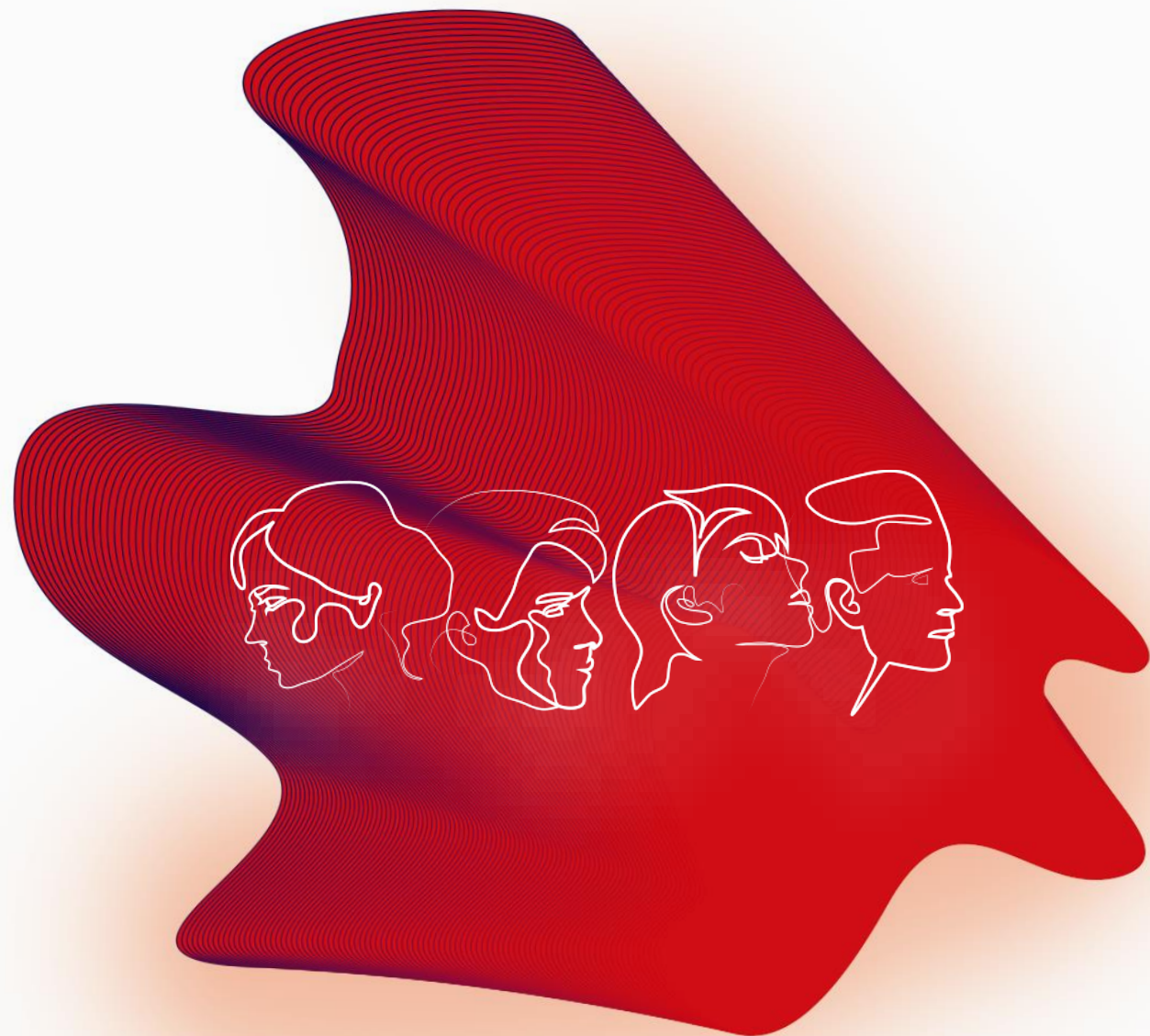


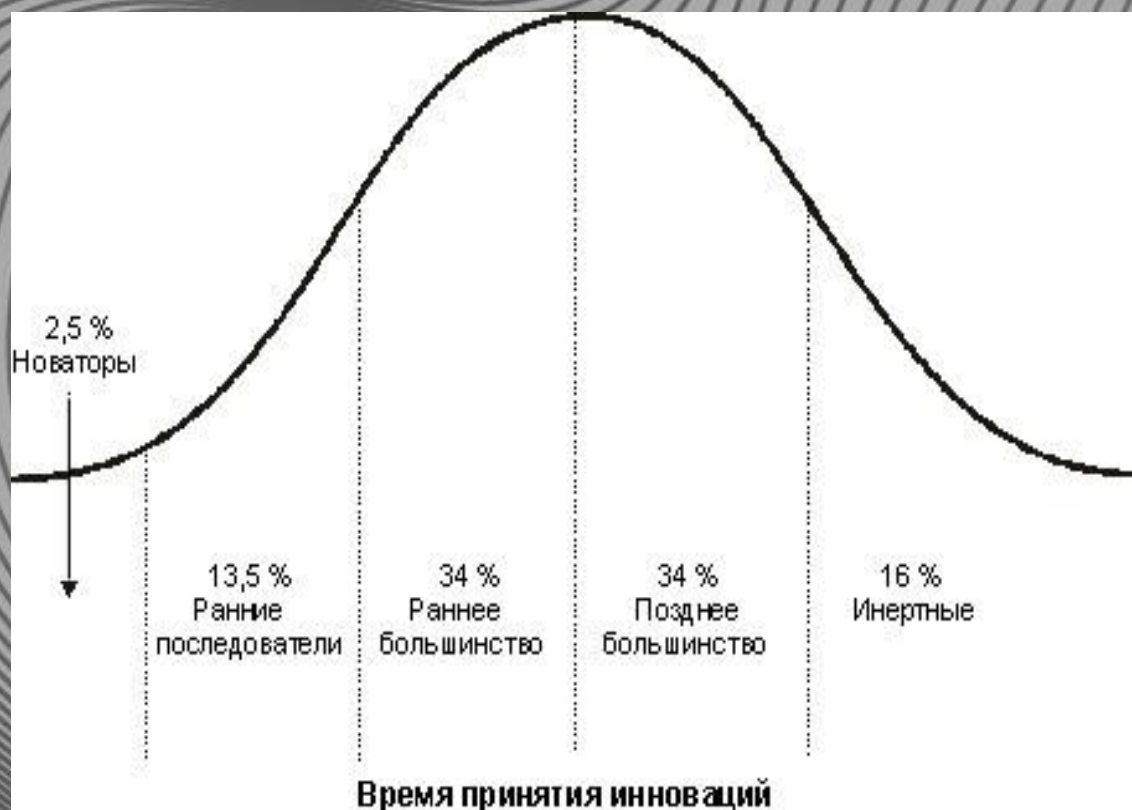
Евдокимова Екатерина

Бизнес-консультант по работе
с человеческими ресурсами
(управление персоналом и
маркетинг)

**Личный бренд
VS
коллаборация**



Личный бренд – 4 фаза.



Фазы жизни

Шупетт «Личная жизнь модной кошки высокого полёта»



Слабость в силе

Сильные имиджевые ассоциации= все стало «предсказуемо».

Начинается потеря интереса и внимания аудитории.



Жизнь в силе «ЭКШН».

Огромное поле выбора порождает усталость и быстрое переключение потребителя.

«Монолог» быстро утомляет. Поиск полифоничности «романа» (или сериала? – зависит от масштаба мышления аудитории).

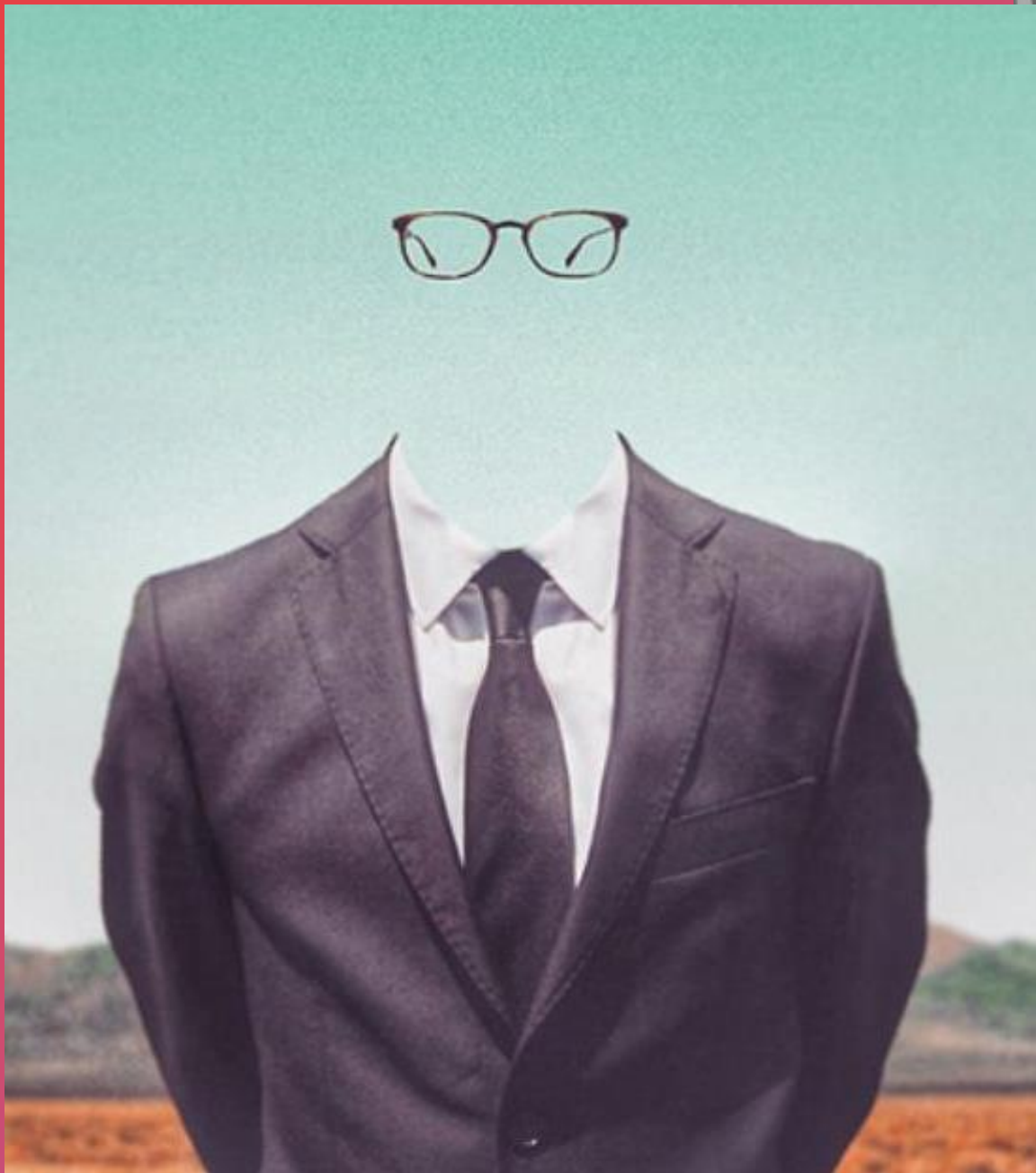
Лидер-одиночка – фантом с коротким жизненным циклом.

«Смерть богов» - масштаб «амбразуры» превышает масштаб героя.



