

## ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА МАСТЕРА ХЕНДМЕЙД ИНДУСТРИИ В ИНТЕРНЕТЕ



**Красноставская Наталья Владимировна,**

кандидат экономических наук, доцент, доцент Высшей школы внутренней и внешней торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29  
marketrek@yandex.ru

Сейчас все больше компаний стремятся использовать все многообразие инструментов продвижения своих брендов в Интернете. Также поступают и те, кто намерен создавать и развивать личный бренд. В хендмейд индустрии этими людьми являются мастера, создающие изделия ручной работы. Эти изделия они могут делать как исключительно для себя, так и реализовывать их (а также оказывать услуги) на коммерческой основе. Конкуренция на этом рынке достаточно высока, существующие мастера создают схожие работы, конкурирующие друг с другом как качеством, так и ценой. Интернет представляет широкие возможности для продвижения личных брендов мастеров хендмейд индустрии. Поддерживаемые мастерами площадки (сайты, блоги, аккаунты в социальных сетях) становятся местами, где начинающие и опытные мастера могут встретить единомышленников, представить свои работы целевой аудитории. Бесплатные обучающие материалы, советы, конкурсы, совместные проекты – все эти и многие другие мероприятия, осуществляемые в Интернете мастерами хендмейд индустрии, способствуют продвижению их личных брендов.

**Ключевые слова:** личный бренд; продвижение личного бренда; маркетинг в хендмейд индустрии; продвижение в хендмейд индустрии; личный бренд в хендмейд индустрии.

В настоящее время все большую популярность приобретают различные виды хобби, связанные с изготовлением чего-то собственными руками. *S. Luckman* отмечает, что ручная работа входит в один ряд практик «медленного проживания»: кулинария, слежение за птицами, цветоводство, йога, медитация [1]. Люди могут удовлетворять свои желания и создавать изделия собственными руками. Те, кто делает это на постоянной основе, могут называться мастерами хендмейд индустрии. Мастера хендмейд индустрии нуждаются в собственном бренде – личном бренде, созданию и развитию которого способствуют инструменты продвижения в Интернете.

Личность (персона) – это один из объектов маркетинга, наравне с товарами, услугами, территориями, идеями. С этой точки зрения на личность можно воздействовать всеми известными инструментами маркетинга, в том числе использовать бренд-менеджмент

(брендинг). Личный (персональный) брендинг – это брендинг, в котором люди, их знания, умения, навыки, опыт, мастерство, их индивидуальные характеристики и качества рассматриваются как бренды.

Процесс работы над личным брендом состоит из следующих этапов:

- а) определение текущего и желаемого состояния (имиджа) личного бренда;
- б) определение целевой аудитории личного бренда;
- в) определение конкурентов личного бренда;
- г) позиционирование личного бренда;
- д) разработка мероприятий комплекса маркетинга, формирующих, поддерживающих и развивающих желаемое состояние (имидж) личного бренда.

Анализ личного бренда определяет:

- а) сильные стороны;
- б) слабые стороны;
- в) возможности на рынке;

- г) угрозы на рынке;
- д) миссию, ценности;
- е) воспринимаемое качество;
- ж) ассоциации с личным брендом;
- з) осведомленность о личном бренде;
- и) лояльность личному бренду.

Кто такие мастера хендмейд индустрии? Хендмейд индустрия связана с изготовлением чего-либо своим руками, например, вышивание, каллиграфия, декупаж, вязание, шитье кукол, миниатюра, рисование, гравюра, скрапбукинг, квиллинг, мозаика, бисероплетение, фелтинг, золочение, батик, мраморирование, лепка из пластика и полимерной глины, мыловарение, декорирование. Мастер хендмейд индустрии осуществляет следующие виды коммерческой деятельности:

- а) реализация законченных работ;
- б) проведение мастер-классов;
- в) реализация продукции;
- г) оказание услуг.

Законченными работами, реализуемыми мастером хендмейд индустрии, являются: