

УДК 339.138:004

Харченко Ю.О.

студентка 4 курсу факультету міжнародних відносин і журналістики

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Стратегія просування персонального бренду через блог

У сучасному світі формування та просування персонального бренду через блог визнається не лише модою, але й ключовим інструментом успішного професійного та особистого розвитку. Основні принципи такої стратегії просування включають систематичне створення цінного та цікавого контенту, залучення аудиторії, співпраця з брендами та побудову довіри, що сприяє підвищенню впливу та популярності.

Блог (англ. blog, від «web – павутина», «log – журнал») – це вебсайт, де регулярно публікуються записи, зображення чи мультимедійний контент [1]. Блоги можна розглядати як засіб самовираження, і їх можна визначити як онлайн-простір для індивідуального представлення себе, своїх інтересів та експертних знань [3].

Один із ключових аспектів успішного блогу є процес ідентифікації себе у певній ніші. Це передбачає визначення особистих цінностей, особистих компетенцій, стандартів і стилів, які роблять людину унікальною [5].

Структура стратегії просування персонального бренду через блог починається з визначення цілей бренду, розробки концепції контенту та стратегії просування, а вже потім настає реалізація запланованого через особистий блог. Блог створюється для того, щоб повідомляти аудиторію про події у вашому житті, залучати підписників і привертати увагу, створюючи спільноту для підтримки інших персональних брендів [2].

Співпраця між модними інфлюенсерами та брендами стала звичайною справою; інфлюенсери часто виступають амбасадорами продуктів. Особистий

брендинг через модні блоги і його вплив, згідно з вченим та автором Гаганом Дж. Бхатією, став ефективним засобом підвищення видимості бренду та залучення клієнтів. Ці взаємовигідні відносини не тільки сприяють продажу продуктів, але й допомагають інфлюенсерам зміцнити свої позиції як лідерів думок у модній спільноті [4].

Існує загальна структура стратегії просування персонального бренду через блог, яка включає 6 кроків ефективного просування у соціальних мережах:

1. Знайти свою цільову аудиторію;
2. Створити сильну ідентичність бренду;
3. Додати релевантні ключові слова;
4. Створити високоякісний контент;
5. Взаємодіяти зі своєю аудиторією;
6. Просувати свій блог на різних платформах.

Таким чином, регулярне оновлення контенту в блозі є ключовим кроком у просуванні персонального бренду. Це дозволяє зберігати зацікавленість аудиторії та підтримувати активність в блозі. Однак, важливо не тільки постійно публікувати нові записи, а й забезпечити їх якість. Якісний контент включає в себе не тільки цікаві та корисні статті, але й візуально привабливі фотографії, відео, що робить блог більш привабливим для аудиторії. Крім того, взаємодія з аудиторією відіграє важливу роль у розвитку особистого бренду. Коментарі, обговорення, відгуки та відповіді на запитання читачів створюють відчуття спільноти та взаємодії, що є важливим фактором побудови довіри та лояльності аудиторії до автора блогу. Треба враховувати також, що просування через блог – це складний, але дуже ефективний процес. Правильне планування, систематичність, висока якість контенту та активна взаємодія з аудиторією дозволяють досягти успіху в цій сфері і створити міцну основу для особистого бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вікіпедія. Блог. Онлайн Енциклопедія. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>.
2. Оксана Павлюк. Як просувати особистий бренд в Instagram у 2024. *Netpeak Journal*. 2023. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-prosuvati-osobistiy-brend-v-instagram-u-2023/>
3. Chien Hsing Wu, Shu-Chen Kao, Hsin-Hui Lin. Acceptance of enterprise blog for service industry. *Journal: Internet Research*. №3. 2013. P.260-297. URL: <https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/113wJ657/>
4. Dr. Gagan J. Bhatia. Personal branding through Fashion blogging and its impact on Consumers. *Journal of Propulsion Technology*. Vol. 44 №3. 2023. P. 3747-3757 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.propulsiontechjournal.com/index.php/journal/article/view/2094/1427> – 2023.
5. Jenny Cheung. Personalised and Participative Branding Through Fashion Blogging. *Social Commerce: Consumer Behaviour in Online Environments*. Chapter 4. 2019. P. 59-81 URL: https://www.researchgate.net/publication/331278502_Personalised_and_Participative_Branding_Through_Fashion_Blogging