Содержание

Вступление 7

Часть I

Перед стартом

Глава 1. День из жизни звездного блогера (и 13 причин, почему ВАМ нужно завести блог) 15

Глава 2. Что такое блогинг? 42

Глава 3. Кто ты такой и какое мне до тебя дело? 70

Глава 4. Создай собственный бренд 103

Глава 5. Покажи мне деньги 132

Часть II

Создаем свой блог, ведем его — и преодолеваем первые трудности

Глава 6. Заводим блог 165

Глава 7. Создаем контент 193

Глава 8. Трафик 219

Глава 9. Заходим в социальные сети 247

Глава 10. Цифровой след для вашего бизнеса 274

Глава 11. Натыкаемся на стену и другие преграды для блогинга 297

Это ваш шанс — не упустите его! 310

Вступление

Место действия — Сохо, Лондон. Мероприятие — Лондонская неделя моды, но больше всего шума вокруг… скажем, не совсем того, что можно предположить: в центре внимания не подиум…

Знакомая сцена: сливки мировой индустрии моды прогуливаются по улицам, кочуют с показа на показ, попутно демонстрируя собственные сногсшибательные наряды, и, не выпуская из рук iPhone, то и дело строчат что-то в социальных сетях.

Но нынче ветер переменился: все внимание приковано к новым «випам» мира моды. Если раньше первые ряды заполняли редакторы журналов и фотографы, главные модные авторитеты, которых дизайнеры всячески обхаживали, то теперь их место заняла совсем другая когорта влиятельных персон…

…Фэшн-блогеры — и у них даже появилась собственная звездная «зона».

«Апартаменты» — это рабочее пространство, которое создается на время недели моды исключительно ради удобства ста пятидесяти самых влиятельных блогеров мира. Лаконичный декор с преобладанием белого цвета, кафетерий с едой из французского ресторана Aubaine и полки, заставленные до потолка кокосовой водой и винными коктейлями, — актуальный сплав отеля класса люкс и дизайнерского офиса.

В главном зале под рукой есть все, что нужно для создания и обработки контента: от компьютеров с новейшими программами для редактирования материалов до самых навороченных смартфонов и планшетов, предоставленных компанией Three. На стены проецируется прямая трансляция с показов, и, презрев некомфортные условности обычных офисов, звездные блогеры следят за ними, уютно расположившись на широких кожаных диванах и в креслах-качалках от Eames.

Но это еще не все. В соседнем зале, «Студия красоты», их ждет Марк Хилл, один из самых известных парикмахеров Великобритании, — он и его команда готовы в любой момент предложить нашим ста пятидесяти первосортным блогерам свои элитные услуги по преображению. Тут же на подхвате и другие ведущие бренды: у них можно нарастить ресницы или сделать маникюр. В «Шоуруме» такие марки, как Urban Outfitters, Boden и Genevieve Sweeney, готовы предоставить напрокат одежду и аксессуары — этим блогерам не нужно объяснять, зачем стоит появиться на публике минимум в трех разных нарядах за день.

И это не только лондонский феномен...

Подобные картины наблюдались и на Нью-Йоркской неделе моды, где влиятельные фэшн-блогеры вроде Bryanboy и Леандры Медин занимали на показах привилегированные места в первом ряду по соседству с традиционными авторитетами вроде редактора Vogue Анны Винтур.

Почему же? Дело не только в том, что их блоги имеют столь же гигантский охват, как и традиционные СМИ:

печатные журналы, телевизионные шоу или газеты. Важнее то, что у них, ко всему прочему, самая *увлеченная* аудитория. Ведущие фэшн-блогеры красноречивы, симпатичны и оригинальны, их мнения непредвзяты, и они не играют по чужим правилам, а создают свои — поэтому их связь с аудиторией крепче, чем у любого обычного СМИ.

Неудивительно, что бренды это заметили. Им приходилось молча наблюдать, как люди все чаще и чаще пролистывают или напрочь игнорируют их рекламу в журналах, сколько бы денег они ни вываливали за лучших фотографов и моделей. Они быстро поняли, что к чему, — и захотели урвать долю того спроса, влияния и интереса, которыми располагают новоявленные звезды.

Бренды, ежегодно тратившие миллионы на рекламу на традиционных площадках, теперь готовы потратить их на блогеров и с каждым годом предлагают им все более заманчивые контракты. В 2016 г. планка поднялась до небывалых высот: фэшн-блогер Кристина Базан, чей блог Kayture (kayture.com) является самым популярным в Швейцарии и набирает все бóльшую известность в мире, заключила контракт с L'Oréal, который, по слухам, будет ежегодно приносить ей семизначную сумму, и это всего в 21 год!

По словам Яна Джоффредо, вице-президента L'Oréal по продвижению на международном косметическом рынке: «Она перебросит мост между классической рекламой и потребителем. Кристина в полной мере отражает принципы нашего бренда». Конечно, не в последнюю очередь потому, что у нее без малого два с половиной миллиона подписчиков в Instagram, а в ее блог заглядывают более двух миллионов пользователей в месяц!

Это касается не только мира моды

Из всей блогосферы самыми заметными и известными становятся, пожалуй, именно фэшн- и лайфстайл-блогеры (то есть те, кто пишет о моде и о стиле жизни). Это сетевой эквивалент голливудских звезд в традиционных СМИ — они ведут, кажется, самый классный образ жизни, занимаются самыми крутыми делами и, по видимости, уложили весь мир к своим ногам.

Это современная сказка о Золушке: счастливая история о тех, кто сумел пройти путь от безвестности к славе и успеху, которая так и осталась бы фантазией, не будь у них ноутбука и не умей они на нем печатать. Она показывает, что молодому человеку достаточно собственного мнения и оригинального контента, чтобы подняться на вершину такой, казалось бы, неприступной индустрии, как мода.

Но фэшн-блогинг — это лишь часть огромной и прибыльной блогосферы. Чем бы вы ни занимались, кем бы ни были, чем бы ни интересовались, какими бы знаниями ни обладали, какой бы бизнес ни вели, блогинг может пойти вам на пользу и изменить вашу жизнь.

Блогинг продолжает набирать силу

Блогинг не нов. В главе 2 мы немного поговорим об истории — с чего все начиналось и как развивалось, — но сегодняшние фэшн-блогеры демонстрируют, до чего это все дошло. Это уже не просто способ высказаться в сети, как было 10 лет назад, — теперь это поле, где жесточайшую конкурентную борьбу за внимание ведут информационные агентства, бренды, знаменитости и ваша

приятельница, которая пишет о проказах своих детей, и потому сейчас как никогда сложно добиться по-настоящему большого успеха среди бессчетного множества цифровых рассказчиков.

Так чем же выделиться в мире, где все хотят вести блоги и где уже есть посты на любую возможную тему? Как прийти в интернет никем и заработать громкое имя? Как, будучи владельцем бизнеса, использовать веб-контент для продвижения своего бренда, укрепить свой статус и достичь успеха?

В этой книге я познакомлю вас с опытом лучших блогеров со всего мира, которые поделились с нами своими историями. Еще я освещу практические и теоретические аспекты блогинга, но не стоит полагать, будто эта книга — пошаговое техническое руководство по созданию блога. Моя цель иная: я бы хотела дать вам всеобъемлющее представление о блогосфере и тех возможностях, которые она предлагает как частным лицам, так и бизнесменам. Вы узнаете о них на примере людей, которые благодаря своим блогам зажили такой жизнью, о какой не могли и мечтать.

Неважно, кто вы: мама-домохозяйка, начинающий фэшн-блогер или владелец малого бизнеса — вы увидите, какая философия, стратегии и общая картина стоят за успешным блогингом. Если вы хотите создать блог, но не знаете, с чего начать; если вы уже обзавелись блогом, но хотели бы подняться на другой уровень; если вы владеете бизнесом, большим или малым, и задаетесь вопросом, как веб-контент и блогинг могли бы помочь вам улучшить показатели, заполучить больше клиентов и завоевать лидерство в своей области, эта книга для вас.

Хотя в центре внимания книги будут находиться блоги с текстовым наполнением (которое, по моему убеждению, всегда лежит в основе успеха, будь это блог интернет-звезды, частный блог, блог эксперта или бизнес-блог), мы также поговорим о личном бренде, видеоблогинге и социальных сетях, потому что в современном мире, где все так тесно связаны друг с другом, где так важно уметь налаживать контакты и вести диалог, успех и статус вашего блога неразрывно связаны с вашим положением в веб-пространстве — полученным не только за счет собственного сайта, НО И за счет присутствия на нынешних гигантских социальных платформах. В стремлении создать блог на миллион долларов невозможно выделить какую-либо составляющую успеха и стараться реализовать только ее одну. Напротив, нужно охватить все аспекты цифрового мира — вы убедитесь в этом сами и, вероятно, вскоре начнете придумывать контент разного типа для своего блога и страниц в социальных сетях.

