

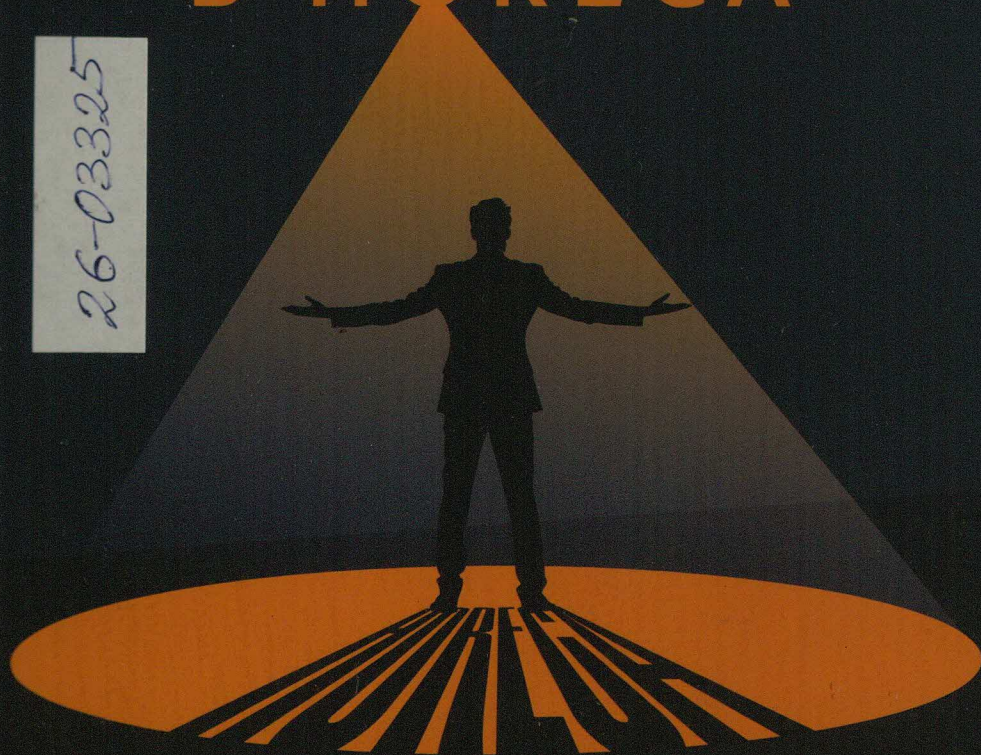
26-3325

Ольга Сивак

НА ДОМ НЕ ВЫДАЕТСЯ

ЛИЧНЫЙ БРЕНД В НОРЕСА

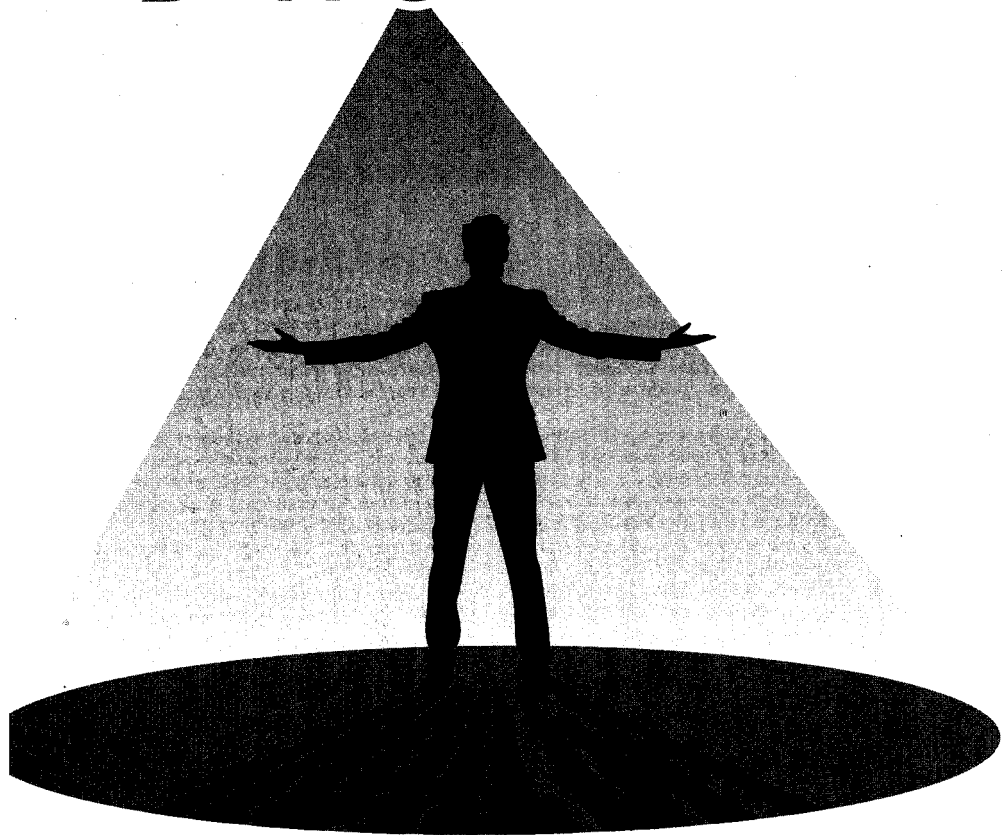
26-03325



ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРУППА
**РЕСТОРАННЫЕ
ВЕДОМОСТИ**

Ольга Сивак

ЛИЧНЫЙ БРЕНД В НОРЕСА



ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРУППА
**РЕСТОРАННЫЕ
ВЕДОМОСТИ**

УДК 659.127.6:640.4
ББК 65.43-32

С34

*Охраняется законом РФ об авторском праве.
Воспроизведение всей книги или любой ее части запрещается
без письменного разрешения издателя.
Любые попытки нарушения закона
будут преследоваться в судебном порядке.*

Сивак, Ольга

С34

Личный бренд в HoReCa / Ольга Сивак — М.: ООО «МЕДИА
ГРУППА «РЕСТОРАННЫЕ ВЕДОМОСТИ», 2026. — 240 с.

ISBN 978-5-6053473-5-4

