

Создание экспертного образа за 5 шагов



Сегодня ни в одной отрасли рынка потребителя не удивишь новым продуктом или брендом. Конкуренция достигла высшей степени во всех отраслях. Ни демпинг, ни программы лояльности, скидок и бонусов уже не гарантируют удержания лидерских позиций – сегодня цены опустили вы, завтра ваши конкуренты.

Единственное конкурентное преимущество, не поддающееся сиюминутному копированию, – создание экспертного статуса. Если потребитель признает вас экспертом в вашей профессиональной сфере, он выберет вас не зависимо от ваших цен и дополнительных бонусов. Но как же создать экспертный статус? Причем желательно быстро, качественно и недорого?

Шаг 1. Создание бренда

Первое, что вам необходимо сделать, – определиться с отраслью, в которой вы собрались стать экспертом, и сделать свое имя брендом. Сформулируйте цель – для чего вам это необходимо. Определите перечень направлений, в которых Вы будете создавать имидж эксперта.

Шаг 2. Публикации

Составьте перечень изданий (журналы, газеты, каталоги, сайты, интернет -журналы), подходящих вашей тематике (или имеющих разделы, подходящие вашей тематике).

Разделите выбранные издания на 3 группы:

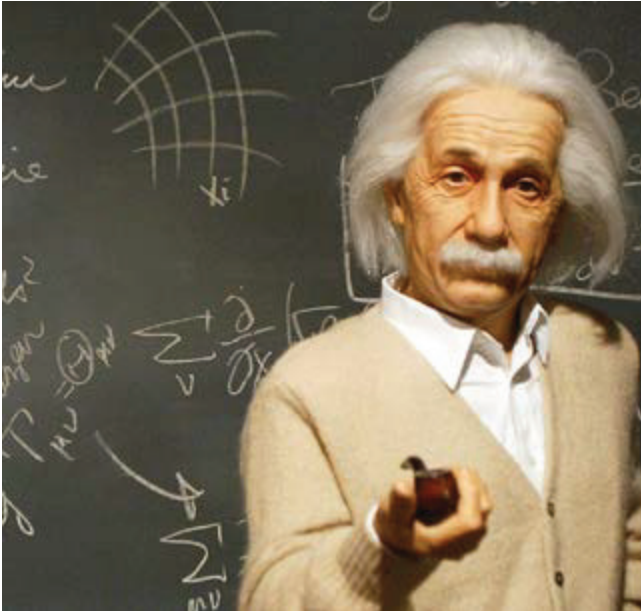
1. Те, которые берут интервью у экспертов вашей отрасли;
2. Те, которые просят экспертов вашей отрасли написать комментарии к статьям, сюжетам;
3. Те, которые публикуют экспертные/информационные статьи по вашей теме с указанием авторства.

Лучше сразу собрать базу изданий в Excel, сделать три вкладки (для трех групп изданий), издание может заноситься и в две, и в три группы одновременно, если в нем размещаются все перечисленные виды публикаций.

В базе сделайте колонки:

- Название издания;
- Тираж;
- География;
- Периодичность издания;
- Форма выпуска;
- Сайт издания;





- Контакты редактора (ФИО, телефон, электронная почта).

Заполните полностью созданную базу. На некоторых сайтах изданий можно найти специальные контакты для тех, кто хочет публиковаться в издании. Переносите их в базу. Если таких контактов вы не нашли, ищите контакты редакторов: главного, выпускающего и рядовых.

Напишите в издания о вашем желании публиковаться. Обязательно аргументируйте, почему считаете свою персону квалифицированной в выбранной отрасли; укажите образование, опыт работы, поводы гордости, если есть публикации, приложите их.

Шаг 3. Публичные выступления

Аналогично базе изданий составьте базу тематических мероприятий. Это могут быть конференции, форумы, круглые столы, деловая программа выставочных мероприятий. Внесите в базу название мероприятия, место и даты проведения, фирму-организатора, контакты организаторов.

Ознакомьтесь с информацией о мероприятии, с темами докладчиков. Обдумайте несколько вариантов тем для своего выступления.

Свяжитесь с организаторами мероприятия, предложите выступить, озвучьте варианты тем докладов. Аргументируйте, почему ваше участие будет полезно и интересно посетителям. Уточните условия выступления. Договоритесь о раздаче своих информационных материалов на мероприятии, и о съемке видео и аудио вашего выступления. Они пригодятся вам для размещения на персональном сайте, в социальных сетях и других изданиях.

Шаг 4. Сайт

Подготовьте информацию о себе как об эксперте в своей отрасли. Соберите все свои публикации, интервью, презентации, исследования и экспертные комментарии к статьям.

Обязательно укажите на сайте контакты. Если вы как эксперт предлагаете какие-либо свои услуги или инфо-продукты, сделайте на сайте отдельную страницу с предложением воспользоваться вашими услугами (перечень услуг, возможно с ценами, если они у вас определены на каждую услугу). Также рекомендуется выложить отзывы довольных клиентов.

В идеале Вы должны вести блог на сайте или часто обновлять страницу «новости»: чем сайт интерактивнее, тем чаще он будет посещаться. Также хорошо, если Вы установите рассылку сообщений из блога подписавшимся пользователям.

Шаг 5. Книга

Сформулируйте цель, для чего вы пишете эту книгу. Определите целевую аудиторию вашего произведения. Конкретизируйте тему и придумайте название. Составьте план (по главам и частям).

Напишите книгу, четко придерживаясь составленного плана. Конечно, на этот шаг у вас уйдет не один день, но не растягивайте эту задачу надолго. Пары недель вам хватит, чтобы написать 200 страниц интересного, актуального материала с авторским подходом и комментариями. Если вы действительно эксперт в выбранной отрасли, все что вам нужно – перенести свои мысли и опыт на бумагу, согласно сформированному плану.

Отредактируйте тексты, добавьте картинки, схемы, графики, фотографии.

Найдите издательство, которое само возьмется за продвижение и сбыт вашей книги. В альтернативном случае Вы можете сверстать вашу книгу в PDF и распространять бесплатно через интернет с целью привлечения внимания к вашему бренду и повышения значимости и стоимости ваших услуг.

*Анастасия Комарова
генеральный директор «Умного Рекламного
Агентства»
komarova@cleverra.ru*

