

КРИПТОВАЛЮТА И СЕТЕВОЙ БИЗНЕС



КАК ЗАРАБОТАТЬ ПЕРВЫЙ МИЛЛИОН

Руслан Захаркин

СОДЕРЖИТ
НЕЦЕНЗУРНУЮ
БРАНЬ

18+

Руслан Захаркин

**Криптовалюта и сетевой бизнес:
как заработать первый миллион**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Захаркин Р. И.

Криптовалюта и сетевой бизнес: как заработать первый миллион /
Р. И. Захаркин — «ЛитРес: Самиздат», 2020

ISBN 978-5-532-03778-6

Всем доброго дня. Я никогда не верил в лёгкие деньги – это утопия, которую «заливают» в уши адепты сетевого маркетинга своим новичкам в надежде «срубить» хорошую партнёрку, а потом благополучно забывают о своём партнёре. В 21 веке «сетевуха» распространилась и на сферу блокчейн. Эта книга – хороший удар и некая встряска всем криптовалютам и крипто-сетевым проектам. Я расскажу о реальном криптобизнесе и о том, как можно повысить свои шансы на заработок в сети и как минимизировать свои риски при работе в самых разных крипто-сетевых проектах. Только правда – «лапши не держу». Ваш старт начинается здесь и сейчас. Содержит нецензурную брань.

ISBN 978-5-532-03778-6

© Захаркин Р. И., 2020
© ЛитРес: Самиздат, 2020

Содержание

Введение или давайте уже начнём	5
Глава 1. Осознание себя в сетевом бизнесе	7
Глава 2. Прокачка личного бренда – основа маркетинга 21 века	10
Глава 3. Заведите себе все соцсети и будьте живыми в медиа-пространстве	22
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Введение или давайте уже начнём

Ночь, улица, фонарь, мелкая слякоть и противный ветер – ускоряюсь и иду домой, попутно принимая решение не мёрзнуть в подворотне и вырасти до уровня самодостаточного человека с помощью постиндустриальной сферы общества с её возможностями и рисками.

Проходит пару лет и кое-кому это удалось. Не знаю как, но удалось.

Этот «кое-кто» – автор книги, которую Вы держите в руках или на своём электронном носителе. Приколы кончились – начинается правда крипто-сетевой индустрии со всеми её сторонами: деньгами и разочарованиями, успехом и неудачами, радостью и слезами, профитом и опытом.

Приветствую Вас!

Давайте сразу познакомимся – меня зовут Руслан Захаркин. Я могу стать для Вас как минимум интересным автором и «украсть» у Вас пару-тройку вечеров, пока Вы будете читать этот материал, а возможно, после прочтения, мы станем бизнес-партнёрами на самом популярном рынке мира – рынке цифровых финансовых активов и новой экономики будущего.

Цель написания этой книги банальна и проста – научить себя и Вас зарабатывать много денег. Неприлично много денег. Столько, сколько Вам нужно для комфортной жизни в любой среде. Всё остальное – лишь дополнение к цели.

Мне бы очень хотелось, что мы разговаривали с Вами на одном денежном и понятном языке. Давайте проведём небольшой психологический анализ и узнаем, готовы ли Вы к этой книге или нет – зачем терять время, если у кого-то из Вас нет времени на книгу и на успех.

Если пришли помечтать и ничего не делать – книга Вам не поможет.

Если желание ЗАРАБОТАТЬ есть, но нет регулярности довести дело до конца – книга Вам не поможет.

НО ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ ЖЕЛАНИЕ И ЕСТЬ ЦЕЛЬ – ЗАРАБОТАТЬ, ВЫ ГОТОВЫ ДВИГАТЬСЯ И УЖЕ НАЧАЛИ БОМБИТЬ, ВАС НЕ ПУГАЮТ ТРУДНОСТИ И ВОЗМОЖНЫЕ НЕУДАЧИ, ВЫ ГОТОВЫ ОБЩАТЬСЯ С ЛЮДЬМИ И СТРОИТЬ ПАРТНЁРСКИЕ СЕТИ, ТО ЭТА КНИГА ДЛЯ ВАС! ПОЗДРАВЛЯЮ!

В процессе чтения Вы поймёте, что я могу быть грубым, но в любом своём предложении я всегда буду честным и справедливым рассказчиком. Это не бизнес-книга по мотивации в том виде, в котором Вы могли себе представить – это именно личный рассказ, который помог мне заработать свой первый «деревянный» миллион уже через 6 месяцев активной работы и моей социализации в сетевом бизнесе. Если будете в моей команде, то уверяю Вас – Вы сдвинетесь с мёртвой точки безденежья и перейдёте на новый уровень развития и ширины Вашей банковской карты (крипто-кошелек).

Не могу сказать, что книга будет отражать Ваши ожидания, потому что ВАМ придётся забыть о том, что Вы там себе намечтали и начать заниматься реальным делом.

Опишу идеальную картину – Бали...Лето...Жара...Вы живёте в 5-ти звёздочном отеле с безалкогольным махито в одной руке и с самым последним айфоном – в другой. Впереди – водная гладь и сделка на 10 000 000 рублей – Вы заводите в бизнес очень крутого иностранного партнёра и уже готовы нажать на кнопку «принять платёж», как вдруг раздаётся звонок... Чёртов звонок, который может испортить всю Вашу душевную и физическую идиллию...

Вы недоумеваете: – «Откуда этот звук, ведь телефон уже в руке, и он молчит???». Потом сознание возвращается в тело, и Вы... Просыпаетесь...

Оказывается, что всё это время Вы спали и во сне Вы увидели своё будущее... Поправка – своё «возможное» будущее, которое может как настать, так и нет (всё зависит от того, убьёт ли Терминатор Джона Коннора или нет). Разумеется, это шутка – Ваше будущее зависит от многих факторов, но самый главный из них – Ваши действия.

Как стать крутым сетевиком и зарабатывать на партнёрах? Что нужно делать, чтобы зарабатывать онлайн, не выходя из своей квартиры или даже не покидая туалет во время важной миссии мирового значения? Где взять партнёров и как найти прибыльный бизнес, в котором можно расти и развиваться совместно со своими партнёрами? Куда бежать и куда деваться? ЭТО САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ВОПРОСЫ, которые мне пишут КАЖДЫЙ ДЕНЬ во все мои социальные сети. Что мне делать с народной молвой?

Я, признаюсь честно, немного устал отвечать на одни и те же вопросы по кругу, поэтому одним из летних дней 2020 года, взяв в руки мой старенький нетбук образца 2011 года (дал вещице вторую жизнь), начал писать книгу, которая РАЗ И НАВСЕГДА сможет закрыть 90% вопросов любого сетевого (как начинающего, так и более опытного).

Пристегните ремни – борт отправляется в путешествие. Если Вы без билета, то Вы не с нами, но если у Вас уже есть билет (эта книга), то Welcome to a board! Кстати, у нас не простой самолёт, а Business Jet – количество мест ограничено.

P.S. Этот полёт без сохранений – если Вы уже решились, то выбор невелик: либо успех, либо возврат к точке старта. Без обид, но так оно и будет. Не обещаю тёплой ванны в сети отелей Kempinski, готовьтесь к котлу с горячей и с холодной водой – именно это Вас и ожидает. Ваша задача – делать правильную пропорцию, чтобы не замёрзнуть и не сгореть.

В книге будет 11 глав и лишь несколько из них имеют разбивки по параграфам – мы с Вами пройдёте по всем участкам пути от «осознания нужды» до моей (Вашей) команды ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО – никто не будет перелетать из 3 в 5 класс только по прихоти российского образования, потому что Вы можете упустить важные детали Вашей трансформации. Читайте последовательно – от главы к главе, не переходите к следующему разделу, не уяснив предыдущий. Я не учитель – не мне Вам ставить оценки, ибо сетевой бизнес, Ваши потенциальные партнёры и Ваши возможные чеки сделают всё за меня.

Как говорится, поехали! Нет никакого понта стоять и ждать, когда кто-то Вам что-то даст – дадут, максимум, «люлей». Притом, за Ваш же счёт – мало ли, ещё и гопнут. Поэтому, не ЖДИТЕ! Жизнь идёт, не тормозим! У Вас, итак, жизнь сложная. Читайте внимательно – поглядим, что из Вас может получиться.

Глава 1. Осознание себя в сетевом бизнесе

Прежде чем начинать такой серьёзный (сетевой) путь, нужна мотивация – то, без чего никто никогда и нигде не стартанёт. Я НЕ БУДУ произносить речь Рокки Бальбоа, потому что все, кто смотрел Рокки, прекрасно понимают (хотя бы на примитивном уровне), что это такое и что такое путь к победе на ринге. Моя задача стоит по-другому, потому что я хочу понять – есть ли в каждом из Вас потенциал ВЫРАСТИ в «сетевухе» и ВЗЯТЬ от ВСЕЛЕННОЙ то, что Вы сможете передать людям (и, разумеется, что-то оставить себе). Мы узнаем об этом очень быстро, т.к. я не люблю ходить «вокруг» да «около». Я лишь хочу, чтобы КАЖДЫЙ из Вас был счастлив, здоров и успешен. Будете заниматься делом – у Вас будет то, что Вам нужно – деньги, власть, успех, сила. Не будете – останетесь в той точке, в которой находитесь сейчас. В любом случае Вы поступаете правильно – быть богатым или быть бедным – такой же выбор, как и тяга к власти и тяга к лени. Решайте сами, но лично я выбрал тягу к богатству и к власти.

А теперь – к самому главному делу, ради которого Вы променяли поход в Макдональдс и инвестировали свои несколько сотен рублей в это чтиво.

Зачем нужна эта глава, если книга, итак, про сетевой бизнес, а Вы её уже купили и априори представляли себя млм-лидерами? В чём смысл терять своё время на этот материал, если Вы офигеть как хотите стать крутыми сетевиками? Неужели Вы думаете, что Вы совершили необдуманную покупку и до сих пор не понимаете, нужен Вам сетевой бизнес или «ну его к чёрту»?

Вы готовы к правде? Готовы к «ментальному» оголению? А, может, ещё и к физическому? Ладно... Давайте пока без стриптиза – не до этого. А, точнее, можно и стриптиз, но для начала – заработайте на то, чтобы оплатить услуги стриптизёра или стриптизёрши – они не работают бесплатно.

Что же... Придётся преподать Вам первый урок и опустить Вас на землю. К большому сожалению, не все из Вас готовы стать сетевиками и реально начать работать в этом направлении, потому что в первые 2-3 месяца у Вас будет профессиональная «ломка» – пойдут первые «отказы», первые разочарования, первое опускание рук и потеря веры. Как только теряется вера, теряется хватка...

Сетевой бизнес – один из самых лёгких и самых сложных занятий одновременно. Парадокс, не так ли? Из телевизора, из интернета и из сарафанного радио нам всем втирают такую дичь, что голова уже не может критически мыслить. Картинка крутой и красивой жизни, которую «продавали» всем и каждому, испортила отношение большинства людей к этому бизнесу.

Чтобы всё было честно и открыто, я предлагаю Вам ключевые параметры, которые ответят на вопрос, кому это **ПОДОЙДЁТ**, а кому это **НЕ ПОДОЙДЁТ**. Начнём с ОТРИЦАНИЯ.

Если Вы не являетесь «голодными» до денег и результата (у Вас всё есть и Вы не хотите выходить из «зоны комфорта» – это не для Вас.

Если Вы не любите работать – это не для Вас.

Если Вы не хотите приглашать людей в бизнес – это не для Вас.

Если Вы не готовы инвестировать в бизнес своё время и свои материальные ресурсы (включая финансы) – это не для Вас.

Если Вы хотите зарабатывать и ничего не делать – это не для Вас.

Если Вы самый умный и все должны работать на Вас – это не для Вас.

Если Вы – ВОЛК-ОДИНОЧКА и Вам никто не нужен – это не для Вас.

Если Вы не готовы всегда быть на связи – это не для Вас.

Если Вам мешают двигать проекты Ваши убеждения (личные, конфессиональные, семейные, психические и т.д.) – это не для Вас.

Если Вы прочли эти правила и Вам что-то не нравится – это не для Вас.

Не обижайтесь – Вы на самом старте и ещё не поздно повернуть назад. Я пойму и приму Ваше решение – ничего страшного. Вы просто останетесь в точке «старта» и всё – у Вас не будет ни плюсов, ни минусов, но Вы получите отличный опыт и будете чётко осознавать, что сетевой бизнес – не для Вас, потому что... (чёткая причина – чуть выше). Это не прихоть, а конкретная причина – хотя бы не будете терять время на освоение профессии сетевого. Профорентация – штука жёсткая, но весьма нужная.

Ищите плюсы в любом случае – жизнь будет веселее.

Ну что же – остались самые активные и самые пробивные. Это меня очень сильно радует, ибо пришло время узнать, кому ПОДОЙДЁТ «сетевая трудовая книжка» и как удержаться в этом бизнесе на плаву.

Если Вы любите общение с людьми – это для Вас.

Если Вы любите быть в режиме онлайн 24/7 – это для Вас.

Если Вы кайфуете от проделанной работы и от полученного результата – это для Вас.

Если Вы знаете, что такое Power Bank и он у Вас есть – это для Вас.

Если Вы не стесняетесь приглашать новых людей в свой бизнес – это для Вас.

Если Вы не боитесь критики и хейта (как обоснованного, так и нет) – это для Вас.

Если Вы готовы признавать свои ошибки и расти над собой – это для Вас.

Если Вы готовы работать в команде – это для Вас.

Если самообразование и саморазвитие Вас не пугает – это для Вас.

Если Вы не боитесь инвестировать в разные проекты, понимая, что любая инвестиция – риск, то это для Вас.

Если Вы оптимист – это для Вас.

Если Вы хотите работать со мной – ЭТО ДЛЯ ВАС.

Если вся эта история про Вас – ВАМ НУЖНО ПРОДВИГАТЬ СЕБЯ И СВОИ ПРОЕКТЫ в сетевом бизнесе максимально активно, насколько это возможно.

Сетевой бизнес – работа, которая может как отбить желание зарабатывать через интернет, так и сделать Вас самым крутым и результативным сетевиком современности. Всё зависит от каждого из Вас – не надо думать, что Вам кто-то мешает, что у Вас нет времени на дело, что Вы устали и хотите начать «завтра» и т.д. Вы все в равных условиях (если есть равный старт) – есть точка «А», где Вы находитесь сейчас и точка «Б», где Вам нужно оказаться в максимально короткие сроки с наименьшими издержками (КАК С ВРЕМЕННЫМИ, так и с ФИНАНСОВЫМИ). Не обещаю и уж тем более не гарантирую тёплую ванну из роз и шампанского – пахать будете каждый день. Кто-то из Вас может сломаться и навсегда завязать с сетевухами и криптой, но те, кто смогут пробить дно безденежья, СОБЕРУТ все сливки, которые только есть в этом бизнесе. Раньше я не понимал поговорки: – «через тернии – к звёздам», ведь звезда так далеко, а я на земле... Но теперь я понял скрытый смысл послания всему человечеству – халявы нет, для красивой жизни нужно либо честно работать, либо грязно воровать. Альтернатива – стать президентом и жить на полном гособеспечении, но таких мест – ровно одно и вряд ли оно именно для Вас. Воровать я Вас не призываю и против этого – остаётся только одно – упорный труд во благо своего и командного кошельков.

Теперь Вы поняли, зачем нужна эта глава, т.к. теперь каждый из Вас начал понимать суть самых разнообразных сетевых вещей и особенностей этой сферы. Давайте работать вместе – вперёд, за РЕЗУЛЬТАТОМ! Путь сложный, но очень вкусный и сочный. Здесь, как и в юморе – смеётся тот, кто смеётся последним, только с большой разницей: здесь «едят» те, кто хорошенько потрудились. Рассчитывать на свалившееся с неба чудо я бы не стал, ведь обычно на наши головы падают либо проблемы, либо помёт от наших братьев меньших – воробушков и ворон. Когда ты совершаешь определённые действия, тогда понятно, за что ты получаешь зарплату (если трудишься в найме), или откуда у тебя прибыль – наторговал на криптобирже, получил бинар или партнёрку, выполнил ранг, продал то, что выросло в цене и т.д.



Источник – материал в свободном доступе с правом пользования, владения и распоряжения (лицензия СС0)

Вот такие дела – реальность всё покажет и расскажет за ЛЮБОГО из нас.

Рад, что мы, всё-таки, вместе! Покажите свою активность, и Вселенная вознаградит Вас так, как не сможет ни один пенсионный фонд любого государства. Хватит ждать каких-то жалких подачек от власть имущих – пришло время брать своё и не жаловаться на эту жизнь!

Глава 2. Прокачка личного бренда – основа маркетинга 21 века

«Бренд...Бренд...Бренд»...Кому он «нафиг» нужен...Разве эта пафосная аббревиатура способна дать нам хоть что-то, кроме какой-то мнимой узнаваемости и «успешного статуса»? Или мы все ошибаемся, поэтому у селебрунов берут интервью, а у нас нет...Стали ли мы беднее селебрунов, думая не только о понтах, но и о деле, или же МЫ смогли подняться, а селебруны так и остались...бедными селебрунами...Давайте разбираться максимально подробно. ПРОШУ ВСЕХ СЕЛЕБРУНОВ не закидывать меня помидорами, потому что не стоит обижаться на правду. Если же Вы такие богатые, то расскажите про Ваши источники дохода – мало ли, мы все будем селебрунами...Хотя...Пофиг...Кидайте...Ведь я кину в ответ и могу поставить каждого из Вас на место, припомнив многое – кто с кем женился фиктивно, кто ходит по массовкам, у кого давно уже нет концертов и кто живёт лишь на тупых скандалах и т.д. Вот такая работа, дамы и господа – быть шутами и получать небольшие подачки от СМИ...РЕКОМЕНДУЮ приходить к нам – в крипту, хотя бы будете зарабатывать сами и не какие-то там гроши, а что-то посерьёзнее и повкуснее (нет цели задеть или унизить – есть цель образумить селебрунов и дать им понять, что их деятельность – это тупое потребление дешёвого шоу, а не созидание чего-то прекрасного).

Новички думают, что личный бренд – это только слава, признание и чуть ли не покровительство В.В. Путина, упуская одну очень важную деталь – это всё не совсем то, что нужно было ответить в первую очередь. На ум приходит только то, то нам заливают из телика...Не удивлён, что Вы не знали правды. Общество, которое росло на публичном «Доме два» или как там называется это шоу, ошибочно представляет себе УСПЕХ – совокупность знаний и навыков, которые может иметь человек в случае, если проявит свою волю и стальной характер, подкрепив свои мечты реальными действиями (кривляние в телике за хлеб и воду – не в счёт).

Бренд – это то, с чем ассоциируют товар или услугу (или...человека и его профессиональную принадлежность). Личный бренд – это бизнес, который можно как построить, так и запороть. **Личный бренд – это деньги и ответственность.** Если Вы годами строили успешный личный бренд, то Вы знаете ему цену – нельзя ни спускаться, ни лохонуться, ибо ВОСХОЖДЕНИЕ НА ЭВЕРЕСТ занимает 2 месяца, а спуск и смерть – 10 секунд (если не меньше). Любая ошибка в построении личного бренда может привести к непоправимым последствиям, поэтому я бы очень хотел избавить Вас от подобной головной боли. Лучшая защита – нападение. В данном случае, Вашей защитой станут знания.

Теперь поняли, что такое личный бренд? Кем Вы хотите быть: «бедным инстаграммным селебруном» с кучей накрученных ботов и мнимой популярностью (чистая правда – почти все эти «звёздочки» являются профессиональными «поберушками») или скромными миллионерами, имеющими вполне адекватные соцсети и не менее «заоблачные» (скорее, нереальные) чеки? Лично я хочу быть тихим миллионером с амбициями миллиардера. Разумеется, долларового. А лучше – в евро-формате.

Ваш ОТВЕТ, видимо, второй? Мнимая бедная популярность ничто по сравнению с реальной властью и деньгами? Тогда нам по пути – едем дальше.

В период самого разгара пандемии (где-то в апреле 2020 года) до меня дошла простая и светлая мысль о том, что все мои дела, чем я занимался, строились сугубо на моей харизме, на моих талантах и на моём ЛИЧНОМ БРЕНДЕ. Других инструментов не было – говорю как есть. Я не зря развивался в разных направлениях – в противном случае, сидел бы на жопе ровно и горевал.

Здесь 2 стороны одной медали. Негатив заключался в том, что, если меня не станет, не будет и бизнеса. А позитив говорит о том, что я могу выйти на очень классный пассив и это не мираж – личный бренд НЕ ОБОЗНАЧАЕТ вечную работу собственника и ВКЛАДЫВАНИЕ без сна и отдыха.

Несколько ярких примеров – Тиньков, Ковалёв, Локонцев... Разве тот же Тиньков работает у себя в банке 24 на 7?! Нет. И ещё раз, нет. Более того, он продаёт свой банк за офигенную сумму (на момент написания книги, он готов сделку по продаже банка за несколько миллиардов «зелёных») и будет кайфовать до тех пор, пока не придумает что-то ещё. Разве Ковалёв сидит на своих объектах недвижимости? Нет! Разве Локонцев сам стрижёт и администрирует свои (и франшизо-барбершопы)? Нет! Вот Вам и ответ.

Поэтому, мои дорогие читатели и потенциальные бизнес-партнёры, изучаем этот феномен и создаём свой личный бренд с нуля, ведь Вам это нужно, даже если Вы этого ещё не понимаете. Осознание нужности и ВАЖНОСТИ придёт чуть позже, а пока – читайте внимательно и не отвлекайтесь – здесь Ваши будущие мечты могут воплотиться в реальность.

Что такое личный бренд и зачем он нужен?

Чтобы понять ценность (не цену, а именно ЦЕННОСТЬ) персонального бренда, задайте себе только один точечный вопрос: – «У кого Вы покупаете?». Очевидный ответ (речь про большинство людей) – «У компании». Логично же...

Но вот незадача – оказывается, что мы все заблуждаемся... На самом деле, Вы покупаете, к примеру АЙФОНЫ или какие-то иные безделушки по дому не у компаний, а у конкретных людей.

Даже если Вы возразите, что это не P2P, а B2B сфера, я всё равно парирую, ведь на том конце телефона (или за стойкой продавца) также находится человек. Это повсюду – никуда не деться от конкретного человека-индивида.

Если сложно визуализировать – не беда, т.к. я покажу то, о чём идёт речь на конкретных примерах.

Если мы хотим инвестировать денежные средства в продвижение бизнеса, то спрашиваем хорошего маркетолога (таргетолога, продвиженца и т.д.), а не конкретное название фирмы.

Если мы затеяли ремонт в своей квартире или хотим построить дом с нуля, просим своих знакомых посоветовать определённого архитектора с опытом работы, а не конструкторское бюро (скорее всего, Вы обратитесь в **ДИЗАЙН АРТ**, ибо **Владимир Казак** и **Елена Носарева** готовы утереть нос любым конкурентам на этом рынке).

Если нам срочно нужны цветы и флористическое оформление на свадьбу (как это случилось на свадьбе Романа Жукова с Ольгой Илларионовой), то мы бегали и искали не цветочный ларёк, а профессионального флориста, кто мог нам помочь составить «цвето-шедевр» быстро и качественно.

Тоже самое можно сказать и о стоматологе, когда я искал крутого ортодонта, а не клинику (на момент записи книги, я начал лечение прикуса) и т.д. Примеров – «жопой жуй».



Источник – личное фото автора книги Р.И. Захаркина, снятое на собственный телефон

Если мы хотим купить качественную кожаную куртку, а не какое-то говно, а также хотим померить (посмотреть) эту верхнюю одежду перед покупкой, то вряд ли мы пойдём в АШАН (хотя, я и сам там, бывает, одеваюсь) – скорее всего, мы будем искать конкретные персоналии и конкретные шоу-румы (частные студии), где кожа не будет поддельной. Платить дорого за разводку – это не по нашей части, верно?

Если мы хотим постричься под молодого Ван Дамма, то мы будем искать именно стилиста (барбера), а не определённый салон, ибо нам важно, КТО будет стричь, а ГДЕ – уже второстепенный вопрос.

Таких случаев я могу привести не одну сотню, но не буду – верю, что Вы всё поняли и осознали ВАЖНОСТЬ личного бренда, ибо БРЕНД уже сам по себе притягивает людей и деньги.

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ – люди покупают у людей. ЭТО САМОЕ ВАЖНОЕ – ЗАПОМНИТЕ И НИКОГДА НЕ ЗАБЫВАЙТЕ.



Источник – личный лейбл автора книги Р.И. Захаркина, изготовленный лично автором в программе PhotoShop. Автор даёт своё согласие на использование этого логотипа в данной книге.

Пусть бизнесы не пугаются – речь идёт не только о сотрудниках, у которых тоже могут быть личные бренды, но и о владельцах – что мешает «биг-боссам» развиваться вместе со своей командой?

Если углубляться в историю, вспомните, как назывались пивнушки, шашлычные, придорожные кафе, салоны красоты... Вспомнили? Молодцы! Кто ходил на шашлык «У Михалыча?» То-то же! Пиарить себя и свой бизнес через свой личный бренд – самая выигрышная концепция продвижения своей предпринимательской деятельности.

Когда ты знаешь, кто держит пиццерию, салон красоты, IT-компанию и т.д. – это шикардос! ЛИЧНЫЙ БРЕНД ДАЁТ ТО, что не даёт всё анонимное – ДОВЕРИЕ. Более того, когда контора анонимна – не найти концов... Мало ли, Вы принесёте свои деньги в ООО «Рога и Копыта», клюнув на большие проценты, а на следующий день контора «скамится» (закрывается).

Можно долго спорить о вреде и пользе личного бренда, но одного не отнять – личный бренд более выгоден, когда он есть, нежели чем, когда его нет...

Если Вы до сих пор не верите в очевидные факты, то вот Вам повседневная история – обратите внимание, как все мобильные операторы (или телефонные магнаты по продаже «яблока» или «андроида-самсунга») привлекают и используют звёзд в своей рекламе. Это и есть их личный бренд. Не надо писать и говорить мне о том, что это банальная реклама. ДА – ЭТО РЕКЛАМА. ДА – ЗА ЭТО ЗАПЛАЧЕНЫ БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ, но именно эти звёзды вызывают у нас ПОДСОЗНАТЕЛЬНОЕ доверие, потому что именно доверие является основным критерием, отделяющим интерес от реальной покупки.

Вспомните себя и свои собственные покупки в разные годы жизни – Вы покупаете не только тогда, когда на покупку есть деньги, но и тогда, когда видите крутую рекламу и доверяете ей. Яркий пример – Захаркин, ибо всегда хотел иметь бутсы как у Криштиану Роналду (раз он рекламировал T90, то они хорошие, ведь Роналду не будет бегать в говне – вот Вам и доверие). Кстати, свои T90 я, всё-таки, купил.

Обратная ситуация будет заключаться в том, что, если доверие пропадает, Вы уже не будете покупать.

Вот и весь закон рыночной САНСАРЫ.

Главная цель создания бренда – НЕ СЕЛЕБРИТИ, А БАБЛО!

Мои дорогие и любимые читатели! Если у Вас было другое мнение, то Вы очень сильно ошибались, потому что основная цель персонального бренда – не какие-то там замысловатые фоточки на пресс-воле и псевдопопулярность, а реальный кэш на Вашем банковском счёте или криптокошельке!

Если на этом жизненном этапе Вы не можете осознать то, что личный бренд принесёт Вам деньги, то лучше всего остановиться и пойти дальше – никто не осудит.

Поймите, что, если не будет денежной цели, всё улетит в небытие и превратиться в не пойми что... Нельзя, чтобы личный бренд перешёл из разряда «бизнеса» в разряд «хобби». Хобби – нерегулярная история, а бизнес – ежедневная. Хобби может закончиться при появлении первой же трудности (проблемы, непонятки и т.д.) – можно всё бросить и заниматься чем-то другим, но к деньгам такой подход не приведёт.

Если же относиться к этому как в бизнесу, то никаких проколов не будет, ведь «цель должна оправдывать средства».

Давайте разберём несколько примеров того, как можно монетизировать свой личный бренд – будет полезно каждому.

Вы готовы?

Тогда погнали.

Монетизация личного бренда может происходить в следующих условиях:

1. Продажа своих услуг или товаров (классика жанра – без неё я бы вообще никуда не совался);

2. Рекомендации (или народное «сарафанное радио») – Вам платят или отстёгивают иные плюшки за то, что Вы рекомендуете кого-либо или что-либо);

3. Монетизация контактов (знакомств) – Вы получаете процент от сделок между людьми в том случае, если клиент пришёл от Вас. Грубо говоря, это некая система CPA (оплата за действие – за привлечённого клиента).

Можно что-то придумать сверх этого списка, но я думаю, что с этим пора завязывать – здесь есть всё, что может принести Вам хорошие доходы и поднять уровень Вашей жизни. Возьмём, хотя бы, тот же самый пункт с продажей своих товаров или услуг – это же золотое дно, т.е. то дно, у которого нет дна! Если Вы думаете, что царь Соломон был богат, то он нервно курит в сторонке от тех возможностей, которые открываются перед Вами – продавайте всё, что только можете продать и будет Вам счастье.

ПИШУ СРАЗУ И ПО ДЕЛУ – НАЧИНАЙТЕ ДУМАТЬ УЖЕ СЕЙЧАС! Дума должна думать о законах, а Вы – о том, что продавать (придумайте линейку Ваших продуктов – можно «инфопродуктов», можно реальных товаров, можно реально-осязаемых услуг и т.д.), далее визуализируйте весь процесс и подумайте, как Вы будете всё это добро реализовывать (как в режиме офлайн, так и в режиме онлайн).

Даже если Вы думаете, что сейчас у Вас ничего не получится (даже без своих продуктов в физическом воплощении), Вы всё равно можете остаться на плаву при любом кризисе – хоть пандемия ковида-19, хоть умственная лихорадка – ничего не станет помехой, когда Вас знают как профи своего дела. У Вас нет магазина на Арбате? А нахрен он нужен, когда Вы держите целый «Ашан» в своей голове и в интернете? Вот и весь ответ. Главное – стать для окружающих незаменимым, тогда и за аренду платить не придётся (если всё в режиме онлайн).

Вне зависимости от времени года, цвета плитки на Тверской и выборов, личный бренд – это то, что редко теряет ценность со временем. Это Вам не какой-то там альткоин, который сначала пропампили, а потом продампил и всё – здесь лайфстайл строится как минимум на всю жизнь – раз и навсегда.

Цитата не моя, но уж очень она крутая: – «Сначала Вы работаете на имя (на ЛИЧНЫЙ БРЕНД), а потом имя работает на Вас». Усекли? Тогда вперёд – к новым знаниям и к новой практике.

Я ВЕРЮ, что Вы сможете не отвлекаться – концентрация должна быть 100%-ой, в противном случае у Вас случится «расфокус» и Вы можете пропустить мимо ушей ценность личного бренда, а если такое случится, то всё коту под хвост – ни денег, ни славы, ни признания.

ВНИМАНИЕ, ЗНАНИЕ И ЕЩЁ РАЗ БАБЛО!

1. Позиционирование

Каждый совершает одну и ту же ошибку – мало кто понимает своё позиционирование. Люди начинают с чего угодно, но только не с этого пункта...

ЗАПОМНИТЕ ПРОСТОЙ АЛГОРИТМ – ОСОЗНАНИЕ ТОГО, ЧТО ВЫ БУДЕТЕ ПРОДАВАТЬ – РЕАЛИЗАЦИЯ ОСОЗНАНИЯ – ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА, А НЕ НАОБОРОТ ИЛИ КАК-ТО ПО-ДРУГОМУ!

Очень часто происходит неприятная ситуация, когда даже крутые продукты не могут вырулить из кризисной ситуации и Вы не понимаете, что происходит и что с этим делать.

Есть ответ – Вам нужно задать себе самый откровенный и простой вопрос – кто Вы?

Пример: – «Кто я?». Ответ – человек... Стоп, стоп – не так быстро.

Есть разные варианты ответов:

- + построение через позицию «Я ... (сильный, могучий, эрудированный и т.д.)»;
- + построение через 5-10 фактов о себе любимом;
- + через нейтральную позицию «рассказ товарищу».

Предлагаю сделать паузу и прочесть пример с последней позицией.

Итак, что я должен рассказать абстрактному товарищу, который Вас не знает, чтобы он понял кто Вы, чем отличаетесь от конкурентов и какая его выгода от работы с Вами? Это сложно. Хотя Вы можете схитрить и сказать что-то типа «Офигенный специалист», «индивидуальный подход при любом вопросе» и прочие самовлюблённые истории, тянущие на «шнобелевский» оскар.

Давайте попробуем прекратить этот цирк, ибо это не выяснение чего-то нужного, а какая-то водяная вода. Рассказывать о себе в таком офигенном и выигрышном ключе может почти каждый, но это не Ваша цель. Вам нужно быть если не единственным в мире спецом (было бы, кстати, идеально), то хотя бы реально отличаться от всех – достаточно начать свой триумфальный забег на Эверест почёта **с точки зрения позиционирования**.

Лучший способ отличаться – заузить свою сферу. Хотя, я знаю ещё несколько других вариантов. Но в случае с моим проектом #ЗахаркинКрипта я зашёл, в том числе, именно так – заузил офигеть до каких чёртиков (блокчейн – криптовалюта – альткоины – криптосетевые проекты – обзоры криптосетевых проектов на старте).

Я мог зайти чисто в тему маркетинга, но, чтобы лучше запомниться аудитории, я пошёл именно этим путём. Для наглядного примера, назовите мне лучшего визажиста в Вашем городе? Окей. А лучшего визажиста по свадебному макияжу? Поняли смысл? Уже сложнее. Даже можно сказать, невозможно. В городах мало узких специалистов, поэтому я поступил именно так (в смысле, взял в пример узкого спеца, а не сам стал визажистом, хотя...жизнь длинная – всё может быть).

2. Упаковка

Упаковщики, Вы мои, упаковщики...Оказывается, это не просто прикол, а важная составляющая любого бизнеса и личного бренда.

Помните фразу – «Встречают по одежке, а провожают...»? Так вот, Вы сейчас неправильно её продолжили. Встречают по одежке и по ней же провожают. Поэтому очень важно, формирование образа, чтобы Вы выглядели эффектно. Почему Вы думали, что нужно вспоминать советский вариант этой поговорки? К сожалению, времена сильно изменились, поэтому помимо ума, нужно выглядеть на все 100%, а также иметь у себя на руках на 100% упакованный продукт (неважно какой, главное – упакованный).

Причём, речь идёт далеко не только про одежду – всё намного глубже и тоньше. И чтобы это понять и «прожить» на себе, я покажу на примере конкретных пунктов, входящих в упаковку – читайте внимательно.

2.1. Фирменный жест и фраза

Можно к каждой части упаковки личного бренда присоединить слово «фирменный» (в том числе к одежде) – тут может помочь фирменный жест и коронная фраза.

У меня есть определённый жест, который я очень часто использую на своих фотках – «ВИКТОРИ» или победа. Есть только одно состояние, вызывающее самый крутой кайф – ощущение добытой победы. Думаете это просто так? Нет. Это жест, по которому я должен ассоциироваться у людей – раз я всегда побеждаю, значит и людей могу научить побеждать и верить в свою победу. Также, как и фирменные слова и коронные фразы, которые я использую в контенте.



Источник – личные фото автора книги Р.И. Захаркина, снятые на свой телефон

Если Вы где-нибудь услышите фразу: – «Е, ком он, ком он», то значит где-то рядом ЗАХАРКИН РУСЛАН. Проверено 2 годами практики.

Придумайте свою коронную фразу, чтобы она ассоциировалась только с ВАМИ и ТОЛЬКО!!! Подойдёт всё, что не вызывает негатив – далее просто пробуйте. Если не получается придумать – пишите мне и я попробую Вам помочь – телега ждёт – **zakharkinruslan**

2.2. Кейсы/отзывы

Что это за слово такое? Что за кейсы? Это чемодан с барахлом или что? К чему нам багаж, если мы живём «налегке»?

Всё намного проще, ведь кейс – это Ваш опыт в профессиональной плоскости. Здесь очень подходит поговорка: «Покажи кто твой друг, и я скажу кто ты».

Кейсы – это почти тоже самое, только здесь «покажи мне своё портфолио или твоих клиентов, и я решу – буду ли я покупать у тебя или нет». Опыт, сарафанное радио и отзывы в целом – лучшие кейсы про Вас и Вашу работу.

Всё ещё понятнее и банальнее – чем круче Ваши результаты или люди, которые покупали у Вас, тем круче и Вы. Именно поэтому, я предлагаю всем пообщаться со мной по телефону (по скайпу, ZOOM и т.д.), чтобы получить полезный от меня материал и сформировать обо мне самостоятельное мнение. Я расскажу, кто я, чем я занимаюсь и какой у меня опыт в бизнесе (в криптоиндустрии и в рекламе), включая как позитивные моменты, так и негативные – ВРАТЬ здесь неуместно.

2.3. Стиль общения

Многие не понимают, почему я общаюсь на Вы даже с теми, кто младше меня, но таков мой стиль – если мы не перешли на «ТЫ», то я не буду тыкать, даже если очень хочется (сказать, по правде, не хочется). Многое зависит от воспитания, но в моём случае это наработанный профессионализм + уважение, которому меня научили ещё в детстве.

Неважно, где происходит общение – в инстаграме или в телеграме, по телефону или лично – если я не знаю собеседника, то никогда не буду тыкать. Рекомендую и Вам научиться азам общения с незнакомыми людьми в формальном русле – чтобы не было ошибок и недопониманий.

Я не говорю о том, что общение всегда должно быть в формате президентских переговоров – вовсе нет, ведь иногда можно пообщаться на «ТЫ» и более неформально, но всегда нужно знать грань общения и допустимые рамки его проявления.

2.4. Нейминг

То, как Вы себя называете (считайте, позиционируйте) крайне важно – я не стал придумывать Америку (хотя, жаль, что эта земля была открыта не мной – мог бы и хайпануть) и назвал себя очень просто – Руслан Захаркин. Ник – ЗахаркинLive (если брать криптомир, то ЗахаркинКрипта или Криптодепутат) – сразу запоминается.

Ваш ник и Ваше имя в интернете должны быть на слуху. Если Вы – Иван Иванов, шанс затеряться крайне высок, но если Вы – Руслан Захаркин, то Вы такой один и должны оставаться уникальным всю свою жизнь – не пускайте в свой ник никого другого.

Если же у Вас очень популярная фамилия (Иванов, Петров и т.д.), то рекомендую обыграть эти данные по своему образу и подобию, **НО НЕ СТОИТ** повторяться.

Итого – Роман Шушпанов стал Романом Спектром, Николай (хрен знает какая у него фамилия) стал Николасом Кельмом и т.д.

Если хочется «вшить» свою профессию и имя в один ник, то и это не проблема – **Носарева Style, Nosareva Model** и т.д.

Крайне важно показать себя как отдельную личность, как отдельного специалиста в определённой сфере, так и выделиться – каждый смотрит по своей ситуации, но важно осознавать свою **ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ, НУЖНОСТЬ** и **СВОИ ВОЗМОЖНОСТИ**, которые Вы можете дать этому миру.

3. Площадка

Разберём ситуацию – Вы упаковали свой продукт, либо качаете определённый проект, он хорош собой и всё идёт как по маслу, но остаётся вопрос – **КАКУЮ ПЛОЩАДКУ ДЛЯ ПИАРА ВЫБРАТЬ? КУДА БЕЖАТЬ? КАК РАЗВИВАТЬ И ЧТО КОНКРЕТНО РАЗВИВАТЬ?**

ОТВЕТ ПРОСТ – я думаю, что развивать свой личный бренд в социальных сетях можно только через свой авторский (**НЕ УКРАДЕННЫЙ, А ЛИЧНО СОЗДАННЫЙ**) контент. Понятное дело, что личные встречи – это сила, но личные встречи сложно масштабировать (попробуйте донести лично одно и тоже инфо до 100 человек в день в индивидуальном порядке...), поэтому надо делать ставки на интернет-площадки.

Я верю в офлайн-продвижение – через личные встречи (но понимаю, что со всеми не встретишься), через выступления на конференциях и форумах, через сарафанное радио и т.д., просто поймите, что интернет – это площадка без потолка, а в офлайне сильно (широко) не стрелкнуть (у нас же не каждый день проводятся многотысячные форумы и встречи, верно?). Надо смотреть в сторону интернета и кайфовать от того, что мы живём в 21 веке.

Я выделяю несколько площадок – не считайте это каким-то хит-парадом или ТОП-мест, где нужно себя пиарить, просто поделюсь своим опытом, а решать, как всегда, Вам:

1. Инстаграм. Сеть, построенная на изображениях и наглядных видеообразах (хотя текстовый и смайло-креатив важны не меньше, чем сама визуальная составляющая). Актуален для «вдохновляющих» сфер;

2. Вконтакте. Самая большая русскоговорящая сеть – этого статуса у ВК ещё никто не смог отнять. На мой взгляд, здесь нужно иметь свою личную страницу, а также «бизнесовую» группу, ибо тут тоже есть деньги;

3. Ютуб. Видео-платформа будущего. Актуальна для **ЛЮБОГО ВИДА КОНТЕНТА**, в т.ч. и бизнес-направленности. Ютуб – мой постоянный источник трафика по **ВСЕ** проекты.

Самое главное – вести канал на регулярной основе – снимать ролики, писать в СООБЩЕСТВО, отвечать на комментарии, репостить и в каждом своём видео делать призыв подписываться на Ваш канал и поставить лайк крайнему видео и т.д.;

4. Facebook. Зарубежная сеть на русском языке. Актуальна для политических, государственных и бизнесовых (крупных) тем. Считается, что аудитория ФБ намного БОГАЧЕ аудитории ВК – в принципе, такое утверждение верное, но не всегда – Ваш контент может выстрелить ВЕЗДЕ;

5. Сайт-визитка. Говорят, что без своего лэндинга Вы – не Вы, но это заблуждение. Действительно, свой сайт крайне необходим, но только в том случае, если идёт огромное количество поисковых запросов в SEO и т.д. Перевожу на русский – если Вас или Вашу тему ищут больше, чем других, то стоит задуматься о своём сайте (стоит задуматься уже сейчас – ничего не мешает качать свой лэндинг дополнительно, просто не каждый готов к регулярности).

Я могу дополнить этот список ещё некоторыми соцсетями (TIK TOK, OK, ТВИТТЕР, ЯНДЕКС ДЗЕН и т.д. и т.п.), но не вижу большого смысла, ибо в мире нет и не существует одной и лучшей площадки. Аудитория расплодилось всюду – в тик ток, в инстаграм, в телеграм... в хрен знает ещё что «грамм»...

Люди везде... Реально везде...

Моя рекомендация – тут нужно мыслить не только вопросами из серии «а где же мои люди и моя аудитория», но в первую очередь задавать другие вопросы – «где самая активная и лояльная аудитория, где я могу выделиться из всех, в какой из соцсетей самая маленькая конкуренция?». Вот это вопросы не дилетанта, а настоящего профи – берите на вооружение. Будете меня слушать и задавать правильные вопросы – будете получать правильные ответы и быстрее сможете рассчитывать на хороший результат.

Я сделал ставку на личную страницу в инстаграм (zakharkinruslan), но это не значит, что я не качаю другие социальные сети – просто на мой скромный взгляд, именно инста-мир дал мне максимальный трафик и максимальный профит.

Здесь я могу на максимум раскрыть свой творческий и профессиональный потенциал, выдавая видео, фото и текстовый контент в одном месте.

Безусловно, в инстаграм становится всё сложнее и сложнее (много конкурентов и откровенного шлама, мешающего развиваться), но всё равно – овчина стоит выделки, т.к. там очень много моей потенциальной аудитории – молодых людей, жаждущих зарабатывать с телефона, но не желающих тратить на это полжизни.

Как говориться, работать, работать и ещё раз работать, а на выходе – ПРИБЫЛЬ!

4. Контент

«Руслан! А что снимать? Что выкладывать!?» – спрашивают меня почти всегда и везде, потому что хотят стать блогерами, а какой контент давать людям, не знают.

Для многих это настоящая дилемма (или проблема). Каждый Божий день мне говорят, что мои партнёры (говорят сами про себя) не обладают талантом говорить на камеру, писать посты, делать крутые видео и т.д.

Иногда хочется сказать – ЛОЖИТЕСЬ И УМИРАЙТЕ, если Вы ничего не умеете и не ГОТОВЫ учиться, но я себя сдерживаю – не могу лишать людей шанса в этой жизни.

ВСЁ ЭТО ЧИСТАЯ ХЕРНЯ! У каждого человека есть свой талант и свои уникальные особенности, просто человек не хочет их вспомнить или развить до абсолюта – вот и вся «проблема». ЛЮБОЙ ТАЛАНТ нужно прокачивать, НО ЛЕНЬ родилась раньше, чем желание зарабатывать... Вот и вся проблема, если это можно назвать проблемой...

Думайте над контентом заранее, ведь логика проста – если это ютуб, то только видео, если инстаграм – то только фото или видео, если ДЗЕН – только текст с картинками, либо видео и т.д.

Каждой соцсети – свой подход, ибо конечная цель – Ваш пиар, Ваш узнаваемый личный бренд и монетизация Вашего личного бренда через покупку Ваших услуг (человек заходит к Вам в соцсети, видит, чем Вы занимаетесь и может заинтересоваться Вашим продуктом – всё просто и понятно).

На этот случай, без подробностей (тянет ещё на 5-6 страниц), но общими мазками дам Вам направление Ваших стараний:

Предложенный перечень явно не финальный, на что можно разделить создание Вашего контента, но на мой взгляд, с этим видением у Вас может получиться почти идеальный старт:

1. **Профи.** Вы вещаете чисто по своей профессиональной тематике (к примеру, если Вы визажист, значит пишите про визаж);

2. **Рынок.** Вы вещаете на околоцелевую тематику (если Вы стилист-колорист, значит пишите про красоту в целом, а не только про стрижки и окрашивание);

3. **«ОБО ВСЁМ».** Вы рассказываете обо всём подряд. Иными словами, всё то, что не связано с Вашей профессией, но интересно людям – хай-темы, мейнстрим и т.д.

Самая лёгкая и сложная позиция – это «ОБО ВСЁМ». Вы должны мягко перейти со статуса «простой человек» в статус «профи своего дела». Вы пишете про лайфстайл, о своей жизни, о своём отдыхе и т.д., а уже потом внедряете свой профессиональный интерес (не в лоб, а постепенно).

Статус «Рынок» может пригодиться в том случае, если у Вас крайне ограничен профессиональный контент, либо он просто не интересен аудитории. В таком случае, нужно подумать о другой профсреде – зачем терять время на то, что интересно только Вам, но неинтересно другим и бабок там не заработать?

Мой выбор – «ПРОФИ». Начинал «ОБО ВСЁМ», но теперь я чётко вижу свои жизненные ориентиры и вещаю максимально ТАРГЕТИРОВАННО.

Этот статус сразу показывает мою экспертность, и тем самым приводит максимально целевых клиентов, которые понимают кто я и чем я могу быть полезен.

5. Продвижение

Я понимаю, что Вы заложники самых разнообразных клише и до сих пор считаете, что можно стать известным и крутым в любой отрасли без денег, но это не так – в 99,9% случаев БЕСПЛАТНОГО продвижения НЕ СУЩЕСТВУЕТ! В любом случае, Вы либо платите своими (чужими) деньгами, либо своим временем, либо иным бартерным сотрудничеством, НО НЕ ЗА БЕСПЛАТНО.

Захотели постричься – заплатите.

Есть желание попасть в телик – заплатите.

Хочется стать певцом или певицей – ЗАПЛАТИТЕ!!!

Везде плата, разница лишь в её виде и в номинале.

Продвигать личный бренд в интернете сравнимо с продвижением в бизнесе, следовательно, к этому продвижению нужно поменять своё отношение – не надо видеть одни РАСХОДЫ, попробуйте увидеть ИНВЕСТИЦИИ.

Но инвестиции в свой личный бренд должны окупать себя! Не покупайте рекламу у Бузовой, ибо она не работает – лучше купить у меня. А теперь – без Бузовой, а то умрёте со смеху.

К примеру, Вы инвестировали в свой личный бренд 200 000 – 1 000 000 рублей, то это значит, что Вы должны как минимум стать чуть известнее в своей сфере, а также «отбить» эти деньги за счёт продаж своих компетенций, знаний, товаров, услуг и т.д. ЕЩЁ РАЗ – ДЕНЬГИ НЕ ДОЛЖНЫ УХОДИТЬ В ПУСТОТУ. Когда я пишу «отбить», то вижу любой результат со знаком ПЛЮС, но в идеале Вы должны сделать иксы – приумножить отдачу в 2-4-5-10-20 раз и больше.

Любое продвижение должно быть эффективным. Понятное дело, что Вы будете совершать ошибки, но эти ошибки будут по неопытности – не более того.

Тем не менее, я хочу дать Вам ещё разных способов (в т.ч. и бесплатных), чтобы Ваш продвигающий кругозор станет ещё шире.

Итак, ГДЕ же брать людей? Какие есть варианты?

Мой пул возможностей выглядит следующим образом:

+ **Таргетированная реклама в соцсетях** (преимущественно, в инстаграм). Платный способ, но весьма рабочий;

+ **SFS** (так называемый, «взаимопиар»). Если есть человек, сфера которого похожа на Вашу и у Вас примерно равное число подписчиков, можно сделать взаимопиар и помочь друг другу обменяться своей аудиторией. По цене – **БЕСПЛАТНО**;

+ **Активность в профсообществах**. Вы можете найти профильные группы и начать писать там посты, либо комментировать посты админов – так Вы покажете, что Вы существуете и что Вы эксперт в той или иной сфере. Это может привлечь часть аудитории непосредственно к Вам;

+ **Прямая активность с целевым клиентом** – всегда нужно общаться в личке. Ещё лучше – созвониться. Ещё лучше – созвониться по видеосвязи. Ещё лучше – личная встреча, если есть такая возможность;

+ **SEO-продвижение**. Платная история, но если Вы готовы научиться продвигать свои ресурсы в интернете самостоятельно, то Вы не будете за это платить. Настоятельно рекомендую посмотреть на работу профессионалов, а уже потом учиться;

+ **Интервью с медийными личностями**. Несмотря на то, что наши селебруны и медийники имеют большой процент накрутки, в любом случае у них есть «живая» аудитория, которая может быть Вам интересна. Рекомендую задружиться с известными персоналиями, близкими Вам по духу и по профессии и взять у них интервью;

+ **Массфолловинг и масслайкинг** (+ написание целевых комментариев там, где это нужно). Кто сказал, что эта техника умерла? Ничего подобного! Она до сих пор приносит мне профит и будет приносить ещё долгие годы;

+ **Резонанс в СМИ**. Вам нужно попасть хотя бы в агрегаторы «Яндекса», чтобы Вы были на слуху, и Ваша фамилия хоть как-то высвечивалась в интернет-поиске. Как-то я навсегда попал в интернет, ибо был связан с политикой, а также подавал в суд на Тони Роббинса и на Инстаграм...В общем, хайпа было предостаточно. Можете проработать более щадящий вариант, но без авантюры, а то мне трагедии с Вашим участием не нужны – «играйте», но в пределах разумного.

Это не все методы – могу написать больше, но не буду – сначала разберитесь с этими. Для меня важен Ваш результат, а не распыление на какие-то крохи и непроверенные практикой темы.

ВАЖНО. Относитесь к личному бренду как к бизнесу, тогда личный бренд начнёт работать на Вас и приносить доход. Поверьте мне – имя **ПЛАТИТ** владельцу имени.

Я готов дать каждому читателю моей книги индивидуальную консультацию по личному бренду по спецусловиям – не пропустите. Тот, кто найдёт меня с улицы – одна цена, а для Вас – скидка в минус 25%.

Подытожим основную информацию.

Когда у тебя ограниченные ресурсы (книга, как и Москва, не может быть резиновой), нужна концентрация на сути, ибо вода смывает любую (даже очень крутую) книгу. Не могу сказать, что это **ИДЕАЛЬНЫЙ** материал по личному бренду, но то, что он Вам поможет – в этом даже не сомневаюсь.

Личный бренд – офигеть какая раздутая позиция, по которой можно написать отдельную книгу и занять полки самых популярных книжных магазинов СНГ на русском языке, но моя задача – дать практический базис для понимания **СУТИ** личного бренда, что без него Вы

– лишь посредственный средний человек (можно сказать, что обезличенный), поэтому Вам нельзя не продвигать себя... Вообще нельзя!

Верю, что теперь Вы знаете зачем нужен личный бренд. Пришло время вспомнить весь материал и максимально его сжать, ибо краткость – сестра таланта. Делать бренд на «отвали» не получится – у Вас не будет ни бренда, ни имени, ни денег. Если и делать, то с полным погружением (как и в бизнесе).

Итак, сама инструкция выглядит так:

1. Определите, на чём будете зарабатывать (сетевой бизнес, крипто-сетевой бизнес, иной бизнес и т.д.);
2. Сформулируйте ответ на вопрос: «Кто я такой?»;
3. Упакуйте себя так, чтобы другие офигели;
4. Определите площадку (где Вы будете двигаться – ютуб, телеграм-канал, инстаграм и т.д.);
5. Определите формат контента – посты, видео, аудио (подкасты). В идеале – у Вас всегда должен быть контент-план;
6. Создавайте контент на регулярной основе – в этом заключается успех ЛЮБОГО дела (что на работе, что в тренажёрном зале;
7. Вкладывайте своё время, свои знания, свои связи и свои деньги в рекламу (халявы тут нет);
8. Взаимодействуйте с аудиторией (не игнорируйте их вопросы в личку или комментарии под Вашим контентом);
9. Никогда не заканчивайте своё образование и самообразование – учитесь чему-то новому по Вашей теме, ибо знание – сила;
10. Готовьтесь работать долго и упорно – забудьте про выходные и праздники;
11. Вы стали узнаваемым благодаря своему личному бренду – теперь у Вас есть как права, так и обязанности. Всегда оставайтесь профессионалом своего дела и не позволяйте себе «загулов».

Личный бренд – это образ в бизнесе. Играете Вы или нет – это всё равно образ. Относитесь к «личке» как к бизнесу и всё. Вы можете быть самим собой, но не забывайте «кто Вы» именно в профессиональном плане. Все свои «хотелки» и слабости нужно убирать, когда доходит до дела. Я не говорю, что Вам нужно убивать свою индивидуальность, но забывать о том, что Ваш личный бренд – это Ваша прибыль, не стоит даже на миг.

ВЫ ЖЕ ХОТИТЕ ЗАРАБАТЫВАТЬ НЕПРИЛИЧНО МНОГО ДЕНЕГ И КРИПТОВАЛЮТЫ? Жить дорого-богато?

Если ДА, то КАЧАЙТЕ ЛИЧНЫЙ БРЕНД, а то ВСЕМ ДЕНЕГ ПОДАВАЙ, а ради этого потрудиться и вырасти над собой как Бурдж Халифа в ОАЭ что-то не каждый хочет...

ЕЩЁ РАЗ. МЫ ВСЕ ХОТИМ СТАТЬ БОЛЕЕ УСПЕШНЫМИ, ЧЕМ СЕЙЧАС. ЧЕМ БОЛЬШЕ БОГАТСТВА, ТЕМ КРУЧЕ, однако БЕЗ ЛИЧНОГО БРЕНДА можно забыть даже о доходе в 200-300 тысяч рублей – люди просто не будут Вам доверять, даже если Вы будете выпускать 1 видео в неделю о достойном проекте и выгружать его на ютуб...

Любые консультации по личному бренду – через личку телеграм **zakharkinruslan** и совершенно конфиденциально. Консультации платные, результат реальный – то, что нужно.

Знание – сила. Знание о Вас как о человеке и как о криптоэксперте – Ваши деньги и Ваши реализованные мечты. Не забывайте об этом.

Глава 3. Заведите себе все соцсети и будьте живыми в медиа-пространстве

Данная часть книги посвящена Вашей «виртуально-реальной» жизни с той лишь разницей, что тут нет агентов Матрицы, а Вы – не НЕО, а ещё круче – отдельный спец, который хочет поставить этот рынок раком.

Если Вы хотите быть везде и всюду – заведите себе все соцсети и будьте «живыми» ораторами в медиа-пространстве, ведь без интернета далеко не уедешь, особенно-то в 21 веке.

НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ РЕКЛАМИРОВАТЬ САМИ СЕБЯ или за Вас это сделает кто-то другой, но пропиарит не Вас, а себя любимого и заберёт весь трафик – даже тот, что должен был стать Вашим.

Когда мне задают вопрос: – «Нужны ли бизнесу или бизнесмену социальные сети?», – я сразу же впадаю в небольшой культурный и профессиональный шок... **КОНЕЧНО, БЛИН, НУЖНЫ!** Какой сейчас век? 19 или 21? Вы как собрались себя продвигать? Через телик? Много бабок или здоровья? Или же попытаете заполнить новостную повестку в сети, а уже потом **ВАС** будут приглашать на ТВ? Как такой вариант?

Что Вам может понадобиться? **ОТВЕТ – АБСОЛЮТНО всё или ПОЧТИ всё.**

Вконтакте, Инстаграм, Фейсбук, Одноклассники, Твиттер, Реддит, Яндекс Дзен, ТикТок, Ютуб, разные тематические площадки (в нашем случае – криптофорумы) – это лишь малый перечень **БЕСПЛАТНЫХ** социальных сетей, которые Вам обязательно помогут на пути к Вашей цели – построить мощный онлайн-бизнес и замотивировать Ваших подписчиков через Ваши посты.

Но я хотел бы обсудить с Вами реально болезненные для бизнеса и соцсетей темы – **КОГДА** соцсети **ВАЖНЫ** как воздух, и когда они могут навредить, если не будут выполнены ряд условий (когда за дело берутся спустя рукава, что равносильно поражению).

Запомните – те времена, когда соцсети ассоциировались только с развлечениями и общением в свободное время, давно прошли. Теперь эти площадки успешно задействованы в продвижении бизнеса, продажах, повышении узнаваемости бренда. Компании и отдельные бизнесмены должны заниматься SMM-продвижением, если хотят соответствовать интересам аудитории.

Соцсети для бизнеса – не прихоть, а маркетинговый инструмент, который помогает продвигать компанию, формировать спрос и репутацию, повышать интерес к бренду, создавать сообщество лояльных потребителей, искать клиентов.



Источник – материал в свободном доступе с правом пользования, владения и распоряжения (лицензия CC0)

Убедил? Теперь понимаете, почему этим стоит заняться?

Итак, поехали.

Начнём с ПОЗИТИВА, когда СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – ЗАЛОГ ЖИЗНИ.

НУЖНО КАЧАТЬ СОЦСЕТИ, если Вы хотите:

ПРОДАВАТЬ

Самый честный и самый популярный повод завести себе или своей компании собственный аккаунт – необходимость поднять продажи своих товаров или оказываемых услуг. Основной контент – фото или видео товара и рабочего процесса, истории о продукте, отзывы покупателей, сторителлинг, иногда – акции и распродажи. Небольшие тексты-описания (в инста количество знаков в посте – до 2 200) иногда можно разбавлять более длинными историями о том, сколько пользы принёс Ваш продукт, Ваша услуга и Ваш бизнес (в целом) в конкретной ситуации, подкрепляя это живым (реальным) контентом.

Например, представители компании по доставке продуктов (очень популярная во время пандемии ниша бизнеса) знакомят потенциальных клиентов с фермерами и предоставляют максимально полную информацию о товаре. Также они рассказывают о членах команды, делятся историей её создания, делают полезные обзоры и публикуют рецепты, которые хочется сохранить.

Инфобизнесмены и криптоинвесторы очень часто публикуют отчёты о прибылях, о разных проектах и о том, кто их возглавляет, знакомят людей о возможностях и о рисках – никогда не оставляют людей без информации.

Последнее особенно важно. Посты, которыми Ваши подписчики делятся и которые сохраняют, удерживаются в ленте дольше других. По этой же причине публикации должны быть регулярными.

Мини-рекомендация – для придания странице солидности и увеличения списка потенциальных клиентов стоит вложиться в таргетированную рекламу.

НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ПОПРОСИТЬ СВОЮ АУДИТОРИЮ ПОСТАВИТЬ ВАМ ЛАЙК, СДЕЛАТЬ РЕПОСТ И СОХРАНИТЬ ПУБЛИКАЦИЮ – РУКИ ОТ ЛИШНЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ У ВАС НЕ ОТСОХНУТ, А ВАША ПРОСЬБА МОЖЕТ БЫТЬ РЕАЛИЗОВАНА, А ЭТО ОЧЕНЬ КРУТО СКАЖЕТСЯ НА ВАШЕМ КОНТЕНТЕ, БИЗНЕСЕ И СТРАНИЦЕ.

Это не всё – мы с Вами только начали этот скромный путь.

НУЖДА ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ К БИЗНЕСУ/К БИЗНЕСМЕНУ.

Это именно тот случай, когда продажи осуществляются через другие каналы, но хотелось бы дать аудитории больше информации о бренде и о себе посредством СМИ XXI века – через соцсети.

Необычный контент привлекает внимание и повышает лояльность. Один из наиболее удачных примеров – аккаунт моих любимых батончиков **fizra_official** в Instagram. Быть может, это не самый яркий или дорогой пример в инста-мире, если посмотреть на конкурентов – новые айфоны, макбуки, шмотки и т.д., не так ли? Но даже это не мешает ребятам двигать свой продукт и делать это креативно.

Очевидно, что классический вариант с историями о полезных свойствах и способах использования (поедания) будет малоэффективен. И тогда обычная упаковка батончика берёт и превращается в почти в персонаж! Я и сам делал крутые фотки с «Физрой» что в Турции, что в Москве, что на Кубе и хочу сказать, что эти вкусняшки хорошо «оживали» буквально на глазах. Не буду кривить душой и придумывать о том, что бренд стал мировой иконой, но то, что выросли продажи и появилась хорошая лояльность – это точно.



Источник – личные фото автора Р.И. Захаркина, снятые на свой телефон

НУЖНО ПОДДЕРЖИВАТЬ И ПОДНИМАТЬ РЕПУТАЦИЮ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Тем, кто продвигает личный бренд или компанию, делая ставку на экспертные знания, тоже необходимо присутствие в социальных сетях – ЭТО КАК ЗАКОН. Для криптоэкспертов, декораторов, архитекторов, дизайнеров, психологов, лайфкоучей, юристов, столяров, докторов, салонов красоты – всем нужно обладать «сетевой жизнью».

Например, предприниматель, писатель и блогер Руслан Захаркин (минутка самопиара в третьем лице, ибо нельзя не пиариться в своей же книге) регулярно даёт подписчикам информацию, которая имеет ценность и может принести практическую пользу в виде реальных дивидендов от криптовалюты и от инвестиций в свой блог (можно выйти на неплохой доход, продавая рекламные интеграции, контент и пиаря свой бизнес).

Окей, перехожу на себя – хватит с нас «ОН-ОНА-ОНО».

Я довольно честно рассказываю о том, как вести блог, что поможет выделиться на общем фоне и увеличить аудиторию и про свой доход. ВСЕГДА оперативно реагирую на значимые в своей сфере новости (инста-мир, криптовалюта, деньги, криптопроекты) и своевременно создаю как видео, так и текстовый контент.

Когда не было пандемии (и после её окончания), я всегда посещал и посещаю тематические ивенты (в офлайне – например, тот же самый Blockchain Life, либо посещаю полностью закрытые тусовки криптоэнтузиастов), общаюсь с разными людьми, веду живой (лайф) блог и хочу стать ЛУЧШЕ, чем вчера.

Важная ремарка, о которой все забывают.

Для того чтобы подчеркнуть свой статус эксперта, необходимо знать чуточку больше, чем другие (иначе, какой Вы эксперт), и не стесняться об этом рассказывать. СТЕСНЕНИЕ – МАТЬ ЗАБВЕНИЯ. Без рекламы и самопиара тоже ничего не получится – не стоит забывать (и забивать) на эти векторы развития. Мотивационный тренер с тремя сотнями подписчиков выглядит не очень убедительно, а вот ТОНИ (МАТЬ ЕГО ЗА НОГУ) РОББИНС – вполне смахивает на президента инфобизнеса (хоть он мне и не нравится, но он реальный лидер этой сферы). Если и стремиться – то занять его место, но для этого его нужно скинуть с пьедестала. Жизнь – боль, Тони.

НУЖДА СВЕРХЭКОНОМИИ и СОХРАННОСТИ

Подходящий вариант в том случае, если ресурсов для создания собственного сайта (не лендинга, а полноценной автоматизированной «машины») пока недостаточно. Либо другой вариант, когда отсутствие сайта – принципиальная позиция компании или отдельного бизнеса.

Я считаю, что сайт крайне важен, но если его нет, то это не значит, что на деле нужно ставить КРЕСТ. Можно всё организовать и в социальных сетях (было бы желание), сделав удобную навигацию по хештегам. Грамотно оформленный аккаунт в Instagram или страничку в Facebook вполне можно показывать клиенту, подписчику, инвестору, представителю СМИ или другого бизнеса и т.д. и т.п.

В качестве примера можно привести девушку, которая называет себя «нетипичным фермером» – Анну Аникину (кто захочет – найдёт).

Она начала вести свой скромный блог ради кайфа и красоты. Прошло несколько лет активной работы и этот блог превратился в востребованную (популярную) площадку. Контент – самый разнообразный, но запутаться в сути странички вряд ли получится – всегда есть удобная навигация в виде рекомендаций и хэштегов. Основным секретом своего успеха она выделяет любовь к своему делу и регулярность выхода контента – МОЖЕТЕ взять это на заметку.

НУЖНО ИЗМЕНИТЬ СВОЁ БУДУЩЕЕ И СДЕЛАТЬ ЕГО ЕЩЁ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ

Этот вектор развития про меня на 100% – без преувеличения и фальши.

Если Вы собираете материал для книги, либо готовитесь запускать серию лекций или мастер-классы (добро пожаловать в инфобизнес), Вам нужно не только структурировать информацию, но и получать отклики, мониторить реакцию людей на конкретные темы и идеи. По большому счёту, количество подписчиков Вам не так важно. Главное – наличие вовлечённой аудитории, которая следит за публикациями и активно их комментирует. Другими словами, Вам нужна качественная аудитория, которой реально интересен Ваш блог.

В данном случае социальные сети – это онлайн-дневник (онлайн-сериал), фундамент для будущей более серьёзной работы.

Мне нравится, как Дмитрий Глуховский (Метро и ещё куча романов) ведёт свой блог. Мониторит аудиторию, даёт ей «корм», собирает инфо, а уже потом реализует все истории в своих будущих книгах.

Тактику придумал не он и не я, но моя позиция точно такая же – люди сами подскажут, что им интересно, а что нет. Именно так я написал 2 очень крутые книги – «Селфи, деньги, два поста» и «Удалёнка. Работа в кайф». Первая из них – про развитие блога, а вторая получила популярность в период пандемии – многие переквалифицировались и стали зарабатывать на удалёнке.

ВАЖНЕЙШАЯ РЕМАРКА, КОЛЛЕГИ!

Даже если опасаетесь, что Вам не хватит вдохновения (творить контент) или финансов (любое продвижение стоит денег) на долгосрочное ведение рабочих аккаунтов, это не повод отказываться от удовольствия их завести. Всегда можно притормозить (когда это нужно) и продолжить появиться вновь с новой мощной историей – набрать свежую аудиторию, разбудить «старичков», дать новое видение и вектор развития своему блогу и т.д.

ДАЛЕЕ МЫ ОБСУДИМ ТЕ ВАРИАНТЫ, КОГДА СОЦСЕТИ МОГУТ НАНЕСТИ БОЛЬШЕ ВРЕДА, ЧЕМ ПОЛЬЗЫ – ЧИТАЙТЕ ВНИМАТЕЛЬНО.

Ряженный эксперт – проблема №1

Если что-то и надо беречь (или сначала создать, а потом уже об этом говорить) – это крайне важно. Большим плюсом будет и то, чтобы статус эксперта был подтверждён не узким кругом заинтересованных лиц, а приличным количеством лояльных подписчиков, желающих перенимать опыт эксперта на регулярной основе. Таким экспертам будут доверять не только потенциальные и действующие клиенты, но и рекламодатели – можно неплохо заработать. Тем не менее, дам 1 совет – не стоит рекламировать всякое говно, всегда стоит работать в положительном ключе.

Самое неприятное, что может случиться, так это то, что деятельность любимого блогера может оказаться лишь красивым «фантиком» – просто слаженная работа команды специалистов. Блогер находится в кадре, но он не специалист, а как ряженный циркач (клоун).

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ! Если контент полностью генерируется группой посторонних людей, тогда лучше воздержаться от соблазна завести собственный аккаунт. Если один из пишущих авторов неожиданно перестанет сочинять свои истории, репутация эксперта или бренда окажется под угрозой ПОЛНОГО КРАХА. Всегда нужно рассчитывать только на себя и на свои силы, а если таланта нет, то либо развивать его, либо платить тем, кто может научить развить, но не слизывать полностью – **ФАЛЬШИВКА ЧУВСТВУЕТСЯ ЗА ВЕРСТУ.**

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.