



# Персональний бренд у поліграфії — як створити, розвинути та просувати себе як фахівця

БО «БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД “ЛЮДИНА”»

КИЇВСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ КОЛЕДЖ ІНФОРМАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПОЛІГРАФІЇ

ЗА ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ,  
НІМЕЧЧИНИ, ПОЛЬЩІ, ДАНІЇ ТА ЕСТОНІЇ В МЕЖАХ  
МУЛЬТИДОНОРСЬКОЇ ІНІЦІАТИВИ SKILLS4RECOVERY, ЯКА  
РЕАЛІЗУЄТЬСЯ DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR  
INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (GIZ) GMBH ТА  
SOLIDARITY FUND PL (SFPL)



Serhii Kasian,  
The Professor Department of  
Marketing  
Dnipro University of  
Technology, Ukraine

Skills4Recovery

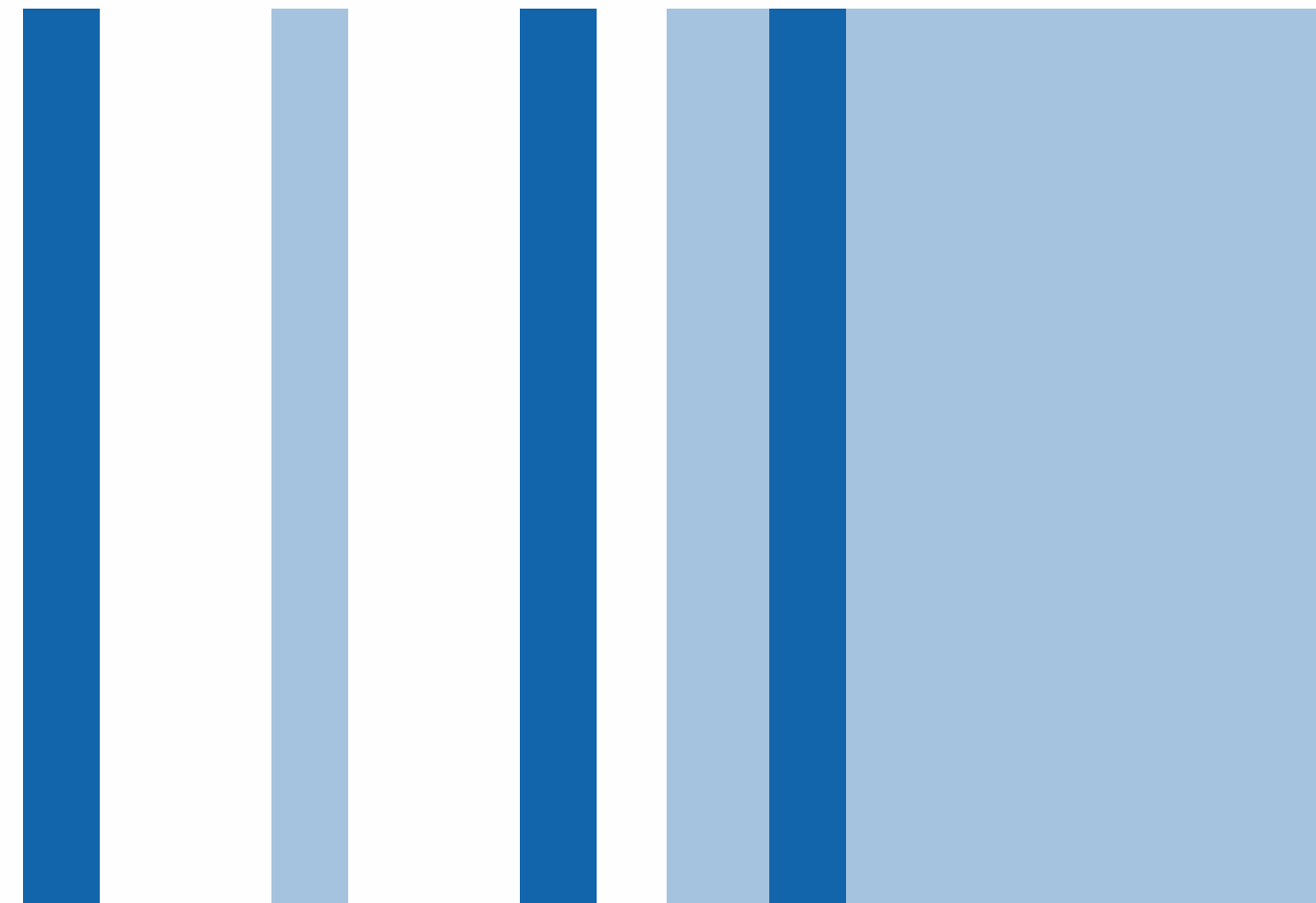


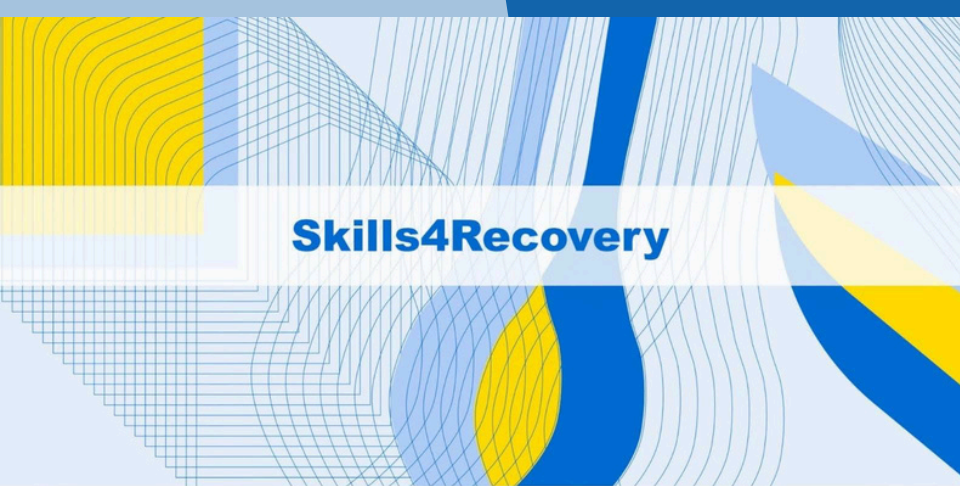
# ПРО БРЕНДИНГ



## УСПІШНІ ПЕРСОНАЛЬНІ БРЕНДИ У СФЕРІ БІЗНЕСУ

- **Брендинг як один з найефективніших маркетингових інструментів, що дозволяють позиціонувати здобутки фахівців.**
- **Персональний бренд у поліграфії - маркетингова сутність його фахової діяльності.**

