

A man with dark, wavy hair and a beard is playing an electric guitar. He is wearing a dark blue t-shirt with a graphic that says "LIVE". He has a tattoo on his right arm. The background is a solid purple color with several large, faint, light purple starburst shapes. A bright, multi-colored starburst effect is centered over the man's head and guitar.

Личный бренд автора

ЛОЛИТА ШЕЙДЛИН

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР «ЛИТНЕТА»

Словарик

Продукт

ТО, ЧТО ЧЕЛОВЕК ПОКУПАЕТ ИЛИ ПОТРЕБЛЯЕТ. ДЛЯ НАС С ВАМИ — КНИГА, ЦИКЛ, ИНОГДА ВЕСЬ АВТОРСКИЙ КАТАЛОГ.

Упаковка

ТО, БЛАГОДАРЯ ЧЕМУ ЧИТАТЕЛЬ ПОНИМАЕТ, ЧТО ПЕРЕД НИМ И ЗАЧЕМ ЕМУ ЭТО ЧИТАТЬ: ОБЛОЖКА, НАЗВАНИЕ, АННОТАЦИЯ, ЖАНР, ТЕГИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ.

Маркетинг

СИСТЕМА, КОТОРАЯ СОЕДИНЯЕТ ВАШ ПРОДУКТ С НУЖНЫМ ЧИТАТЕЛЕМ.

Продвижение

ДЕЙСТВИЯ, БЛАГОДАРЯ КОТОРЫМ О ПРОДУКТЕ УЗНАЮТ.

Реклама

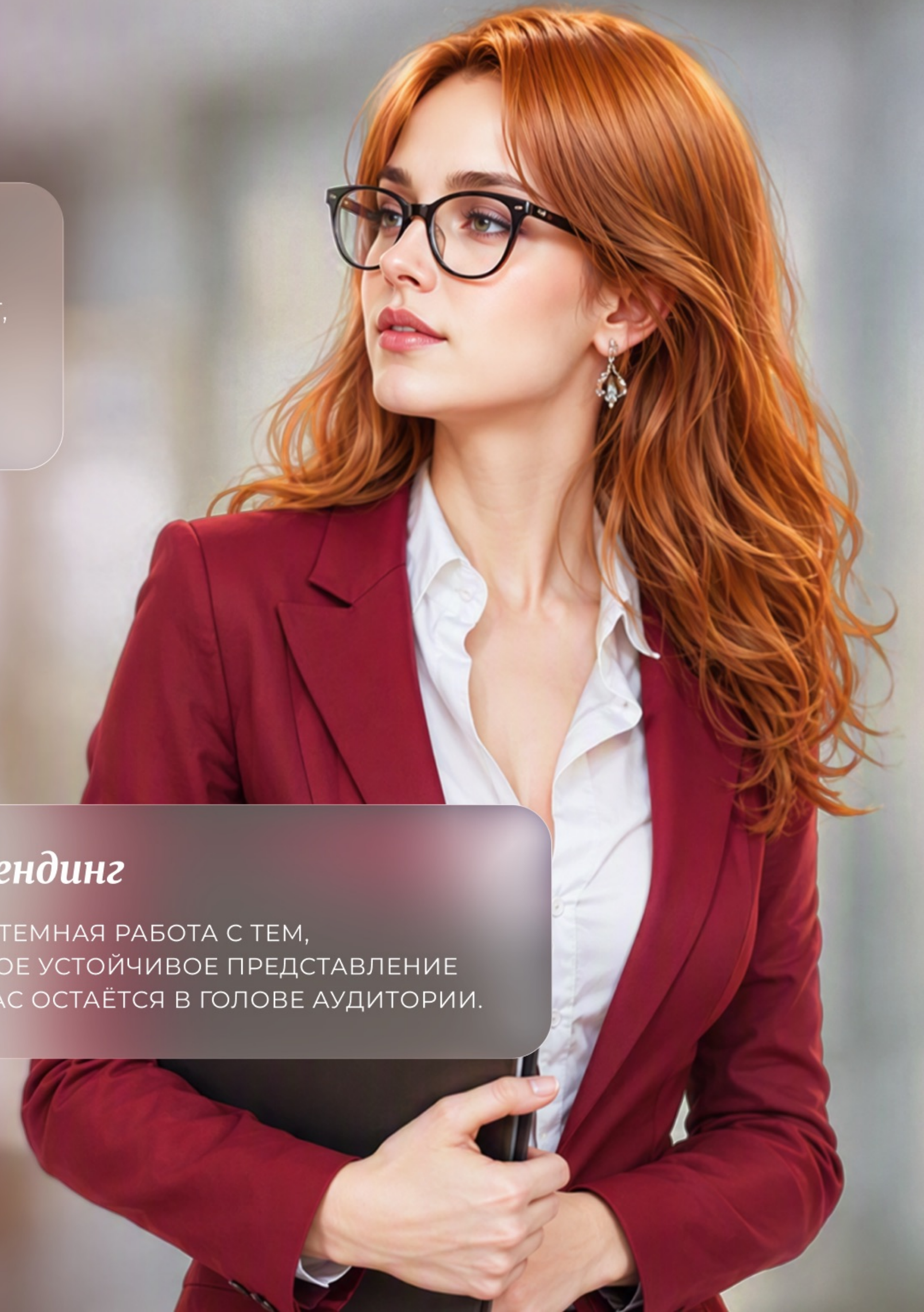
ПЛАТНЫЙ СПОСОБ ПОЛУЧИТЬ КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ.