Какую бы цель вы ни преследовали, вам предстоит узнать, как направить мощь сетевого контента на то, чтобы заявить о себе, создать новые возможности, заработать деньги и, наконец, стать суперзвездой.

ЧАСТЬ I

Перед стартом

Вы решили стать звездным блогером или использовать блогинг, чтобы развить свой бизнес или укрепить статус. Возможно, у вас уже есть блог или личная страница, которые вы бы хотели сделать популярными. Замечательно! Если и есть в этом мире какое-то средство, которое помогло бы вам взять свою жизнь в собственные руки и проложить новый курс или сделать из маленькой идеи гигантский проект, так это создание сетевого контента и наращивание вашего присутствия в интернете.

И что же, нужно всего лишь сесть за компьютер и начать печатать, так? Ну, отчасти да, но все не так просто. Понимаете, успеха в сети нельзя достичь, если работаешь только в одном направлении или выполняешь одно-единственное действие. Это многогранная и многоуровневая конструкция, ее нужно рассмотреть под всеми возможными углами и как следует понять.

Первая часть этой книги целиком посвящена сборке того каркаса, на котором зиждется сетевой успех. У многих блогеров, пытающихся завоевать популярность в интернете, нет того 360-градусного обзора, который получите вы, а если и есть, они открыли его для себя методом проб, ошибок и случайных удач. Наслаждайтесь.

Глава 1

День из жизни звездного блогера (и 13 причин, почему ВАМ нужно завести блог)

Величайшая миграция человечества

В современном мире блогинг, благодаря в первую очередь чрезвычайно приметным фэшн- и лайфстайл-блогерам, стал «работой мечты».

Недавний (2014 г.) опрос показал, что 25% британцев моложе 25 лет хотели бы построить карьеру в блогинге (для сравнения: только 14% выбрало спорт и лишь 9% — политику). В рамках этого же опроса была сделана попытка выявить причины, по которым блогинг кажется столь привлекательным занятием:

- блогерам не приходится много работать (так считает 29% респондентов);
- блогеры получают хорошие деньги (22%);
- блогерами восхищаются другие люди (19%);
- заниматься блогингом просто (16%).

Статистика говорит о том же. В одной только Британии в Google ежемесячно вбивается 100 000 запросов на темы вроде «Как вести блог» и «Как мне создать свой

блог». А если обратиться к общемировым данным, то ежедневно на одной только платформе WordPress открывается 50 000 новых блогов. Да что там говорить, у каждого из нас найдется хотя бы один знакомый, который хочет вести блог, или считает, что ему следовало бы заняться блогингом, или уже пробовал делать это на полном серьезе.

За последние годы понятие «знаменитость» распространилось на новую категорию, «звездных блогеров» — людей, зарабатывающихся на своих блогах миллионы и привлекающих не меньше внимания, чем уже привычные звезды шоу-бизнеса. Их высокий статус раз за разом подтверждают приглашения на мероприятия (с поистине звездными гонорарами), дизайнерские вещи, оплаченные перелеты и проживание в шикарных отелях — все это влиятельным блогерам предоставляют бренды, чью продукцию они упоминают в своих блогах.

Однако прибыльный блогинг существует не в одном лишь мире роскоши и популярности. В мире бизнеса сейчас все прибегают к помощи контент-маркетинга (он учит создавать качественный контент для бренда или бизнеса, чтобы привлечь потенциальных клиентов, укрепить лояльность к бренду и распространить информацию о вас — то есть это *блогинг ради бизнеса*), и этот рынок сейчас оценивается в немыслимые £4 МИЛЛИАРДА в одной только Британии.

Компании либо нанимают сторонние агентства, чтобы те создавали им контент, либо, как делают настоящие лидеры отраслей вроде Burberry, открывают собственные контент-студии, которые неустанно обновляют сайты и страницы компании в социальных сетях, что подстегивает продажи и позволяет оставить далеко позади вне-

сетевых конкурентов. У интернет-журнала Journey компании Coca-Cola (созданного как раз в рамках такой контент-стратегии) 24 онлайн-версии по всему миру, его читают миллионы посетителей в месяц, и он пользуется неослабевающим вирусным успехом.

Кроме того, специалисты в разных сферах бизнеса, от совладельцев фирм до инструкторов по фитнесу и от консультантов по менеджменту до PR-специалистов, обращаются к блогингу, чтобы укрепить свою репутацию эксперта, повысить авторитет и привлечь к себе больше внимания в соответствующей индустрии.