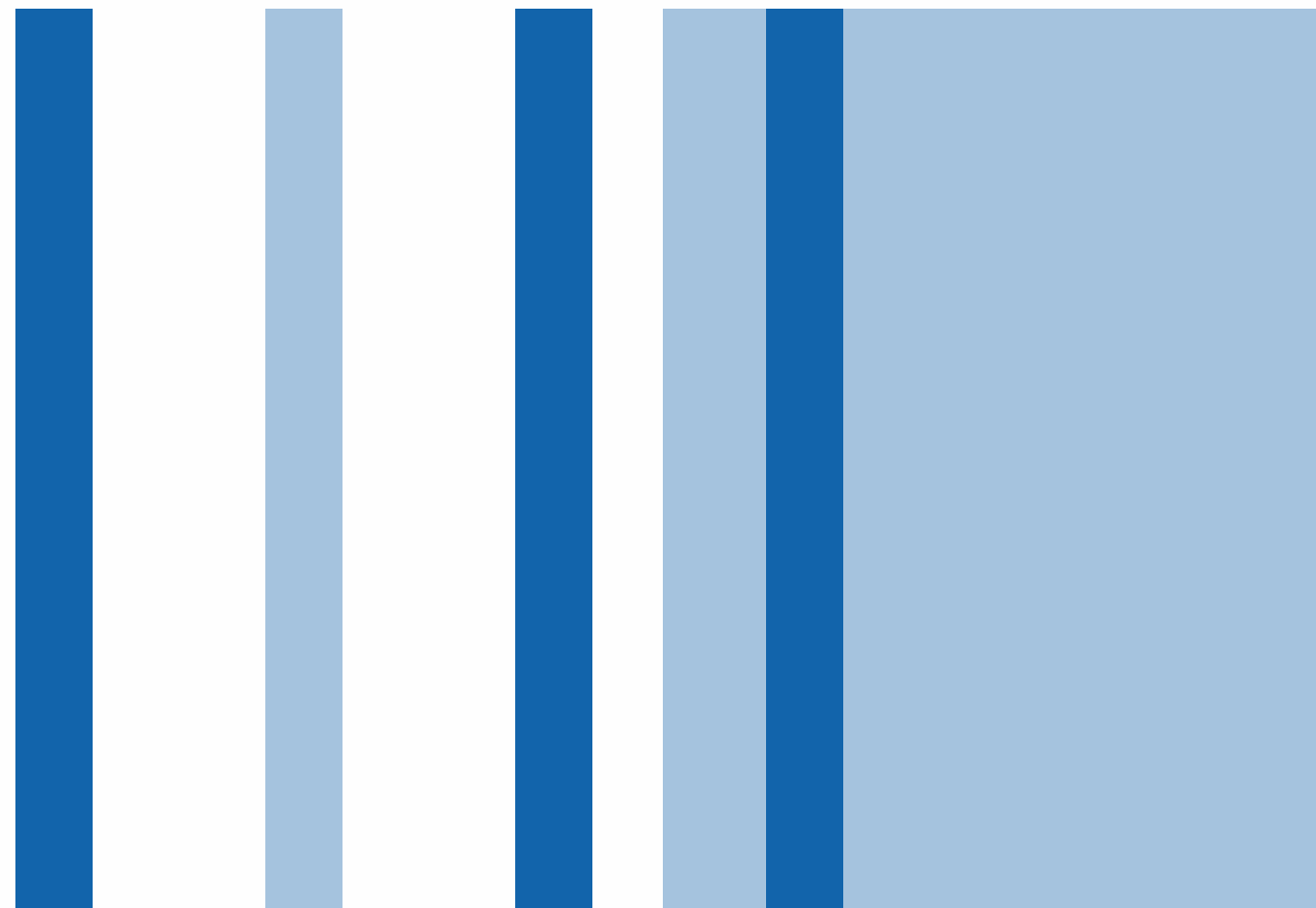




# УСПІШНИЙ ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД

## ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ

- Успішний персональний бренд як важлива складова мети будь-якого фахівця у поліграфії.**
- Досягнення позитивного образу та соціально, інноваційно орієнтованого світогляду бізнесмена у поліграфічній галузі.**

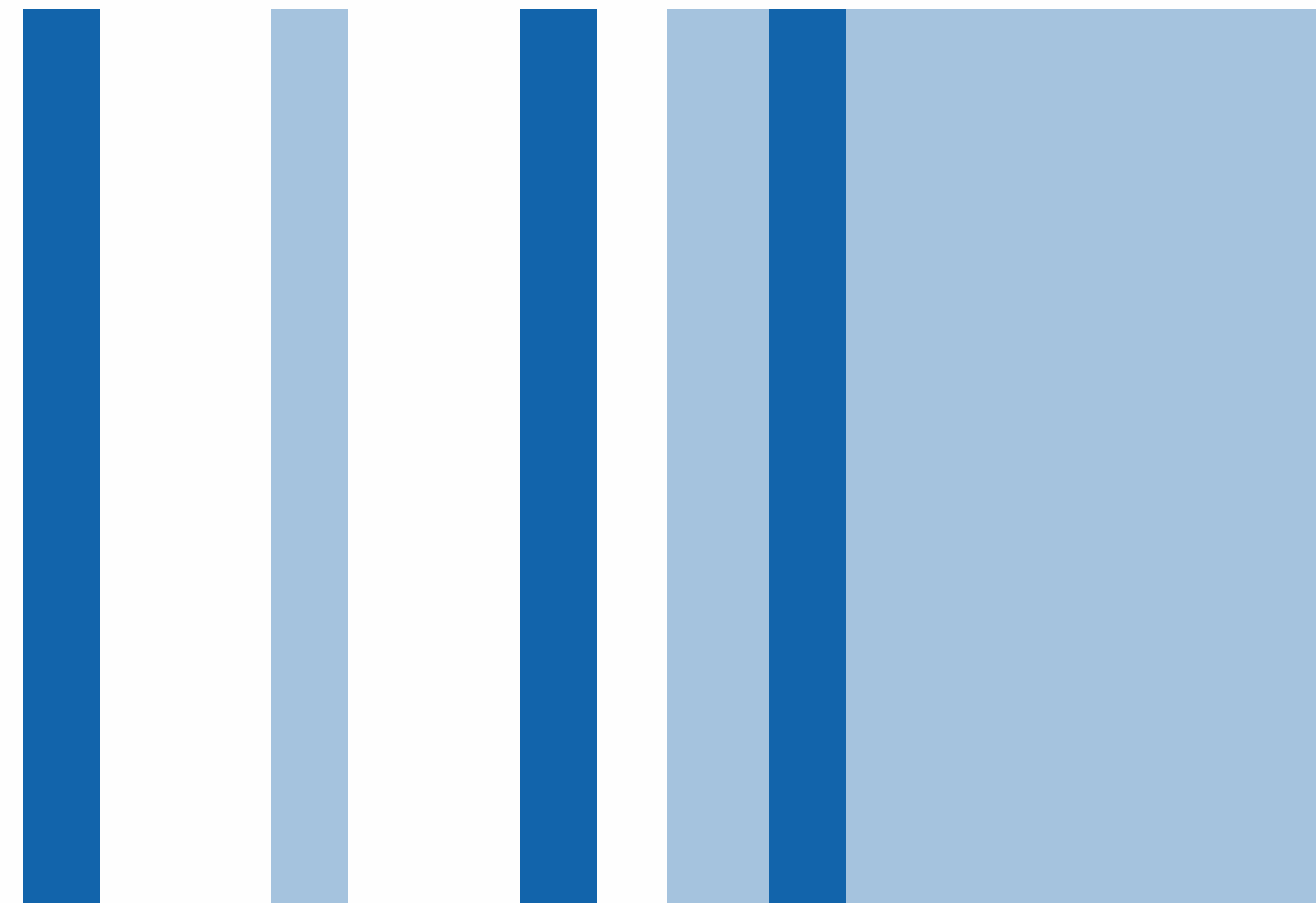


Skills4Recovery



- B Y  
T O M  
P E T E R S

YOU'RE BRANDED,  
BRANDED,  
BRANDED. WHAT'S  
THE FUTURE OF  
YOU?



Skills4Recovery

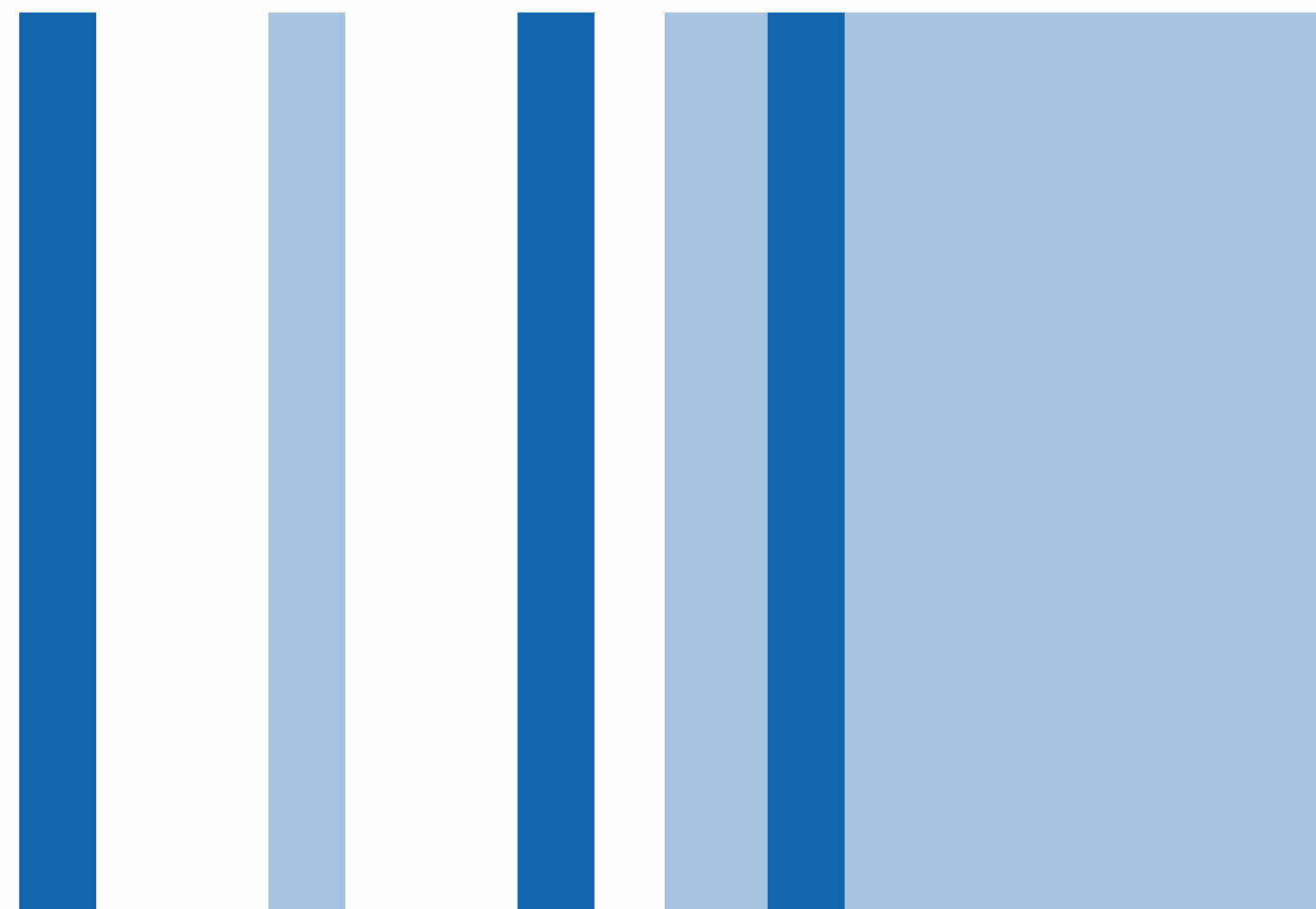


Д. ААКЕР,  
Ф. КОТЛЕР

# Американська Асоціація Маркетингу

Ідентифікація і  
диференціація продукту в  
конкурентному середовищі

БРЕНД ЯК НАЗВА, ТЕРМІН,  
ЗНАК, СИМВОЛ, МАЛЮНОК АБО  
ЇХ КОМБІНАЦІЯ



# Marketing supporting

## КОМУНІКАЦІЇ

Довірчі комунікації українською, мовами ЄС між колегами-фахівцями, у т.ч. в ком'юніті, мережах, форумах, блогах

## ДІЛОВІ ІВЕНТИ

Просування іміджу персонального бренду в поліграфії на форумах, конференціях, виставках.

## БІЗНЕС ТА ОСВІТА

Рекомендації  
з просування  
персонального  
бренду в поліграфії



# Marketing supporting

Атрибути, переваги, цінності,  
індивідуальність та суть

Е.РАЙС, ДЖ.ТРАУТ:  
ПОЗИЦІОНУВАННЯ В  
УМАХ ЛЮДЕЙ

Бренд фахівця у поліграфічній галузі  
як система параметрів, що входять  
в образ індивіда.