Персональный бренд — это не страница в социальных сетях или звездный статус. В первую очередь, это возможности. Авторитетное имя способно привлекать инвестиции для бизнеса, надежную команду и лучших партнеров. Для рестораторов, отельеров и шеф-поваров это особенно важно, ведь профессиональная экспертиза здесь всегда граничит с творчеством. А творчество нуждается в единомышленниках.

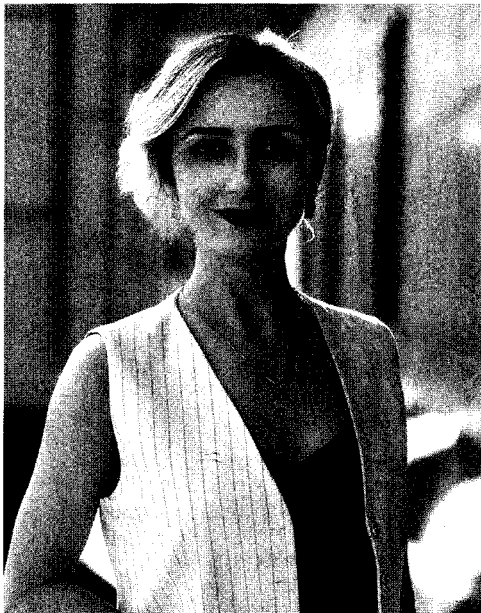
Авторская методика, описанная в книге, объединяет эффективные коучинговые практики и современные PR-инструменты, что позволяет выстроить продвижение личного бренда в три этапа: распаковка ценностей и определение ведущих архетипов, построение дорожной карты и выбор подходящих каналов и способов продвижения, исследование soft skills и поддержка системности.

Истории звездных гостей — лидеров российской ресторанной индустрии — станут надежным маяком для тех, кто только начинает свой путь в развитии бренда.

Шаг за шагом претворяя в жизнь всё, что узнаете со страниц этой книги, вы сможете создать сильный персональный бренд и получить признание аудитории.

ISBN 978-5-6053473-5-4

© ООО «МЕДИА ГРУППА «РЕСТОРАННЫЕ ВЕДОМОСТИ», 2026
© Сивак Ольга Владимировна, 2026



ОБ АВТОРЕ

- Основатель продюсерского центра для бизнеса Sivak Production.
- Сертифицированный коуч ICF (Международный Эриксоновский университет коучинга).
- Дипломированный теле-, радиоведущий (Высшая школа кино и телевидения Останкино), автор подкастов «Острые каблучки», «Я – ок | Ты – ок».
- Ex-руководитель направления отраслевого продвижения (HoReCa, производство, строительство) федеральной retail-компании «Комус», лидера российского рынка по продажам товаров для офиса и бизнеса, 2019–2023 г.
- Ex-директор по маркетингу и рекламе сети премиум-ресторанов Perfecto Group, 2016–2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление • 6

ЧАСТЬ I. ЭТО БАЗА. ЧТО ЛЕЖИТ В ОСНОВЕ ВАШЕГО БРЕНДА? • 12

- Глава 1.** Дюжина вопросов о личном бренде • 13
- Глава 2.** Позиционирование через исследование ценностей. Пирамида логических уровней Роберта Дилтса • 19
- Глава 3.** Кому нужен личный бренд? • 27
- Глава 4.** Сбор бенчмарков и анализ ниши • 34
- Глава 5.** «В яблочко!». Еще пара слов о миссии бренда • 41
- Глава 6.** Одиннадцать друзей лидера • 45
- Глава 7.** УТП бренда. Практика «Душа и разум» • 51
- Глава 8.** Работа с архетипами по Кэрол Пирсон • 57
- Глава 9.** Дорожная карта. Final countdown • 71
- Глава 10.** Медиапланирование • 76
- Глава 11.** Омниканальность • 82

ЧАСТЬ II. HARD SKILLS. МАСТЕРСКАЯ ПИАРЩИКА • 86

- Глава 12.** Социальные медиа • 89
- Глава 13.** Создаем контент-план: стратегия маркетолога и творца • 97
- Глава 14.** Как создать собственный контент-завод? • 102
- Глава 15.** На одном языке с аудиторией • 107
- Глава 16.** 50 тем для новых постов – бери и размещай • 111
- Глава 17.** Как увеличить охват аудитории? Органическое и коммерческое продвижение • 115
- Глава 18.** Искусственный интеллект. Создаем контент легко и технологично • 122

Глава 19. Форматы видеоблогинга: от экспертных видео до репортажа с места событий • **134**

Глава 20. Выступления на профессиональных конференциях. Как стать спикером и запомниться аудитории? • **146**

- Создание профиля спикера • **149**
- Организация участия в форумах • **152**
- Подготовка и выступление • **156**
- Пост-анализ и сбор обратной связи • **167**

Глава 21. Самопрезентация: впечатляй своей историей • **169**

Глава 22. Сила комьюнити • **177**

Глава 23. Публикации в СМИ. Как стать колумнистом отраслевого издания? • **187**

ЧАСТЬ III. SOFT SKILLS. ЧЕЛОВЕК, А НЕ ПРОДУКТ • 192

Глава 24. Эмоциональный интеллект круче, чем уровень IQ? • **196**

Глава 25. Интуиция, «третий глаз», или работа с подсознанием • **202**

Глава 26. Креативность. Простые практики для новых идей • **207**

Глава 27. Публичность: лидерство, хейт и звездная болезнь • **214**

Глава 28. Стиль в одежде. Как одна деталь может стать посланием этому миру • **222**

Глава 29. Юмор, и где его применять • **227**

Глава 30. Замыкая круг • **230**

Заключение и благодарности • 234

**Список использованной литературы
и интернет-ресурсов • 237**