Почему ВЫ взялись за эту книгу? (и 13 причин завести свой блог!)

Что в сфере моды, что в сфере профессиональных услуг блогинг может принести колоссальную прибыль, поэтому, какими бы ни были ваши мотивы, меня нисколько не удивляет то, что эта книга попала к вам в руки. Но, вероятно, вы все еще сомневаетесь в возможностях блогинга и не можете понять, как именно посты превращаются в деньги и в чем же все-таки кроется секрет притягательности блогинга. Поэтому давайте рассмотрим 13 веских причин завести свой блог…

Простой путь к созданию собственного бизнеса

1. Блогинг — это легко

На протяжении большей части книги я буду рассказывать вам о том, как нелегко стать звездным блогером с большим доходом, — но сам процесс блогинга очень неза-

мысловат, и, если рассматривать блогинг как малый бизнес, заняться им проще простого.

Чтобы начать свое дело, как правило, требуются деньги — на сырье, инструменты, аренду или покупку помещения. Но блог на WordPress можно создать бесплатно, и даже если вам захочется обзавестись собственным зарегистрированным доменным именем, оно обойдется вам менее чем в £100. Чтобы задать некоторые основные параметры своего блога, надо совсем немного времени, и сделать это можно, даже не имея собственного компьютера (хотя ваша жизнь будет намного проще, если вы его все-таки приобретете, — тем более компьютеры с каждым годом становятся все дешевле).

Итак, препятствий на пути в блогосферу почти нет, а истории о блогерских успехах столь восхитительны, что сложно найти хотя бы один повод не попробовать собственные силы.

Шанс улучшить свою жизнь

2. Вы можете заработать деньги

Я-то знаю — у меня это получилось!

В 2008 г. я занялась блогингом в поддержку бизнеса, которым тогда владела, — это было одно из ведущих информационных интернет-агентств Британии под названием Talk to the Press. Если вкратце, наша компания давала обычным людям возможность выйти на СМИ и поделиться своими историями в крупнейших газетах, журналах и на телевидении.

На протяжении многих лет мы помогали тысячам обычных людей привлечь к себе внимание прессы и нала-

дить с ней контакт, добиться публикаций в женских журналах или национальных газетах, увидеть, как события их жизни ложатся в основу книг, освещаются в телепрограммах и документальных фильмах. Мы вывели десятки историй на первые полосы газет, и некоторые наши клиенты сумели открыть путь для серьезных перемен — например, изменения законов, касающихся таких проблем, как жестокое обращение с детьми. Наше агентство также выиграло множество наград и позволило мне оказаться в престижном списке «Тридцать пять самых успешных женщин Британии моложе тридцати пяти лет» журнала *Management Today* и победить в категории «Женщины в бизнесе» на Startups Awards.

Как же мы всего этого добились? Очень просто — благодаря блогингу. Дважды в неделю мы публиковали записи о своей деятельности, выкладывали истории успеха и фотографии из «закулисья», рассказывали, показывали и демонстрировали на примерах, чем мы можем помочь людям и как нам уже удалось изменить чье-то положение, — и вскоре с нами начали происходить всякие замечательные события.

Наши позиции в Google поднимались все выше, пока мы не заняли верхнюю строчку по всем ключевым словам, из-за чего на нашу страницу стало выходить все больше потенциальных клиентов. Когда посетитель заглядывал на сайт, у него создавалось общее впечатление, что наша компания заслуживает доверия и работает по-честному (и это в то время, когда журналистам вообще никто не доверял!), а внутри самой индустрии наша компания была признана лучшей в своем секторе — мы стали получать награды. За несколько лет моя интернет-стратегия позволила компании вырастить общий объем

продаж до нескольких миллионов долларов и стать бесспорным лидером в отрасли. В 2014 г. я смогла продать ее (вместе с блогом) целиком в неизменном виде.

Но, поверьте, моя история успеха — пустяк по сравнению с другими! Некоторые люди продают свои раскрученные блоги за миллионы, некоторые зарабатывают на блогинге сотни тысяч или даже миллионы ежегодно, а еще более обширная категория людей хоть и не становятся миллионерами, но имеют со своих блогов вполне удовлетворительную прибыль, что позволяет им подправить соотношение между работой и личной жизнью (см. пункт 3) или просто больше тратить на всякие приятные вещи.

3. Вы можете оставить «крысиные бега»

Мы с вами уже знаем, что в некоторых сферах наличие ноутбука, электронной почты и доступа в интернет позволяет работать где угодно: в кафе, в номере отеля или за кухонным столом. Но некоторым удается пойти еще дальше. Блоги зачастую становятся популярными на международном уровне, и их читают люди со всего мира. Эта работа никак не привязана к конкретной точке на карте, и все больше блогеров присоединяется к растущему племени своеобразных цифровых кочевников: по хештегам вроде #workfromwherever* вы уже не найдете видов дождливых и промозглых британских городов — их сменили бамбуковые рощи и пляжи Бали и Таиланда.

Стать цифровым кочевником мечтают многие, и успешный блогинг — это как раз тот идеальный род занятий,

* «Работаю отовсюду». — *Прим. пер.*

который позволит вам без преувеличения «работать отовсюду». Но больше всего радует то, что ради достижения этой цели вам не придется жертвовать социальным статусом или отказываться от карьерных чаяний. Вы продолжаете строить карьеру и повышать статус в сети, но при этом ведете такой образ жизни, о котором лезущие по корпоративной лестнице офисные работники могут только мечтать.

Только представьте: цифровой кочевник просыпается в прибрежном бунгало, в семь утра занимается йогой на пляже, а затем приступает к своим обычным делам в бюджетном жилище с Wi-Fi и видом на море, потягивая свежую кокосовую водичку. Переезжая с места на место, они умудряются дать образование своим детям, и, хотя многие из них ведут блоги о путешествиях (тревел-блоги) или лайфстайл-блоги, среди них есть и те, кто предлагает всевозможные дистанционные услуги: консультирование, копирайтинг или веб-дизайн, — и они используют блогинг для привлечения клиентов. И если вы считаете, что это просто какие-то хиппи, то глубоко заблуждаетесь. В Убуде на Бали есть общественное рабочее пространство (представьте себе здание из бамбука, экокафе и обезьянок, играющих в саду) с супербыстрой широкополосной сетью, где находят приют 200 местных и заезжих цифровых кочевников, в том числе предприниматели в области информационных технологий, удаленно работающие совладельцы компаний, модные дизайнеры и фотографы.

Впрочем, вас никто не заставляет бросаться в такие крайности! Если вы мама, которая хотела бы организовать свою работу так, чтобы не оставлять детей без присмотра, или городской житель, мечтающий уехать в деревню и начать новую жизнь, не потеряв при этом сегодняшних

возможностей и положения в своей индустрии, блогинг может стать вашей палочкой-выручалочкой.

Я хочу познакомить вас с двумя сестрами из США, создавшими блог «A Beautiful Mess» («Прекрасный хаос»). Бренды выстраиваются в очередь, чтобы посотрудничать с ними, а многообразию их источников доходов остается только позавидовать. Блогинг позволил им выбраться из долгов, посвятить свою жизнь любимому делу и превратиться в самостоятельный медиабренд, известный во всем мире.

Сестры Элси Ларсон и Эмма Чапман из Миссури ведут «A Beautiful Mess» (abeautifulmess.com), блог о рукоделии и еде, который приносит им более $1,5 миллиона ежегодно. В 2010 г., когда все только начиналось, у Элси и Эммы не было ничего, кроме долгов, а сейчас у них целая компания, где работают пять постоянных сотрудников и несколько фрилансеров. В их блог заходят около 1,5 миллиона посетителей в месяц. Чтобы он приносил доход, сестры размещают в нем платную рекламу и сотрудничают с брендами, в том числе Canon, Adobe, H&M и Valspar. Они также продают онлайн-курсы для любителей рукоделия, например по скрапбукингу или шитью, и дают уроки блогинга, работы в Photoshop и разработки стратегии для Instagram. Плюс они предлагают множество канцелярских товаров, книги, блокноты, инструменты для скрапбукинга, чехлы для iPhone, карточки, декоративные принты и приложения для цифровой техники — их популярное приложение для обработки фото было скачано более миллиона раз.

Как возникла идея создать «A Beautiful Mess»?

В июле 2007 г. я [Элси] завела «A Beautiful Mess» просто как личный блог для развлечения. Тогда я выкладывала по большей части странички из скрапбуков и личные фото-

графии. И я в жизни не поверила бы, что блогинг когда-то может стать моей второй работой, а уж тем более основным моим делом.

Можно ли назвать блогинг отдельной индустрией?

