

ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО БИБЛИОТЕКАРЯ

ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ И ОБРАЗ БИБЛИОТЕКИ

Профессиональная программа дополнительного образования

Лектор: **Ольга Кириченко**

Преподаватель Уральского Федерального Университета

Курсы и проектная деятельность:

Личный бренд, Бизнес-коммуникации, Искусство презентации,
Управление взаимоотношениями с клиентами.

Член Ассоциации специалистов по этикету

Член Лиги профессиональных имиджмейкеров России

Коуч ICF. Фасилитатор

На практике разберем с вами:

- Составляющие имиджа современного библиотекаря
- Как правильно подобраный образ и поведение могут повлиять на первое впечатление и на результат встречи
- Как заинтересовать аудиторию и привлечь новую

Цель нашей совместной работы:

Создать имидж руководителя, специалиста для успешной коммуникации

Задача на практикум:

Освоить инструменты для создания имиджа руководителя, специалиста, эксперта

Может ли

образ и поведение
руководителя, специалиста, эксперта
повлиять на отношение к нам человека
и на репутацию организации?

ДА

еще не вступая в диалог и не зная наши компетенции

человек уже создает о нас первое впечатление, которое влияет
на дальнейшие взаимоотношения

ИМИДЖ – некое увеличительное стекло, которое позволяет проявиться лучшим личностным и деловым качествам человека и вносит комфорт в общение с целевой аудиторией

Посредством имиджа наиболее заметно и доступно для других людей, проявляется внешний и внутренний мир человека.

Формируя правильный образ, благоприятный для восприятия окружения, мы решаем свои задачи и задачи организации, достигая цели

Факторы, влияющие на первое впечатление и взаимоотношения

Габитарный имидж

- Контрастность
- Цвет и тон: волос, глаз, кожи
- Архитектура лица и тела
- Стиль в одежде
- Макияж
- Прическа
- Обувь
- Аксессуары

Кинетический имидж

- Взгляд
- Осанка
- Походка
- Жесты
- Мимика

Вербальный имидж

- Интонации
- Тембр
- Дикция
- Яркость
- Эмоциональность
- Смысл сказанного
- Логика и аргументированность речи

Как они работают:

ИМИДЖ – это образ, изображение/англ/ преднамеренное создаваемое визуальное впечатление о личности или структуре, выражает достоинства

- **Габитарный/габаритный имидж:** психология цвета
 - и законы пропорции в образе
- **Кинетический имидж:** о чем говорит наше тело, КОГДА МЫ МОЛЧИМ.
- **Вербальный имидж:** как мы звучим и как наш слышат оппоненты и понимают.

Формирование габаритного имиджа



Ткани:

- Натуральные
- Смесовые
- Синтетические

Принты:

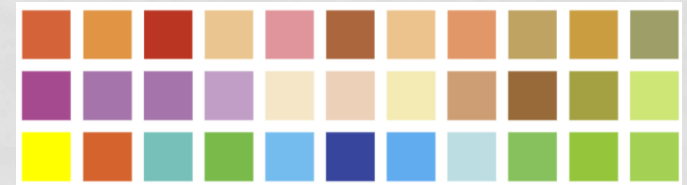
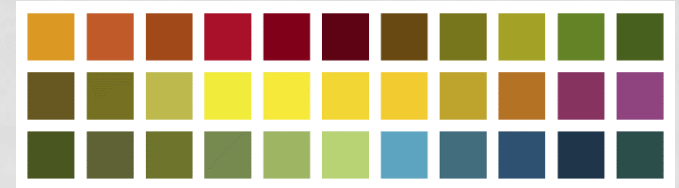
- Формы
- Размер
- Геометрия

Аксессуары:

- Количество
- Размер
- Форма
- Цвет
- Фактура
- Состав

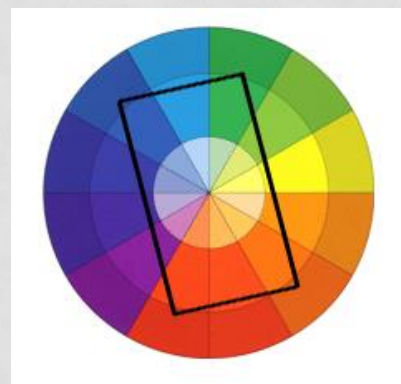
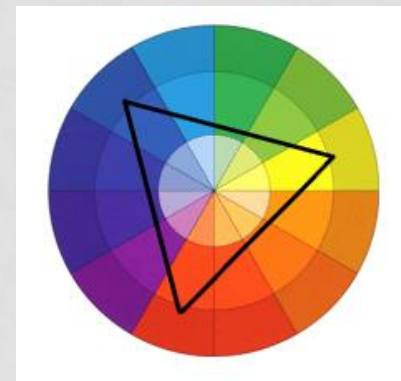
Влияние цвета на психологию человека

