы понимаем, что образ кандидата выстраивается на основе ожиданий избирателей, Но старайтесь строить максимально комфортный и гармоничный образ и для вас в том числе*

***Ваш образ кандидата должен
соответствовать вашим ценностям***

***иначе избиратель будет чувствовать, что вы
его обманываете (подсознательно
воспринимать это как ложь)***

Бренд = Доверие

- Выстроить доверительные отношения с вашими потенциальными избирателями, получить их лояльность – именно для этого вы строите бренд.
- Бренд это НЕ только и НЕ столько узнаваемость - узнаваемость можно сделать быстро, - Бренд - это выстроить определенные «взаимоотношения»

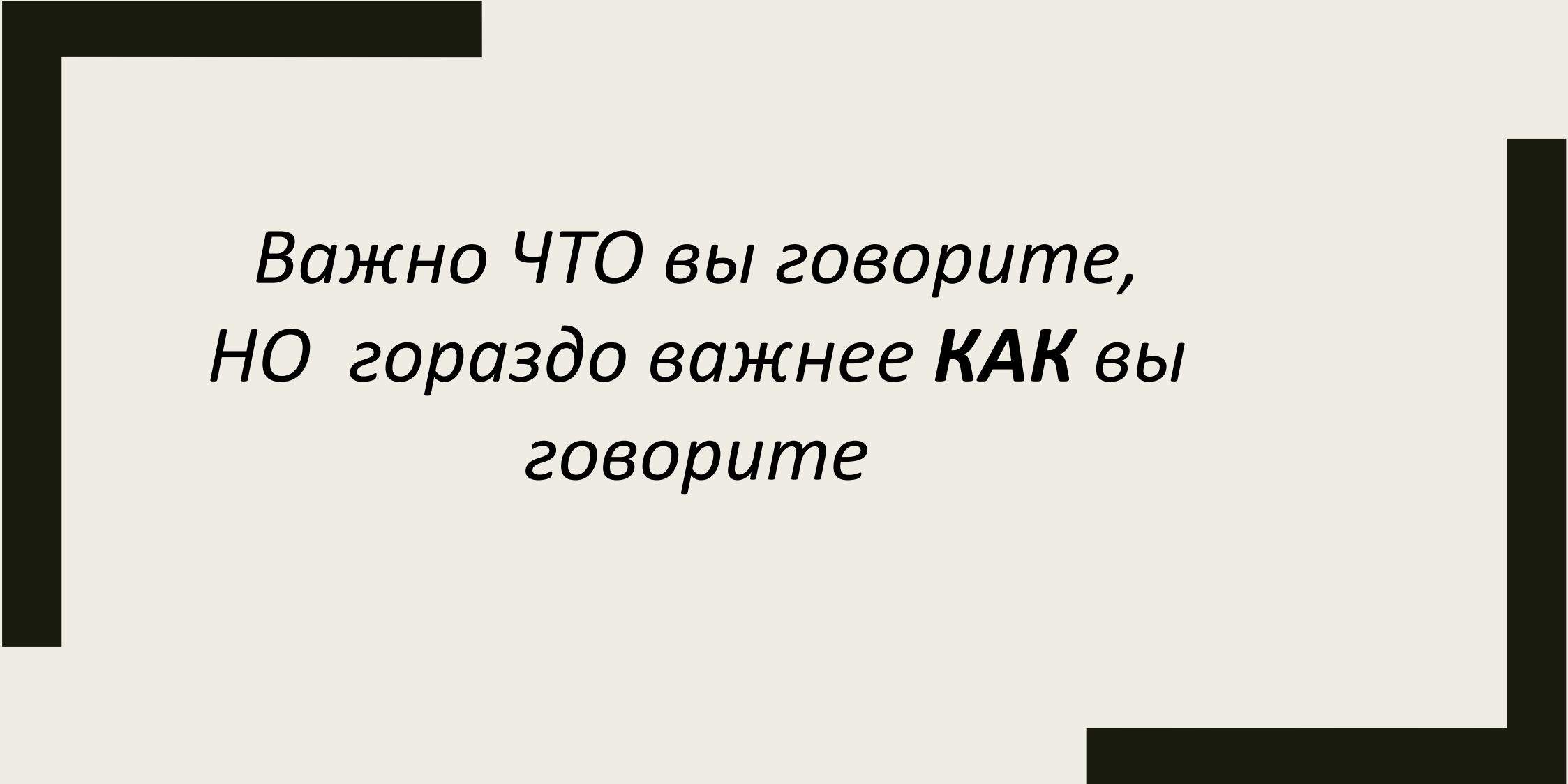
Именно «взаимные отношения» с вашими избирателями !

- Почему мы говорим о взаимных отношениях:
- Схема = вы обещаете улучшить жизнь человеку (сделать ее проще, ярче, комфортнее, легче и что-то там еще) тем самым хотите получить внимание + поддержку.

Доверие – это и есть голос вашего избирателя

О чем говорим:

- Выделите 6-10 основных тезисов про которые вы будете говорить – разберитесь в них (изучите)
- Ваши посылы должны быть понятны и четко сформулированы
- В целом учитесь чётко и лаконично формулировать своим мысли
- И не говорите только о проблемах, всегда предлагайте несколько путей решение – как вы видите, заручитесь поддержкой экспертов



*Важно ЧТО вы говорите,
НО гораздо важнее **КАК** вы
говорите*

Как говорим - эмоциональный окрас

- Когда вы доносите свою мысль на встречах, где присутствует больше 20-25 человек, или выступаете на ТВ – вы должны общаться и доносить свою мысль максимально просто как детям
- Что важно понимать: **Та мысль, которую вы хотите донести - тот как вы ее формулируете (озвучиваете) - тот как люди слышат и воспринимают сказанное вами и - то как у них это «ложится» в их головы = это совершенно 4-ре разные «вселенные»**
- Именно поэтому важна ясность мысли, простота
- **Плюс эмоциональный окрас!**

Эмоции и состояние в котором вы говорите - это 80% успеха услышат вас или нет, воспримут то, что вы сказали или нет и важно **КАК** воспримут

Окружение

*Скажите, кто ваши друзья и я
скажу кто вы*

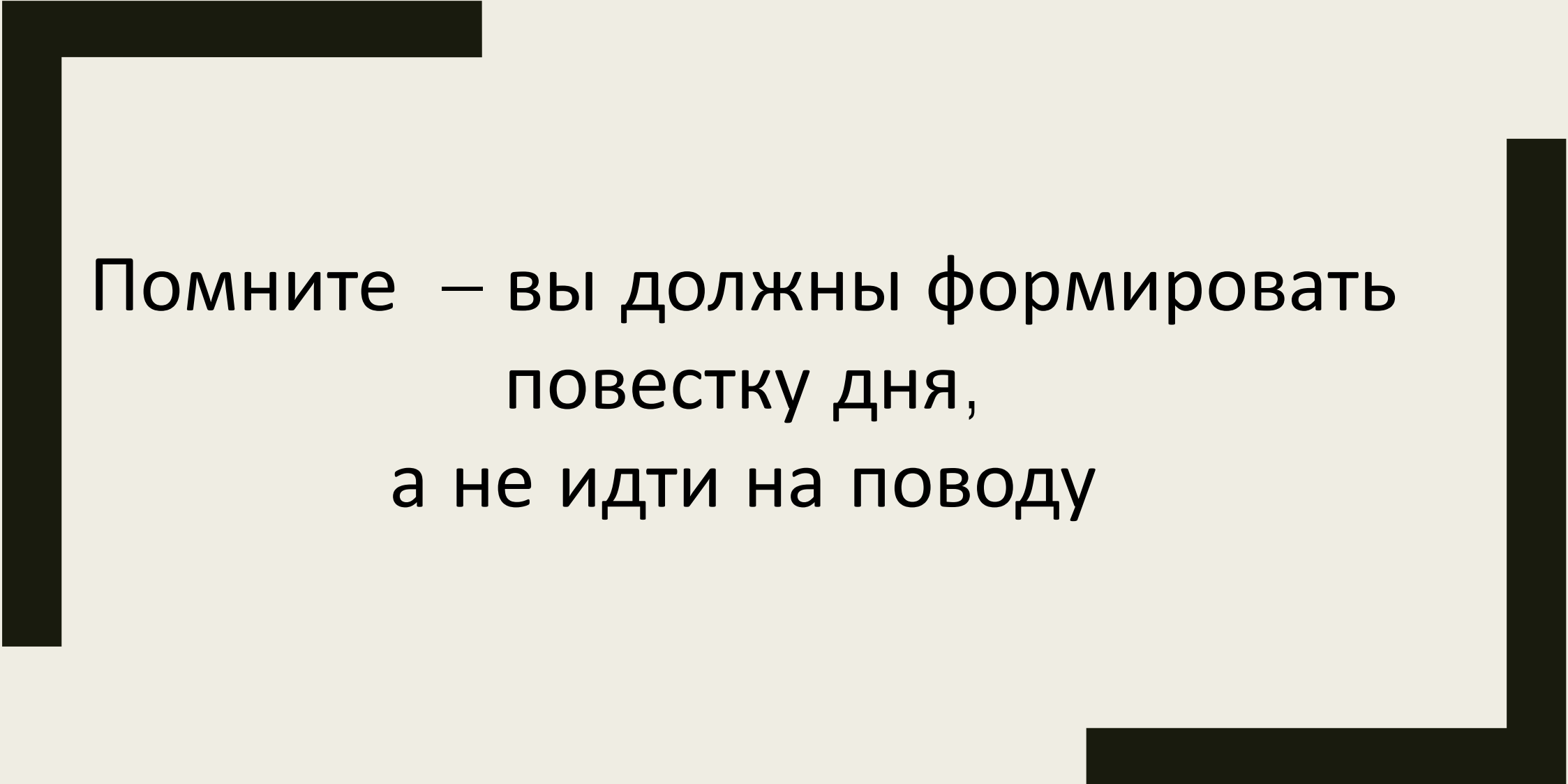
Почему важны так называемые ЛОМы ? И почему за них все «борются»?

- Это могут быть эксперты, политики, местные политики, – главное, чтобы это были люди, которые уже пользуются доверием у определенного числа ваших
- Они дают дополнительный уровень доверия
- Они помогают вам идентифицировать среди всех остальных
 - ***Помним! Образ и репутация ЛОМа = ВАШ образ и ВАША репутация***

*Важно СООТВЕТСТВОВАТЬ
ОЖИДАНИЯМ избирателей!
Но при этом не врать им, а
примерять гармоничный образ*

Итак, первые шаги...

- Определяете цели
- Определяете ЦА (нельзя быть хорошим для всех)
- Формируете образ (с учетом позиционирования, потребностей избирателей и ваших личных ценностей). Образ четкий, внятный и понятный
- Становитесь экспертом в этой теме /области
- Повышаете узнаваемость

A decorative frame consisting of thick black lines forming an L-shape. One vertical line is on the left side, and one horizontal line is at the top, meeting at the top-left corner. Another vertical line is on the right side, and another horizontal line is at the bottom, meeting at the bottom-right corner.

Помните – вы должны формировать
повестку дня,
а не идти на поводу

Нас останавливает только одно:

*Мы боимся поражений и
быть отвергнутыми*