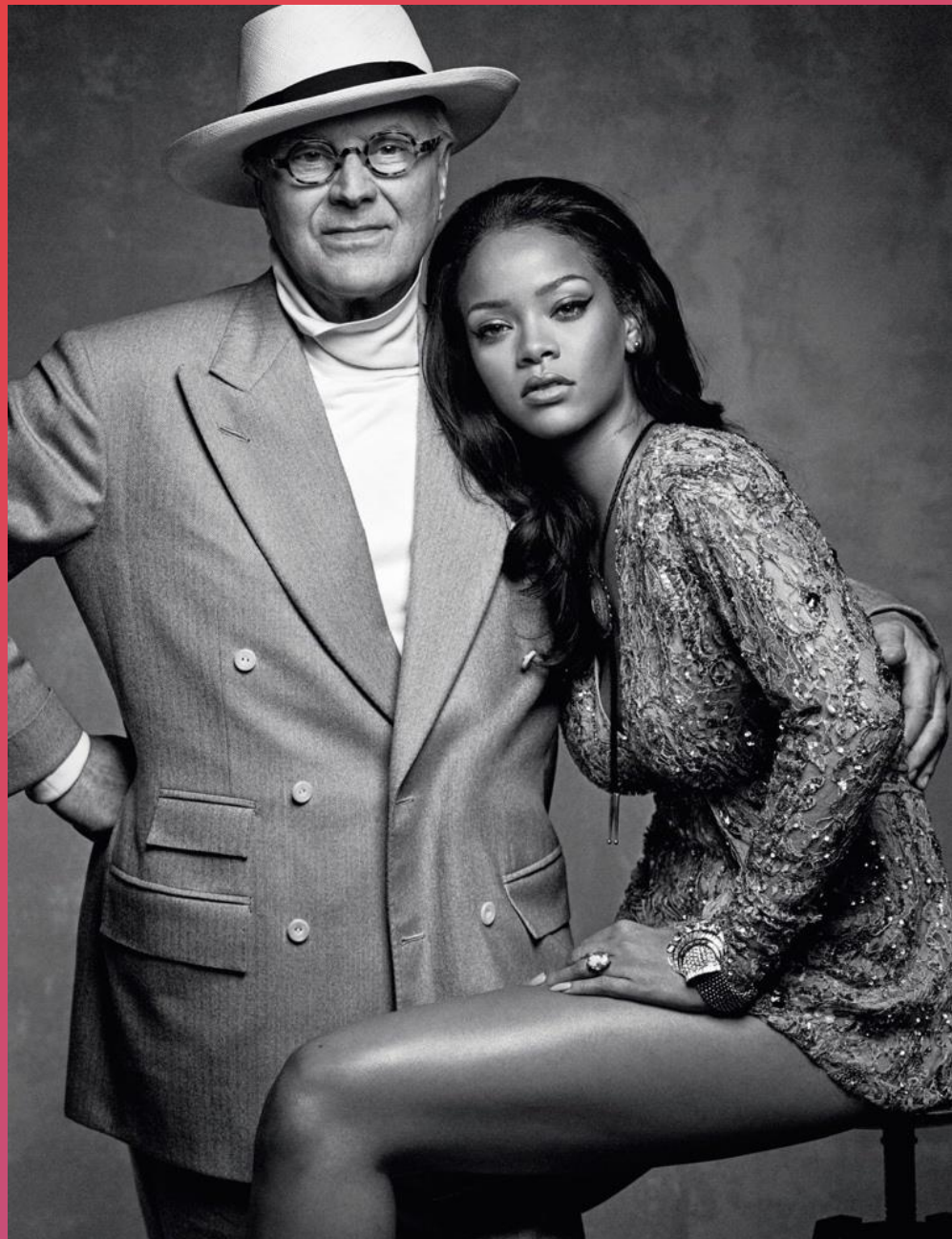
Где выход?

Коллаборация – старая тема с
НОВЫМ СМЫСЛОМ.



Риски

- размывание собственного личного бренда
- неправильное понимание ролей самими участниками (вплоть до «потери берегов» и конфликтов, выносящихся «на публику»)
- увеличение временных затрат на «переговоры» лидеров
- риск неверно выбранного партнера (не по уровню – происходит обесценивание одной из персон)
- в принципе не умение работать в команде одного из партнеров – избегание ответственности, признаки нарциссизма и пр.
- паразитическое взаимодействие.



Так все же – зачем?

- «Кризис жанра».
- Выход из хайпа.
- Одна голова хорошо – а две лучше.
- Увеличение охвата ЦА и пробуждение «своих заскучавших».
- Оптимизация бюджетов
- Личностное и функциональное взаимодействие. «Жрец», «воин» и «купец».



3 основных условия

Для чего? Четкое понимание желаемого результата.

Оценка себя и потенциального партнера. Ценностные ориентиры. Матрица в рамках модели желаемого результата.

Измеримое и конкретное определение «красных линий» обеих сторон.

Спасибо за внимание!

Контактная информация:

 **evdokimova_e**

 **8-913-745-74-18**

 **Евдокимова Екатерина**

