

МЕДВЕДЕВ ИВАН АЛЕКСАНДРОВИЧ

*магистрант направления «Менеджмент: Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса» Тюменского государственного университета, г. Тюмень
stud0000235853@study.utmn.ru*

ЧЕРНОМОРЧЕНКО СВЕТЛАНА ИВАНОВНА

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса, Тюменского государственного университета, г. Тюмень
s.i.chernomorchenko@utmn.ru*

**СОЗДАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА РУКОВОДИТЕЛЯ
В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ**

Аннотация. Создание личного бренда руководителя является неотъемлемой частью формирования бизнес-процессов, так как это способствует созданию доверия к организации у сотрудников, партнеров и клиентов. Эффективный личный бренд руководителя привлекает к компании талантливых и креативных специалистов, которые хотят работать именно под его руководством. Это позволяет компании привлекать лучшие кадры и обеспечивает ее успешное развитие. Продуманный личный бренд руководителя также может помочь компании стать успешной на рынке и создать уникальное предложение для клиентов. Репутация и профессионализм руководителя могут быть ключевыми факторами выбора клиентов в пользу компании. Руководитель с сильным личным брендом способен вдохновлять и мотивировать свою команду к новым достижениям. Образ и авторитет создают атмосферу успеха и сплоченности в коллективе. Таким образом, развитие личного бренда руководителя играет важную роль в формировании бизнес-процессов и обеспечивает успешное функционирование компании в целом.

Ключевые слова: личный бренд; бизнес-процесс; руководитель; управление; эффективность.

Личный бренд руководителя — это уникальный образ и имидж лидера, который отражает его индивидуальные качества, ценности, стиль работы, способности и влияет на восприятие как профессионала и авторитетного лица в бизнес-среде. Формирование личного бренда руководителя в процессе создания бизнес-процессов включает в себя такие аспекты, как установление личных целей и ценностей, разработку стратегии коммуникации и взаимодействия

с сотрудниками и партнерами, создание имиджа и образа лидера в соответствии с целями и направлением развития бизнеса. Личный бренд руководителя важен для успешного управления бизнес-процессами, поскольку определяет способность лидера влиять на окружающих, мотивировать сотрудников и создавать доверительные отношения в коллективе, что в конечном итоге способствует достижению поставленных целей и успеху компании [1].

Создание личного бренда руководителя становится все более актуальным в современном мире из-за ряда факторов. Во-первых, с ростом использования социальных медиа и онлайн-платформ репутация и образ личности руководителя играют все более важную роль. Личный бренд помогает увеличить доверие к руководителю, делая более привлекательным для бизнес-партнеров, клиентов и сотрудников. Кроме того, в настоящее время рынок труда становится все более конкурентоспособным, и кандидаты на руководящие должности вынуждены выделяться среди огромного количества претендентов. Создание личного бренда помогает привлечь внимание работодателей и дать понимание, что этот руководитель уникален и способен принести компании значительную ценность. Кроме того, личный бренд может служить также средством для продвижения идей и ценностей, увеличивать влияние руководителя в области деятельности и помогать создать сильную лояльность у своей аудитории. Таким образом, создание личного бренда для руководителя становится все более актуальным в современном мире, помогая выделиться на фоне конкурентов, увеличить свою эффективность и влияние, а также привлечь внимание целевой аудитории.

Развернутое значение личного бренда руководителя заключается в том, что он является фундаментом для построения доверительных отношений и укрепления авторитета в профессиональном сообществе. Личный бренд позволяет руководителю стать более заметным и влиятельным, что важно не только для карьерного роста, но и для привлечения новых клиентов и партнеров [8]. Кроме того, хорошо развитый личный бренд способствует привлечению талантливых сотрудников, которые стремятся работать в команде признанного лидера. Примером хорошо развитого личного бренда руководителя

может быть Elon Musk, основатель компаний SpaceX и Tesla. Личный бренд как визионера и инноватора в области технологий привлекает не только инвесторов и потенциальных партнеров, но и талантливых специалистов, желающих присоединиться к команде. Благодаря своему личному бренду, Elon Musk стал одним из самых влиятельных и узнаваемых бизнес-лидеров в мире.

Личный бренд также помогает руководителю выделиться на фоне конкурентов, представляя уникальные ценности и подходы, которые отличают руководителя и компанию от других. В периоды нестабильности и кризисов наличие сильного личного бренда может стать решающим фактором в сохранении доверия клиентов и стабильности компании. Например, если руководитель компании имеет хорошо построенный личный бренд, то личность и авторитет могут стать ключевыми инструментами в период кризиса. Клиенты и партнеры будут больше доверять такому руководителю и верить в способность преодолеть трудности и вести компанию к успеху. Кроме того, сильный личный бренд помогает привлечь талантливых сотрудников, которые хотят работать именно с таким лидером и развиваться под личным руководством. Это позволяет компании создать сильную команду, способную эффективно реагировать на изменения и достигать поставленных целей [6, с. 1-5]. Таким образом, развитие личного бренда руководителя не только помогает выделиться на рынке, но и создает основу для долгосрочного успеха компании в различных условиях и ситуациях.

Стратегическое лидерство, подкрепленное личным брендом, позволяет руководителю формировать и внедрять инновационные идеи, что ведет к долгосрочному успеху и развитию бизнеса. Личный бренд становится частью корпоративной культуры и стратегии, определяя направление развития компании и влияя на восприятие как внутри, так и снаружи.

Для эффективного развития личного бренда руководителю необходимо определить свою целевую аудиторию и создать соответствующий контент, который будет отражать профессиональные ценности и экспертизу. Активное участие в профессиональных сетях и мероприятиях также способствует укреплению личного бренда. Это

долгосрочный процесс, требующий стратегического планирования и постоянного самосовершенствования. В конечном итоге, личный бренд руководителя становится ключевым активом, который способствует росту и успеху как личной карьеры, так и компании в целом.

Влияние личного бренда на формирование бизнес-процессов.

1. Стив Джобс и Apple: Стив Джобс стал лицом Apple, стиль презентаций и уникальный подход к дизайну продуктов сыграли ключевую роль в создании мощного бренда компании. Джобс был известен своим перфекционизмом и стремлением к инновациям. Личный бренд Джобса ассоциировался с высоким качеством и передовыми технологиями, что стало основой для всех бизнес-процессов Apple. Личные убеждения и ценности Джобса проникли в корпоративную культуру Apple, что повлияло на стиль работы, коммуникацию и принятие решений в компании. Личный бренд и подход к бизнесу Стива Джобса стали основой успеха Apple. Благодаря его работе компания стала одним из лидеров в отрасли электроники, создавая инновационные продукты, которые завоевали сердца миллионов потребителей. Джобс создал не просто компанию, а целую культуру и идеологию, которая продолжает жить и сегодня после смерти создателя. Наследие остается в каждом продукте Apple и в работе компании в целом.

2. Илон Маск и Tesla/SpaceX: Илон Маск использует популярность в социальных сетях для продвижения своих проектов и идей, что привлекает внимание к компаниям и инновациям. Маск известен своими амбициозными и инновационными идеями, что привело к культуре риска и инноваций в Tesla. Готовность инвестировать в смелые проекты, такие как электрические автомобили и батареи большой емкости, стала частью бизнес-модели компании. Маск привлекает таланты в Tesla. Личный бренд Маска привлекает специалистов, которые хотят быть частью видения и миссии.

3. Ричард Брэнсон и Virgin Group: Ричард Брэнсон известен авантурными маркетинговыми компаниями и личным участием в продвижении различных продуктов Virgin. Брэнсон активно занимается благотворительностью и социальными проектами, что подчеркивает социальную ответственность бренда Virgin. В одном из примеров

Брэнсон проехал по Таймс-сквер на танке и использовал пушку для стрельбы по рекламному щиту Coca-Cola, основного конкурента Virgin Cola. Брэнсон объяснил этот подход тем, что традиционная реклама в СМИ и наружная реклама обходятся очень дорого, в то время как такое необычное шествие привлекло огромное внимание СМИ и газет всего мира. Однако, несмотря на эту грандиозную акцию и интерес к Virgin Cola, компания так и не смогла пробиться на американский рынок напитков из-за отказа гигантов Pepsi и Coca-Cola. Личный стиль Брэнсона, харизма и неформальный подход к бизнесу стали частью корпоративной культуры и имиджа Virgin. На презентации Virgin Bride, салона для новобрачных, основатель компании появился в необычном образе — надел свадебное платье и нанес макияж на лицо.

4. Лариса Невидайло и «МаксиМ»: Лариса Невидайло является лицом сети тюменских ресторанов «МаксиМ». Уникальный подход к управлению и взаимодействию с клиентами сыграли ключевую роль в создании мощного бренда компании. Невидайло активно делится своими мыслями и профессиональными советами в социальных сетях, подчеркивая важность качественного сервиса и инновационного подхода в ресторанном бизнесе. Например, в своих публикациях рассказывает о значении клиентского опыта, делится успешными примерами внедрения новых блюд и услуг в сети ресторанов «МаксиМ», освещает достижениями компании, а также рассказывает о новых проектах и мероприятиях, таких как гастрономические фестивали и акции в ресторанах сети. Кроме того, Лариса Невидайло часто упоминает о важности команды, подчеркивая значимость обучения и мотивации сотрудников для достижения высоких стандартов обслуживания. Такие публикации демонстрируют глубокую вовлеченность в бизнес и заботу о клиентах, что усиливает ее личный бренд как эксперта и лидера в индустрии. За счет усилий руководителя, ООО «МаксиМ» стал лидером ресторанного бизнеса в Тюмени, предлагая клиентам уникальные гастрономические впечатления и высокие стандарты сервиса. Благодаря личному бренду, который демонстрирует образ успешного и открытого лидера, Невидайло создала не просто успешную компанию, а целую философию

обслуживания, которая продолжает развиваться и сегодня. Наследие можно увидеть в каждом аспекте работы ресторанов «МаксиМ», от интерьеров до меню и обслуживания, что обеспечивает постоянное признание и любовь клиентов.

Аспекты создания личного бренда в процессе формирования бизнес-процессов

Процесс создания личного бренда для руководителя — это не просто маркетинговый инструмент, это фундаментальная стратегия, которая пронизывает каждый уровень бизнес-структуры и влияет на все бизнес-процессы. Это долгосрочная работа, требующая осознанного подхода и внимания к деталям, поскольку личный бренд руководителя становится синонимом корпоративной идентичности и культуры компании [2].

Вот как личный бренд влияет на различные аспекты бизнеса:

Внутреннее воздействие

Руководитель играет ключевую роль в формировании корпоративной культуры, поскольку устанавливает основные ценности и стандарты, которым следуют сотрудники в своей повседневной работе. Эти ценности и стандарты поведения становятся неотъемлемой частью корпоративной идентичности и влияют на все аспекты деятельности компании, от взаимодействия с клиентами до принятия стратегических решений. Лидер, который ясно определяет и последовательно демонстрирует эти ценности, способствует созданию сильной, согласованной и устойчивой культуры, которая может стать фундаментом для долгосрочного успеха и развития организации. Таким образом, руководитель не просто задает тон, но и направляет поведение и мировоззрение своих сотрудников, формируя среду, в которой они могут расти и развиваться как профессионалы [5, с. 79-83].

Сильный личный бренд руководителя не только отражает уникальные качества и профессиональную экспертизу, но и играет важную роль в формировании стиля лидерства. Такой бренд создает основу для разработки эффективных методов управления, которые способны вдохновлять команду на достижение общих целей и мотивировать.

вировать каждого сотрудника к личному и профессиональному росту. Лидер с сильным личным брендом становится примером для подражания, уникальные подходы к управлению стимулируют сотрудников к активной работе и инновациям, а также способствуют созданию позитивной и продуктивной рабочей атмосферы. В конечном итоге, это приводит к повышению общей эффективности и успеха организации. Главный операционный директор (COO) Facebook. Шерил Сэндберг является образцом успешной женщины в технологической индустрии, а методы управления считаются моделью эффективного руководства. Сэндберг поощряет активное участие всех членов команды, включая женщин, в процессе принятия решений и создании рабочей атмосферы с равными возможностями.

Внешнее воздействие личного бренда на хозяйственную деятельность

Руководитель оказывает значительное влияние на репутацию компании, поскольку его действия и решения непосредственно отражаются на восприятии бренда как внутри, так и за пределами организации [7]. Лидер с сильным личным брендом и четкой стратегией может эффективно привлекать внимание к компании, выделяя на фоне конкурентов и укрепляя позиции на рынке. Это достигается через активное участие в профессиональных сетях, публичные выступления, социальные медиа и другие платформы, где руководитель может продемонстрировать экспертизу и поделиться видением, тем самым создавая положительный образ компании и привлекая новых клиентов, партнеров и таланты. Таким образом, лидер не только влияет на репутацию, но и активно формирует, используя свой личный бренд как инструмент для достижения стратегических целей компании.

Стратегическое влияние личного бренда на хозяйственную деятельность

Бренд руководителя играет важную роль в стимулировании инноваций в компании, так как служит отражением способности к новаторству и прогрессивному мышлению. Когда лидер известен своими передовыми идеями и подходами, это создает атмосферу открытости к экспериментам и поощряет культуру непрерывного

улучшения. Сильный личный бренд может привлекать внимание к инновационным проектам и инициативам, мотивируя команду на поиск нестандартных решений и принятие рискованных, но обоснованных решений. Такой подход не только способствует развитию новых продуктов и услуг, но и укрепляет репутацию компании как лидера в области инноваций, привлекая талантливых специалистов и инвестиции. В конечном итоге, личный бренд руководителя становится катализатором инновационного развития, определяя направление и темпы прогресса в организации. Примером может быть Джефф Безос, основатель и генеральный директор Amazon. Фокус на инновациях и стремление к постоянному улучшению процессов в компании, помогли Amazon стать одним из самых инновационных и успешных технологических компаний в мире. Джефф Безос активно поддерживает новаторские идеи своих сотрудников, создавая атмосферу открытости и готовности к риску, что способствует появлению новых продуктов и услуг [3].

Развитие личного бренда требует:

1. Четко понимать свои сильные стороны и уникальные качества, которые руководитель может предложить рынку.

2. Постоянного обучения и самосовершенствования: рынок постоянно меняется, и руководитель должен адаптироваться к этим изменениям, чтобы оставаться актуальным.

3. Участия в профессиональных сетях: публичные выступления и публикации статей помогают укрепить личный бренд и расширить его влияние.

С точки зрения руководителя, личный бренд является неотъемлемым и могущественным инструментом, способным внести значительные улучшения в эффективность бизнес-процессов и способствовать общему успеху организации при условии грамотного и осознанного использования. Его создание и развитие предполагают стратегическое планирование, последовательные шаги и постоянное стремление к совершенствованию.

Заключение

Создание личного бренда — это комплексный процесс, который требует стратегического подхода и внимания к деталям. Это не просто

вопрос создания имиджа, но и разработки глубокой стратегии развития, которая отражает индивидуальность и профессиональные ценности. Чтобы сформулировать личный бренд успешно, необходимо показать свою уникальность и экспертность в качестве лидера. Он должен соответствовать целям и ценностям компании, чтобы подчеркнуть вашу индивидуальность и вклад в бизнес. Важно выразить свою уникальность и быть примером для других, чтобы укрепить лидерство в отрасли [9]. Всеобщим приемом является обеспечение узнаваемости и последовательности личного бренда в различных сферах общения с публикой. Имеет важное значение, чтобы он выстраивался на основе индивидуальных качеств и достижений, но в то же время демонстрировал гибкость для развития вместе с вами и вашим делом. Важно, чтобы личный бренд способствовал построению доверия клиентов и партнеров, а также укреплял репутацию на текущем рынке.

Образование и непрерывное саморазвитие играют ключевую роль в поддержании актуальности и авторитетности личного бренда. Поделиться своими историями успеха и неудач может помочь руководителю стать более доступным и человечным в глазах аудитории, что, в свою очередь, может укрепить связь с ней [4].

В конечном итоге, личный бренд — это мощный инструмент, который может усилить влияние и помочь достичь профессиональных целей, а также способствовать росту и успеху бизнеса. Поэтому важно подходить к его созданию с осознанностью и стратегическим планированием.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арруда У. Цифровой век: Личный брендинг и маркетинг для лидеров. М.: Эксмо, 2021.
2. Годин С. Линчпин: Ты незаменим. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
3. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент. М.: Издательский дом «Вильямс», 2019.
4. Кларк Д. Бренд Вас: Переверните свою карьеру, став вашим собственным брендом. М.: Альпина Паблишер, 2015.
5. Мацько В.В. Формирование «Дорожной карты» личного бренда, как элемента персонального маркетинга // Вестник СИБИТа. 2023. № 1. С. 79-83.

6. Чурсинова О.В., Ярошук А.А. Персональный бренд руководителя образовательной организации: аспекты создания и продвижения // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 9-1. С. 1-5.
7. Питерс Т. Бренд 50: Пятьдесят способов превратить себя в бренд, который изменит мир. М.: Альпина Паблишер, 2020.
8. Рамперсад Х. К. Аутентичный личный брендинг: Новая голубая стратегия построения собственного бренда. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
9. Шмитт Б., Саймонсон А. Маркетинг эстетики: Новая стратегия брендинга. М.: Издательский дом «Вильямс», 2017.