- **Красный** – энергичный. Опасность, кровь, власть.
Создает видимость срочности
- **Оранжевый** – агрессивный.
Призыв к действию, захват внимания
- **Желтый** – оптимизм, молодость.
Привлечение внимания
- **Зеленый** - жизненная энергия, процветание. Тема - эко, финансы
- **Голубой** – свободный, безмятежный.
Поверхностное, неглубокое. Мир грез
- **Синий** – надежный. Ощущение безопасности, стабильности
- **Фиолетовый** – магический, странный.
Вызывает депрессию.
- **Черный** – элегантный. Впечатление роскоши и утонченности. Уверенность в себе, самоутверждение.
- **Белый** – легкий, чистый, новый. Знания и открытия. Огромные возможности.
- **Серый** – нейтральный. Страх высказать свое мнение.



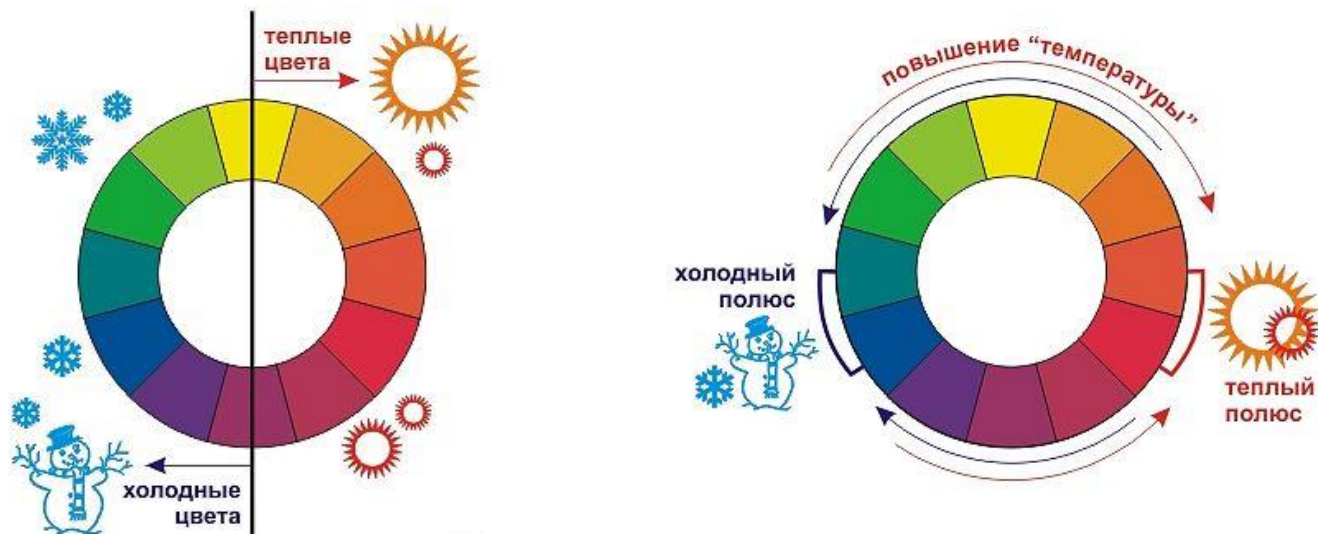
Гармоничные сочетания цветов

Работа с цветовым
кругом Иттена



Свойства цвета для образа и презентации

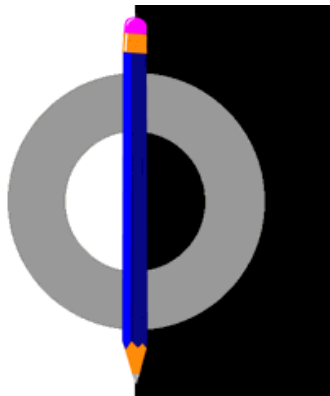
Цветовой круг обычно делят на **теплую** и **холодную** половины.