Складові  
оцінки  
персонального  
бренду  
в поліграфії

СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ З КОНТАКТНИМИ  
АВДИТОРІЯМИ



# Marketing supporting

Формування

Образ, репутація та асоціації, які  
виникають у людей, колег, експертів

Часовий вимір

Побудова може тривати певний час

**Бізнес і мистецтво**

**Ім'я стає брендом у поліграфічній сфері**

**Високий професіоналізм  
гарна репутація**

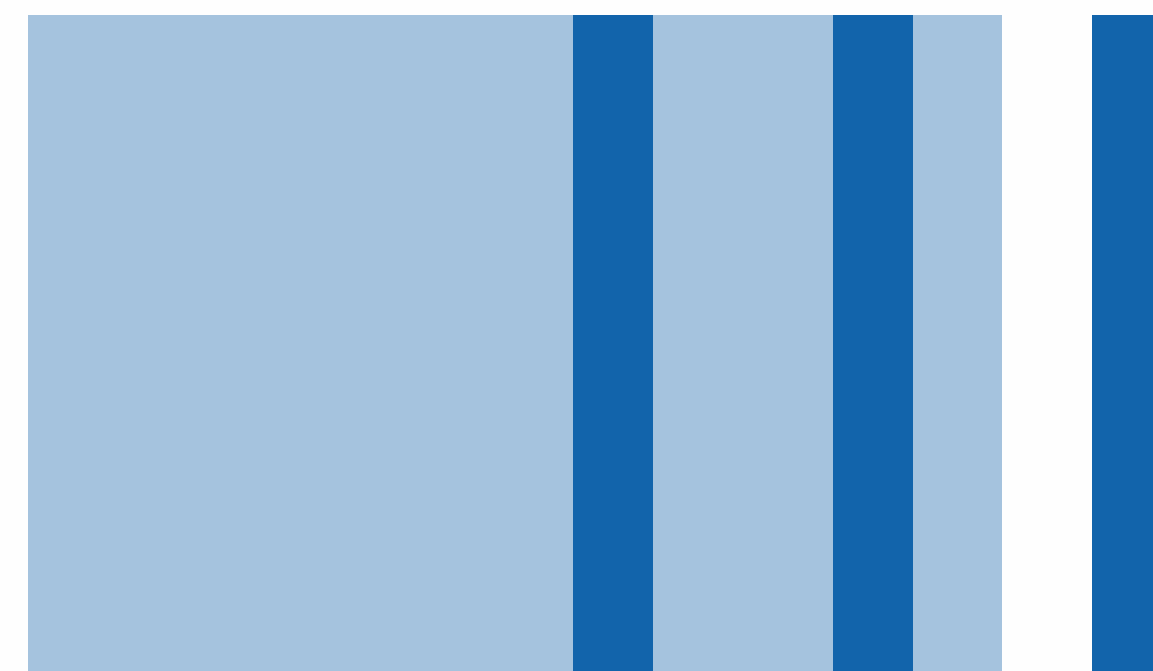
**ПЕРСОНАЛЬНИЙ  
БРЕНД У  
ПОЛІГРАФІЇ**





## **ЧОТИРИ ВАЖЛИВІ КРОКИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ В ПОЛІГРАФІЧНІЙ СФЕРІ**

1. Усвідомлення того у чому є ваша унікальність і незамінність як фахівця.
2. Скласти для себе власну унікальну торгову пропозицію.
3. Сформулювати мету та визначити основні завдання за методом SMART.
4. Окреслити межі вашої цільової аудиторії серед експертів.  
Складання медіа-плану.



# Marketing supporting

Omnichannel marketing while supporting and promoting EU democracy.

Social communications is a policy priority for the European Commission and the standard method of working under its research and innovation funding programmes as it improves the quality, efficiency and responsiveness of research.

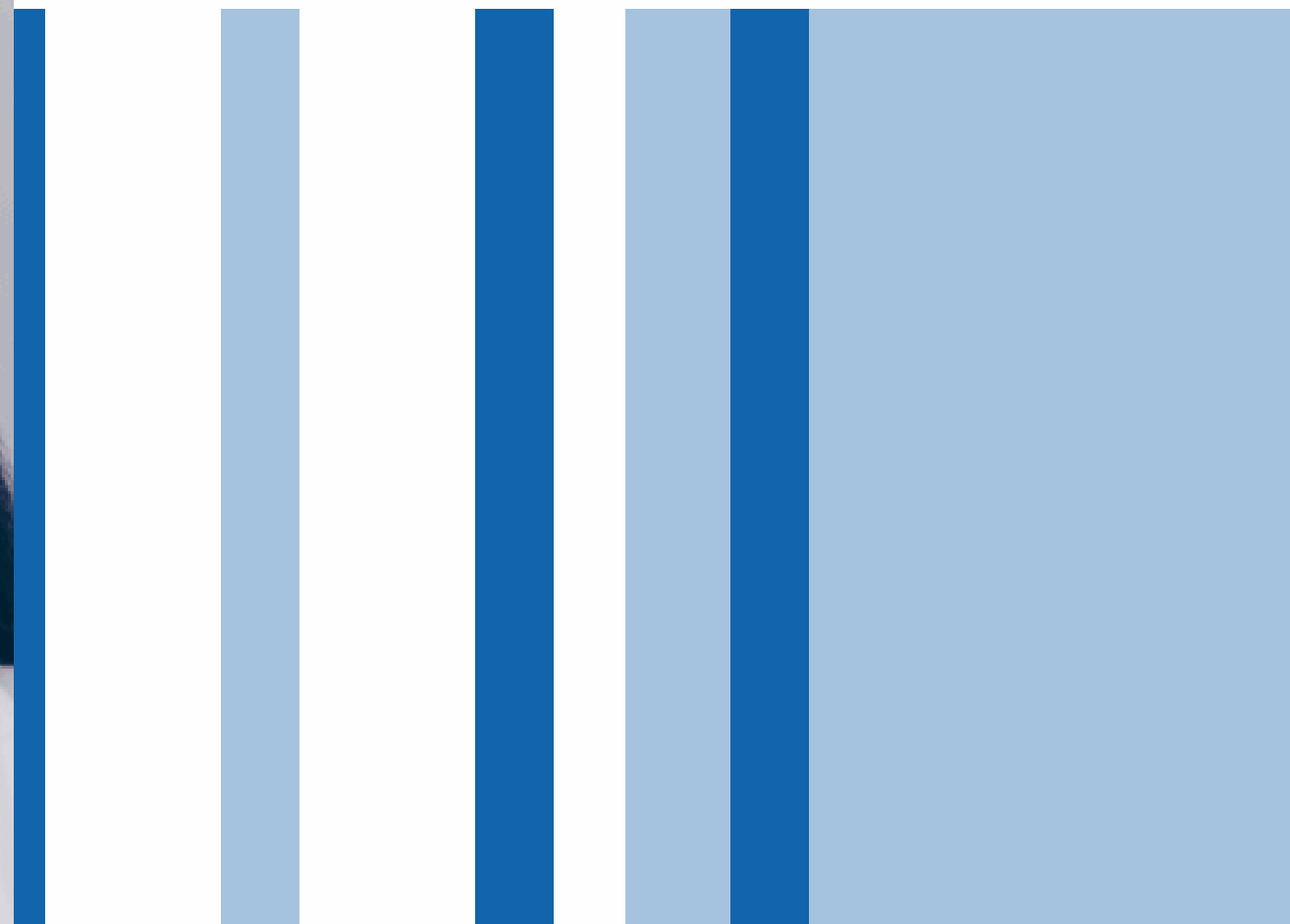


# Five Principles of SUSTAINABLE MARKETING

1. Consumer-oriented
2. Customer value
3. Innovative
4. Sense-of-mission
5. Societal



**THOUGH THE FRAMEWORKS ARE  
SOMEWHAT DISTINCT, THE  
UNDERLYING PRINCIPLES ARE  
SIMILAR. BOTH THE PYRAMID OF  
CULTURE CHANGE AND THE EAST  
FRAMEWORK ASSERT THAT  
PEOPLE ARE MORE LIKELY TO  
ENGAGE IN A DESIRED  
BEHAVIOUR IF IT IS MADE EASY.**



Skills4Recovery



SUSTAINABLE  
MARKETING is  
rewarded with  
competitive  
advantage by  
earning the trust  
and loyalty of  
consumers.

**WIN-WIN!**