Я знаю, что не все согласятся признать его индустрией, но это, безусловно, так и есть. Это стремительно развивающаяся форма СМИ. Для тысяч людей он стал полноценной работой. Для компаний (от гигантских корпораций до крошечных стартапов) это законный и разумный способ рекламировать свои товары и услуги. Блогинг — это не только средство, чтобы ускорить свой профессиональный рост, это сама по себе профессия. И неплохая! И знаете, что еще? Я уверена, что он пока даже не подобрался к своему пику. Как индустрия, блогинг еще совсем дитя.

Так можно ли строить в нем карьеру?

Если вы стали частью юной индустрии, вам предстоит закладывать ее основы и задавать собственные правила. Здесь нет профессиональных норм, которым нужно следовать, так что каждый из нас волен строить свою карьеру в том направлении, которое определит для себя сам. Блогинг открывает массу возможностей. Все знают, что можно заработать на рекламе, но есть множество других способов. Можно создать свой бренд, заняться дизайном, выпустить книгу, ТВ-шоу, линейку продуктов и т.д. — варианты бесконечны. Какой бы ни была ваша задумка, есть шанс, что вам удастся ее воплотить.

Вы определенно не ограничиваетесь одним источником дохода — расскажете о самом новом своем проекте?

Да, каждый год мы стараемся добавлять как минимум по одному новому источнику дохода. Некоторые проекты имеют успех, а некоторые не приживаются, поэтому мы, как правило, в качестве эксперимента запускаем сразу несколько.

В 2016 г. мы выпустили уже третье приложение — этот наш проект успел перерасти в отдельный бизнес. Оно называется A Color Story и позволяет накладывать фильтры и редактировать фото.

Дадите совет начинающим блогерам?

Если в этом году вы сходите на конференцию по блогингу и выслушаете «все, что необходимо знать», то через год эти советы могут оказаться уже совсем иными. Если вы зарегистрируетесь на 10 уроков от 10 экспертов по блогингу, то рискуете получить массу противоречащих друг другу сведений. Будьте готовы к этим переменам и нестыковкам. Смотрите на вещи шире. Нет одного-единственного верного способа вести блог, и никогда не будет. Перемены идут вам только на пользу, не забывайте это и сохраняйте собственный взгляд на мир.

Каким своим достижением вы гордитесь больше всего?

Мы многому учились на горьком опыте, и нам пришлось пережить много неудач. Но, думаю, больше всего я горжусь двумя вещами: 1) тем, что мне удалось найти работу, которую я ОБОЖАЮ, и 2) своей финансовой свободой. Мы с сестрой знаем, каково это — быть в долгах и жить от зарплаты до зарплаты. Счастье не определяется суммой дохода, но финансовая свобода определенно делает жизнь немного проще и дает больше возможностей, чтобы творить и наслаждаться всем тем хорошим, что встречается вам на пути.

---

4. Вам будут доставаться бесплатные вещи!

Мы все любим дармовщину, правда?

Когда в свои двадцать с небольшим я работала на глянцевые журналы, то несказанно радовалась всем дармовым штуковинам, которые приносила моя работа, и тому,

сколько денег они мне экономили: кажется, мне вообще не приходилось покупать косметику, шампуни, туалетные принадлежности, заколки и украшения для волос и подарки для подруг. Все это, и еще многое другое, присылалось в редакции журналов, чтобы убедить нас упомянуть производителей. Мне даже дарили чудесные каникулы: поездки на горнолыжные курорты, отдых в спа-отелях, перелет в Мексику первым классом и пребывание на частном острове рядышком с Барбадосом. Если суммировать стоимость всех этих бесплатных радостей, получилась бы прибавка к зарплате в несколько тысяч фунтов!

В наши дни компании ведут себя всё так же, только теперь первым классом летают не журналисты, а блогеры. Расстановка сил в мире СМИ изменилась, и бренды все чаще осознают влиятельность блогеров.

Импульс для профессионального развития

5. Вы можете повысить свой статус

В современном нестабильном мире такое понятие, как пожизненная гарантия трудовой занятости, ушло в прошлое — поэтому каждый специалист постоянно ищет способы повысить собственный статус в индустрии и занять такое положение, которое бы обеспечило его работой. Чем бы вы ни занимались, создание личного бренда и повышение статуса *обязательно* поможет вашему бизнесу — и это верно для всех, будь вы владельцем кофейни или парикмахерской, ветеринарной или стоматологической клиники, визажистом, телеведущим, спикером, светской персоной, актером или поп-звездой.

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru