

Практикум. Личный бренд руководителя: особенности формирования в цифровом пространстве

Развитие личного бренда руководителя создает для компании особые возможности по усилению положительного образа компании на рынке. В современных условиях недостаток внимания к персональному бренду ведет к проигрышу в конкурентной борьбе. В рамках семинара рассматриваются практические шаги по построению эффективной стратегии формирования и продвижения личного бренда руководителя.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Дневной

Срок обучения: 1 день

Продолжительность обучения: 8 часов

Место проведения: г. Санкт-Петербург, ул. Петропавловская, д. 4, литер А. Станция метро «Петроградская».

Для участников предусмотрено: Методический материал, кофе-паузы.

Документ по окончании обучения: Сертификат об участии в семинаре.

Для кого предназначен

Руководителей компаний, специалистов подразделений, отвечающих за PR – коммуникации, маркетинг, рекламу, работу с брендом, менеджеров по связям с общественностью и других заинтересованных лиц.

Цель обучения

Научиться строить персональный бренд руководителя.

Особенности программы

Слушатель на практике получит представление о том, как руководителю создать сильный личный бренд и подобрать инструменты его продвижения, учитывая возможности применения современных цифровых технологий.

Результат обучения

В результате обучения слушатели:

- Узнают ключевые особенности формирования личного бренда.
- Освоят на практике этапы процесса создания личного бренда.
- Приобретут навык построения персонального бренда руководителя.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Мероприятие проходит в рамках курса повышения квалификации:

- Стратегия и тактика PR-деятельности организации в цифровом пространстве: практикум

Программа обучения

Личный бренд руководителя: сущность и проблемы.

- Разница между брендом, имиджем и репутацией.
- Оценка влияния личного бренда руководителя на успех компании.
- «Личное» и «профессиональное»-информационное пространство – проблемы отделения.
- Особенности цифрового пространства и личный бренд руководителя.

Процесс построения собственного бренда.

- Цели, целевые показатели силы персонального бренда.
- Аудит социального капитала.
- Анализ текущего состояния личного бренда.
 - «Упаковка».
 - Персональный маркетинг.
 - Экспертное развитие.
 - Публичная коммуникация.
 - Медийная коммуникация.
- Характеристика целевой аудитории.
- Анализ медиаполя и каналов коммуникации.
- Отличительные характеристики, важные для формирования «фундамента» бренда.
- Определение образа желаемого бренда.
- Профессиональное позиционирование.
- Стратегия и подбор необходимых инструментов продвижения.
- Инвестиции в бренд.
- Контроль и оценка результатов. Показатели эффективности.-
- Советы по созданию уникального и запоминающегося бренда.

Практикум: «Анализ персонального бренда и выбор инструментов продвижения».

Преподаватели

ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.

Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПб Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спецкурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.