Каждый цвет имеет теплый и холодный оттенок.

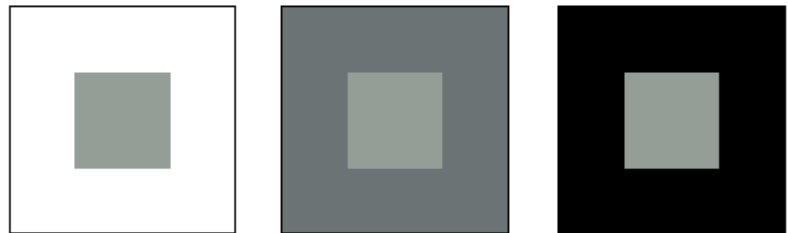
Цветовые иллюзии

Иллюзия Вертгеймера-Коффи



Оптические иллюзии

Ахроматический (светлотный) контраст







Влияние принта, фактуры при работе с аудиторией и на камеру



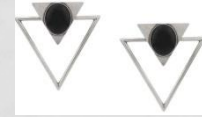
Контраст фона и образа



Контраст фона и образа



Деловой образ



Условно-деловой образ

- Контраст цветов
- Вертикаль в образе
- Цветовые сочетания



Обувь для встреч и выступлений

- Цветовые сочетания
- Удобство
- Эстетика
- Актуальность



Образ для встреч и выступлений

- Контраст цветов
- Вертикаль в образе
- Цветовые сочетания



Обувь для образа встреч и выступлений

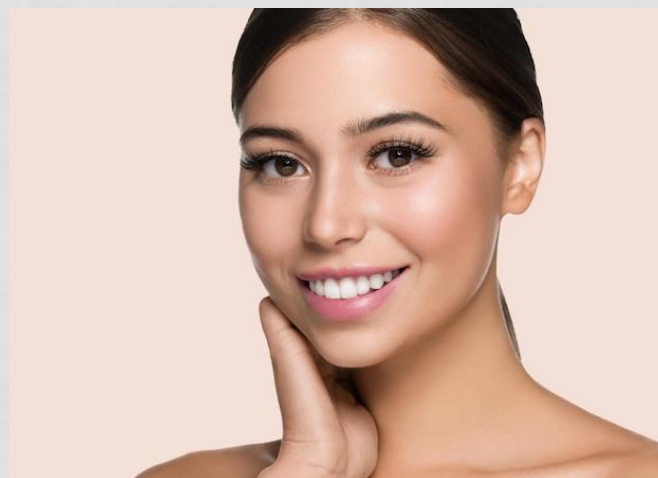
- Эстетика
- Уместность
- Удобство и комфорт
- Цветовые сочетания



