УДК 65

Автор:

Кагарманов С. С.

Студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Россия, Новосибирск

Научный руководитель:

Титова Наталья Александровна

Доцент кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью,

кандидат экон. наук,

ФГБОУ ВО «НГУЭУ»

АВТОРСКИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

Аннотация: В научной статье рассматриваются методы и этапы формирования стратегии продвижения личного бренда в условиях российского цифрового и профессионального пространства. Анализируются ключевые компоненты стратегии, включая аудит аудитории, постановку целей, выбор каналов продвижения, создание контента и визуальной идентичности, а также мониторинг эффективности. Приводятся успешные российские кейсы, демонстрирующие значимость системного и адаптивного подхода к развитию личного бренда.

Ключевые слова: личный бренд, продвижение, цифровые платформы, стратегия, маркетинг, контент, коммуникации, медийная активность.

Author:

Kagarmanov S. S.

Student

Novosibirsk State University of Economics and Management
Russia, Novosibirsk
Scientific supervisor:
Titova Natalia Alexandrovna
Associate Professor of the Department of Marketing, Advertising and Public Relations, Candidate of Economics,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "NSUEU"

AN AUTHOR'S APPROACH TO FORMING A PERSONAL BRAND PROMOTION STRATEGY IN RUSSIAN REALITIES

Abstract: The scientific article examines the methods and stages of developing a personal brand promotion strategy in the Russian digital and professional space. It analyzes the key components of the strategy, including audience audit, setting goals, choosing promotion channels, creating content and visual identity, and monitoring effectiveness. The article provides successful Russian case studies that demonstrate the importance of a systematic and adaptive approach to personal brand development.

Keywords: personal brand, promotion, digital platforms, strategy, marketing, content, communications, media activity.

В современном профессиональном и цифровом пространстве личный бренд становится неотъемлемым инструментом карьерного и бизнес-роста. Ранее формирование имиджа было прерогативой публичных персон или руководителей крупных компаний, сегодня же личный бренд необходим каждому специалисту, стремящемуся выделиться на рынке труда, привлечь клиентов или расширить аудиторию.

Анализ текущих тенденций демонстрирует, что цифровые платформы, социальные сети и мессенджеры являются ключевыми инструментами продвижения. По данным Mediascope (Digital Brand Day, 2023) [7], более 70% российских профессионалов активно используют такие

каналы, как ВКонтакте и Telegram, для демонстрации экспертности и взаимодействия с аудиторией. При этом рост конкуренции и насыщенность информационного пространства создают необходимость системного подхода к построению личного бренда. Одного яркого аккаунта в соцсетях или нескольких публикаций недостаточно: требуется стратегия, которая объединяет ценности личности, экспертные компетенции, визуальную идентичность и каналы коммуникации в единую, управляемую систему.

Таким образом, актуальность исследования заключается в необходимости разработки методологии формирования стратегии продвижения личного бренда, способной адаптироваться под цифровую среду России и обеспечивать долгосрочную устойчивость профессионального имиджа.

Цель данной статьи — предложить авторский подход к формированию стратегии продвижения личного бренда, который учитывает специфику российских цифровых и офлайн-каналов, особенности целевых аудиторий и современные тенденции в управлении имиджем. Задачи, вытекающие из цели, включают:

1. Анализ текущих методов и инструментов продвижения личного бренда.
2. Выделение ключевых компонентов стратегии, обеспечивающих системность и эффективность.
3. Разработка практических рекомендаций по выбору каналов, форматов контента и методов оценки эффективности.
4. Формирование модели адаптивного управления личным брендом для российских условий.

Предлагаемый подход базируется на интеграции анализа текущего состояния бренда, постановки стратегических целей, выбора каналов продвижения и инструментов коммуникации, а также оценки эффективности реализованных действий.

Ниже представлена структурированная схема этапов стратегии с указанием основных действий, используемых инструментов и методов оценки эффективности

Таблица 1 - Этапы формирования и реализации стратегии продвижения личного бренда

Этап стратегии	Основные действия	Каналы и инструменты	Методы оценки эффективности	Цель этапа
Анализ текущего состояния бренда	Аудит идентичности личности, миссии, компетенций, восприятия аудитории	Соцсети: ВК, Telegram, Rutube; Платформы: LinkedIn.ru, Хабр; Опросы, мониторинг упоминаний	SWOT-анализ, опросы, фокус-группы, мониторинг комментариев и реакций	Определить сильные и слабые стороны бренда, выявить возможности для продвижения

Продолжение таблицы 1

Этап стратегии	Основные действия	Каналы и инструменты	Методы оценки эффективности	Цель этапа
Постановка целей и ценностного предложения	Формулирование стратегических целей, определение УТП личности	Документы стратегии, KPI-доски, стратегические карты	KPI целей, соответствие ценностного предложения запросам аудитории	Повышение узнаваемости, укрепление экспертного статуса, формирование доверия
Выбор каналов продвижения и инструментов коммуникации	Планирование публикаций, форматов и каналов контента	ВК (статьи, кейсы), Telegram (сообщество, рассылки), YouTube/Rutube (видео), конференции, форумы	Метрики публикаций: охват, вовлечённость, подписчики	Обеспечить системное присутствие и коммуникацию с целевой аудиторией
Создание контента и визуальной идентичности	Разработка контент-стратегии, визуального стиля, storytelling	Тексты, видео, подкасты, инфографика, брендбук	Engagement rate, тональность комментариев, частота публикаций	Формирование узнаваемого, привлекательного и доверительного имиджа
Мониторинг и корректировка стратегии	Отслеживание реакции аудитории, адаптация контента и каналов	Аналитика соцсетей, опросы, фокус-группы	Изменение охвата, вовлечённости, удовлетворённость аудитории	Повышение эффективности стратегии, адаптация к изменениям среды
Долгосрочное позиционирование и устойчивость бренда	Планирование профессионального роста, укрепление репутации, управление влиянием	Публикации в СМИ, участие в рейтингах, коллаборации, офлайн-мероприятия	ROI, рост числа упоминаний, укрепление репутации	Создание устойчивого личного бренда с доверительной и профессиональной репутацией

Представленная таблица систематизирует ключевые этапы формирования и реализации стратегии продвижения личного бренда, связывая каждый шаг с конкретными действиями, инструментами и методами оценки эффективности. Такой подход позволяет визуализировать процесс стратегического управления брендом, делая его более понятным и управляемым. Авторская точка зрения заключается в том, что успех

стратегии продвижения личного бренда напрямую зависит от согласованности всех этапов: анализ аудитории и текущего состояния, постановка целей, разработка контентной и коммуникационной стратегии, внедрение и последующая адаптация. Особенно важно подчеркнуть взаимосвязь между цифровыми и офлайн-каналами, а также регулярный мониторинг KPI, который позволяет своевременно корректировать действия и сохранять актуальность бренда в профессиональной и цифровой среде.

Эффективная стратегия продвижения личного бренда требует обязательного продумывания всех этапов. Без системного подхода продвижение будет фрагментарным и малоэффективным. Ниже приведены успешные российские кейсы, демонстрирующие результативность продуманной стратегии продвижения личного бренда:

1. Кейс - Ксения Собчак

Телеведущая, журналист и общественный деятель Ксения Собчак строит личный бренд через сочетание цифровых платформ (Instagram (запрещен в РФ), YouTube, Telegram, ВК) и офлайн-активностей (конференции, медийные проекты). Чётко сформированное ценностное предложение, регулярный контент и публичная активность обеспечивают узнаваемость и влияние на аудитории [4].

2. Кейс - Артемий Лебедев «Личный бренд как бизнес-актив».

Артемий Лебедев, дизайнер и основатель «Студии Артемия Лебедева», формирует личный бренд через сочетание цифровых платформ (Telegram, YouTube, подкасты) и офлайн-активностей (интервью, участие в шоу, публикации проектов студии). Чётко выстроенное ценностное предложение, регулярный контент и активная медийная позиция позволяют ему поддерживать узнаваемость, укреплять доверие к бренду и продвигать собственные бизнес-проекты [3].

Эти примеры демонстрируют, что системный и адаптивный подход к продвижению личного бренда, включающий анализ аудитории, разработку ценностного предложения, выбор эффективных каналов коммуникации и регулярный мониторинг результатов, может привести к значительным успехам в различных профессиональных сферах.

Использованные источники:

1. Дым, Е. А. MidJourney для личного бренда: как создать визуальный стиль, который работает на вас / Е. А. Дым. — М.: Бомбора, 2023. — 192 с.
2. Как построить личный бренд в России: руководство к действию [Электронный ресурс] // РБК Тренды. – 2023. – URL: https://trends.rbc.ru/trends/social/ (дата обращения: 14.09.2025).
3. Лебедев А. Личный бренд как бизнес-актив [Электронный ресурс] // Блог «Студии Артемия Лебедева». – 2024. – URL: https://www.artlebedev.com/ (дата обращения: 14.09.2025).
4. Личный бренд Собчак: что за ним стоит? [Электронный ресурс] // TOP BEAUTY. – 2017. – URL: https://www.tbeauty.ru/celebrities/famous/lichnyy-brend-sobchak-chto-za-nim-stoit/ (дата обращения: 14.09.2025).
5. Мавричева, А. С. Ход публичности / А. С. Мавричева. — СПб.: Питер, 2022. — 208 с.
6. Манн, И. Б. Личный маркетинг без бюджета. Пошаговое практическое руководство по превращению в узнаваемого и высокооплачиваемого профессионала / И. Б. Манн. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 256 с.
7. МедиаСкопе. Digital Brand Day 2023: Исследование цифрового поведения профессионалов [Электронный ресурс]. – 2023. – URL:

https://www.mediascope.ru/digital-brand-day-2023 (дата обращения: 14.09.2025).

8. Семенчук, В. Ю. 101 способ раскрутки личного бренда. Как сделать себе имя / В. Ю. Семенчук. — М.: АСТ, 2020. — 288 с.

9. Шепель, В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М.: Феникс, 2021. – 288 с.