SMM

РАБОТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ. ЭТО КАНАЛ, А НЕ СТРАТЕГИЯ

Брендинг

СИСТЕМНАЯ РАБОТА С ТЕМ, КАКОЕ УСТОЙЧИВОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ВАС ОСТАЁТСЯ В ГОЛОВЕ АУДИТОРИИ.



Стадии автора

1 СТАДИЯ

Меня еще почти никто не читает

РАБОТАЕТ ЛИ ВООБЩЕ МОЙ ПРОДУКТ?

ФОКУС: НА КНИГУ, ЖАНР, УПАКОВКУ, ПЕРВЫХ ЧИТАТЕЛЕЙ, ПЕРВЫЕ ПРОДАЖИ.

2 СТАДИЯ

Книга работает, нужно больше читателей

ФОКУС: НА ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМУ, КОЛЛАБОРАЦИИ, ВОРОНКУ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ

3 СТАДИЯ

Читателей уже много

ТЕПЕРЬ НУЖНО, ЧТОБЫ ОНИ ОСТАВАЛИСЬ СО МНОЙ И ПЕРЕШЛИ ОТ КНИГИ К АВТОРУ

ФОКУС: НА ПОВТОРНЫЕ ПОКУПКИ, СЛЕДУЮЩИЕ КНИГИ, ЦИКЛЫ, СОЦСЕТИ, СООБЩЕСТВО, ПРЯМОЙ КОНТАКТ С ЧИТАТЕЛЯМИ.

4 СТАДИЯ

Меня читают, теперь мне нужно, чтобы меня узнавали

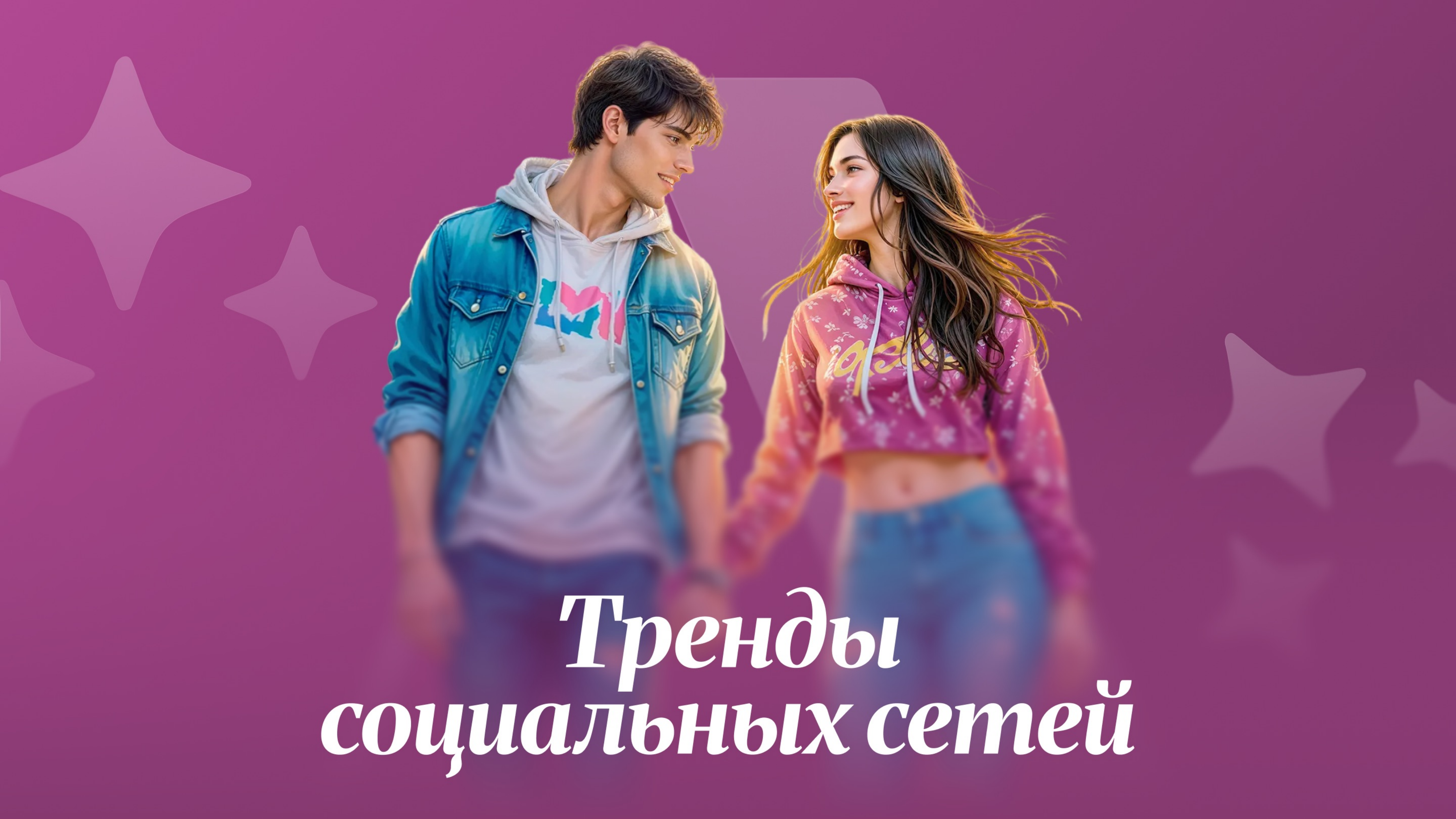
КАК ЗАНЯТЬ УСТОЙЧИВОЕ МЕСТО В ГОЛОВЕ СВОЕЙ АУДИТОРИИ?

ФОКУС: НА РАБОТУ С УЗНАВАЕМОСТЬЮ, ПОВТОРЯЕМЫМИ АССОЦИАЦИЯМИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕМ. ЭТО ПЕРВЫЕ ШАГИ К ОСОЗНАННОМУ БРЕНДИНГУ

5 СТАДИЯ

Меня знают в моей нише

ТЕПЕРЬ МНЕ НУЖНО БОЛЬШЕ ВЛИЯНИЯ

A young man and woman are shown from the waist up, holding hands and looking at each other with smiles. The man is wearing a white hoodie with a colorful graphic and a teal denim jacket. The woman is wearing a pink floral crop top and blue jeans. The background is a solid purple color with several light purple star shapes of varying sizes. The text 'Тренды социальных сетей' is written in a white, elegant script font at the bottom of the image.

Тренды социальных сетей

Вконтакте

Увеличивает охваты:

- ✓ **КОРОТКИЕ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ ВИДЕО**
(VK КЛИПЫ)
- ✓ **ИНТЕРАКТИВЫ**
(ПРИЗЫВЫ К ДЕЙСТВИЮ)
- ✓ **ЖИВОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ**
(ТО, ЧТО ПИШЕТ ЧЕЛОВЕК, НЕ ИИ)

Уменьшает охваты:

- ✗ **ССЫЛКИ В ПЕРВОМ АБЗАЦЕ**
- ✗ **ИЗБЫТОЧНАЯ ОБРАБОТКА
ФОТО** (МНОГО ФОТОШОПА)
- ✗ **НЕГАТИВНАЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ**
(НАЛИЧИЕ ЖАЛОБ
НА ВАШ КОНТЕНТ)
- ✗ **МНОГО ТЕКСТА НА КАРТИНКАХ**

Одноклассники

Увеличивает охваты:

- ✓ **ТЕПЛЫЕ И ДУШЕВНЫЕ ТЕМЫ,
ОТКЛИКАЮЩИЕСЯ АУДИТОРИИ**
- ✓ **КАЧЕСТВЕННЫЕ
ФОТОГРАФИИ**
- ✓ **АКТИВНОСТЬ В КОММЕНТАРИЯХ**

Уменьшает охваты:

- ✗ **КОРОТКИЕ ВИДЕО**
- ✗ **ПОЛИТИКА И ДРУГОЙ
ОСТРЫЙ КОНТЕНТ**
- ✗ **ТЕКСТ БЕЗ ФОРМАТИРОВАНИЯ**

Дзен

Увеличивает охваты:

- ✓ **ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ПРОЧТЕНИЙ**
(ЧЕМ БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ ЧИТАТЕЛЬ
ПРОВОДИТ ЗА ЧТЕНИЕМ КОНТЕНТА,
ТЕМ БОЛЬШЕ ЭТОГО КОНТЕНТА
ОН ВИДИТ В ЛЕНТЕ)
- ✓ **ИНТРИГУЮЩИЕ ЗАГОЛОВКИ
И КЛИКБЕЙТЫ**
- ✓ **РЕГУЛЯРНАЯ ПУБЛИКАЦИЯ**

Уменьшает охваты:

- ✗ **ВОДЯНЫЕ ЗНАКИ**
- ✗ **ИГНОРИРОВАНИЕ
КОММЕНТАРИЕВ**
- ✗ **КОРОТКИЙ КОНТЕНТ**

Брендинг

У меня
уже есть
аудитория

Она регулярно
сталкивается
со мной

У неё начинают
возникать
устойчивые
ассоциации

Теперь я могу
сознательно
ими управлять

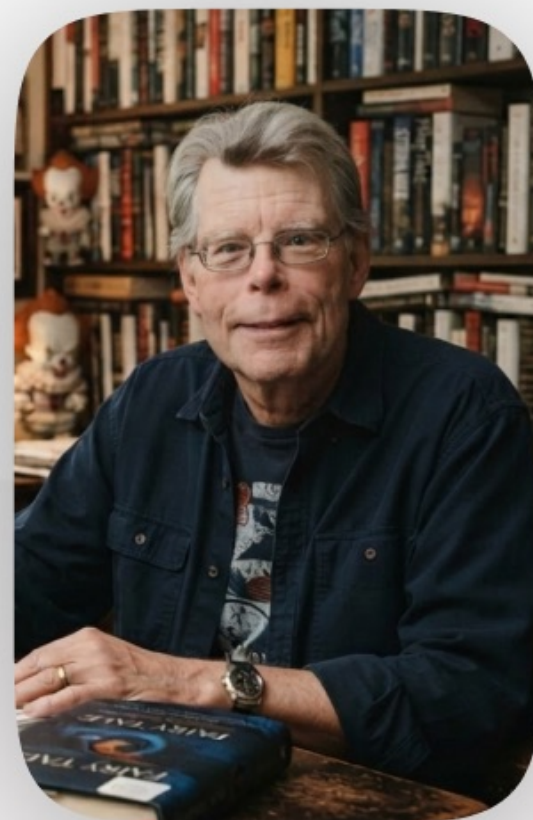


Личные бренды популярных авторов



Виктор Пелевин

ДЕФИЦИТ ЛИЧНОСТИ,
ПОВТОРЯЕМОСТЬ АВТОРСКОГО
ПРОДУКТА, СОБСТВЕННЫЙ
КУЛЬТУРНЫЙ ЯЗЫК, РИТУАЛ
ЕЖЕГОДНОГО РЕЛИЗА. КАЖДАЯ
КНИГА КОММЕНТИРУЕТ
НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ



Стивен Кинг

ЗАНЯТАЯ КАТЕГОРИЯ: «КОРОЛЬ
УЖАСОВ», ПРОДУКТОВАЯ
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ (ЗНАЕШЬ,
ЧЕГО ЖДАТЬ), СОБСТВЕННАЯ
ГЕОГРАФИЯ, ПОВТОРЯЮЩИЕСЯ
СИМВОЛЫ, МИФОЛОГИЯ ВОКРУГ
САМОГО РЕМЕСЛА



Дарья Донцова

ЗАНЯТАЯ КАТЕГОРИЯ:
«ИРОНИЧЕСКИЙ ДЕТЕКТИВ»,
КОНКРЕТНОЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ
ОБЕЩАНИЕ, ПРЕДЕЛЬНАЯ
РЕГУЛЯРНОСТЬ, СЕРИЙНОСТЬ
И ПОВТОРЯЮЩИЕСЯ ГЕРОИ,
УСТОЙЧИВАЯ УПАКОВКА

Личные бренды популярных авторов



Джоан Роулинг

БРЕНД ЧЕРЕЗ МИР



Джордж Мартин

БРЕНД ЧЕРЕЗ СЛОЖНУЮ
ВСЕЛЕННУЮ



Нил Гейман

БРЕНД ЧЕРЕЗ АВТОРСКИЙ ГОЛОС



Агата Кристи

БРЕНД ЧЕРЕЗ ФОРМУЛУ ПРОДУКТА



Харуки Мураками

БРЕНД ЧЕРЕЗ АТМОСФЕРУ



Пауло Коэльо

БРЕНД ЧЕРЕЗ ОДНУ
БОЛЬШУЮ ИДЕЮ



Дэн Браун

БРЕНД ЧЕРЕЗ
КОНСТРУКЦИЮ СЮЖЕТА



Колин Гувер

БРЕНД ЧЕРЕЗ
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ СЦЕНАРИЙ
И ВООКТОК



Сара Дж. Маас

БРЕНД ЧЕРЕЗ
ФАНДОМ



Макс Фрай

БРЕНД ЧЕРЕЗ ГОЛОС,
МИР И ПСЕВДОНИМ

Бренд может быть маленьким

БРЕНД НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ОЗНАЧАЕТ, ЧТО ВАС ЗНАЕТ МИЛЛИОН ЧЕЛОВЕК. МОЖНО БЫТЬ **ЧРЕЗВЫЧАЙНО СИЛЬНЫМ** БРЕНДОМ СРЕДИ **10 ТЫСЯЧ ЧИТАТЕЛЕЙ** КОНКРЕТНОЙ НИШИ

Задача:

ЗАХВАТИТЬ МАЛЕНЬКУЮ АССОЦИАЦИЮ И ТОЛЬКО ПОТОМ РАСШИРЯТЬ ЕЕ

Не нужно быть «писателем для всех»

НА РАННИХ СТАДИЯХ ГОРАЗДО ВЫГОДНЕЕ БЫТЬ ПЕРВЫМ ЧЕЛОВЕКОМ, КОТОРОГО ВСПОМИНАЕТ КОНКРЕТНАЯ ГРУППА В КОНКРЕТНОМ КОНТЕКСТЕ



Чек-лист по стадиям до работы с брендингом

1 СТАДИЯ

У вас уже есть работающий продукт

ЛЮДИ ПОКУПАЮТ И ЧИТАЮТ КНИГИ

2 СТАДИЯ

Есть повторяемость

ПОКУПАЮТ НЕ ТОЛЬКО КОНКРЕТНУЮ КНИГУ, НО И СЛЕДУЮЩУЮ

3 СТАДИЯ

У вас появляется собственная аудитория

ЛЮДИ ПРИХОДЯТ УЖЕ «НА ВАС».

4 СТАДИЯ

Вы упираетесь в потолок обычного продвижения

ЕЩЁ ОДИН РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ НЕ РЕШАЕТ ЗАДАЧУ РОСТА

5 СТАДИЯ

Вам становится важно влияние

ЧТОБЫ ПРИГЛАШАЛИ НА СОБЫТИЯ, СПРАШИВАЛИ МНЕНИЕ, ЖДАЛИ НОВЫЙ ПРОЕКТ, ШЛИ ЗА ВАМИ В НОВЫЙ ЖАНР ИЛИ ФОРМАТ

Что автор может делать для узнаваемости до начала работы с большим брендингом?

Повторяемость

ОДИН ЖАНР/НЕСКОЛЬКО БЛИЗКИХ ЖАНРОВ/
УСТОЙЧИВЫЙ НАБОР ЭМОЦИЙ

Повторяемые обещания

ЧИТАТЕЛЬ
ПРИМЕРНО ЗНАЕТ
ЧТО ПОЛУЧИТ

Повторяемые элементы

ТОН ОБЩЕНИЯ, ВИЗУАЛЬНЫЕ
ПАТТЕРНЫ, ТЕМЫ,
ТИП ГЕРОЕВ, МИРЫ, СЕРИИ

Сообщество

КОНТАКТ С ЯДРОМ
ЧИТАТЕЛЕЙ, КОММЕНТАРИИ,
ЗАКРЫТЫЕ ГРУППЫ,
АКТИВНОСТИ

Коллаборации

ВЫ ЗАИМСТВУЕТЕ
УЗНАВАЕМОСТЬ
СОСЕДНЕЙ
АУДИТОРИИ

Мнемонические элементы

ПСЕВДОНИМ, ХАРАКТЕРНАЯ
ФРАЗА, СИМВОЛ, ПЕРСОНАЖ,
ОФОРМЛЕНИЕ