Подбор прически для публичного выступления и встречи



Подбор прически для публичного выступления и встречи



Статистика восприятия информации

Кинестетики



Верят только ощущениям. Важно брать в руки, трогать

Визуалы



Воспринимают мир через картинку: презентации, слайды, смотрят на жесты, мимику

Диджиталы



Близка логика: предположения, доказательства, доводы, факты

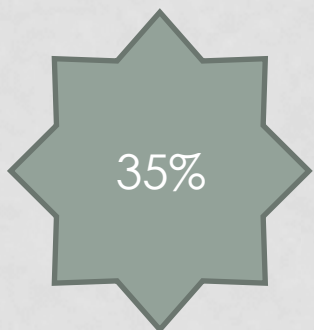
Аудиалы



Воспринимают на слух. Важны голос, тембр, дикция, чистота речи

Статистика восприятия информации

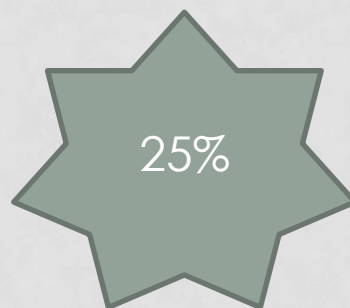
Кинестетики



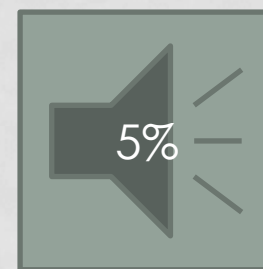
Визуалы



Диджиталы



Аудиалы



Формирование первого впечатления

- **Начало контакта:**

Завладеть вниманием
собеседника



- **Зрительный контакт:**

Глаза – сигнальщик тела.
Взгляд: деловой, светский,
социальный, интимный



- **Рукопожатие:**

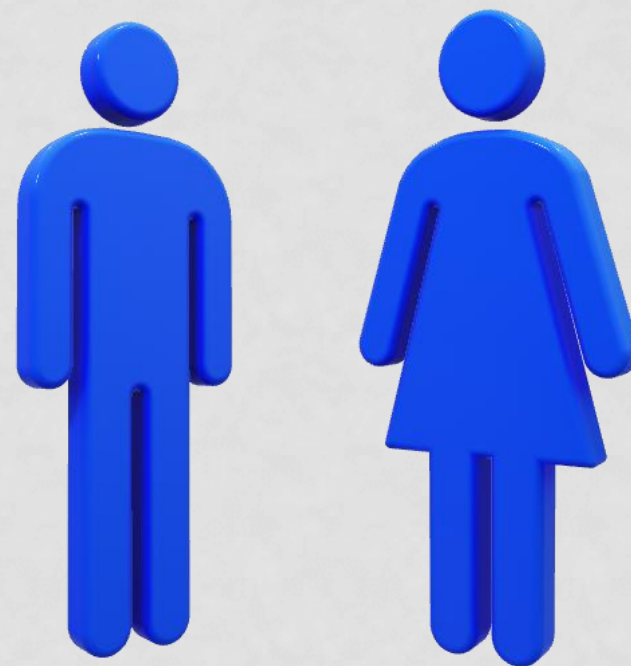
Диктовать стиль поведения,
уверенность

Организация пространства



Организация пространства. Зоны контакта:

- Интимная (до 50 см)
- Личная (от 50 до 120см)
- Социальная (от 1,2 м до 3,5м)
- Общественная (более 3,5 м)



Структура деловой беседы

- **Начало беседы.** Создание «климата отношений»
- **Изложение своей позиции и ее обоснование**
- **Выяснение позиции собеседника**
- **Совместный анализ проблемы** (устранение сомнений, опровержение замечаний, поиск вариантов решения и т.д.)
- **Принятие решений** (и выработка словесных формулировок)
- **Завершение беседы** (закрепление позитивных формулировок, выводы по договоренности: сроки, отв лица, и прочие)



38% - Интонация

55% - Мимика и жесты

7% - слова, текст

Владеть голосом жестами и мимикой –
значит владеть вниманием слушателей от начала до конца

Речь на публичном выступлении

Основные элементы речи:

- Громкость
- Ясность
- Разнообразие /скорость, интонации голоса, тембр, паузы, громкость/



Когда употребляем:

«ВЫ»



«ВЫ»



«ТЫ»



По данным компании Hansa Flex в сегменте b2b переговоры с обращением на «ты» в 5 раз чаще завершаются сделками

Лучше по чести **Ты**кать, чем с подвохом **Вы**кать

Немного истории:

Отчество возникло на Руси в XII веке – как отличительный знак принадлежности к княжескому роду

В XVI веке русские цари стали давать отчества своим приближенным, оказывая тем самым почтение, указывать на имя отца было величием (Как Вас величать по батюшке)

Отчество имело 2 формы: Иванов (сын) и Иванович

Екатерина II повелела:

- Особ первых 5 классов «табели о рангах» именовать Ивановичами, Петровичами
- Шестого- восьмого классов- с полуотчествами (Ивановыми, Петровыми сыновьями),
- А прочих оставила совсем без отчеств (Емелька, так звала она Пугачева Емельяна)

Обращение по имени –отчеству искони было уважительно, чем например « господин Иванов» или «Иван»

Статистика: ИФ -72%, только Ф -22,2%, ИО- всего 5,8%

Как выделиться и запомниться

- Запишите все Ваши уникальности, достижения, значимые события, цифры, факты
- Вспомните, что Вам нравится, вдохновляет
- Что отмечают ценного в Вас ваши друзья, коллеги
- Что делает Вас уверенным
- Что является якорем в вашем образе
- Что оставляет послевкусие о Вас

Структура самопрезентации

Приветствие

Добрый день, здравствуйте, рад(а) приветствовать вас на

Я и моя тема

Рассказать о своих навыках, опыте и области экспертизы

Работаю с моей ЦА (целевой аудиторией)

Рассказать о вашей ЦА и почему ваш подход полезен ей

Полезна в решении Создаю условия для результата в

Какие проблемы своей аудитории Вы решаете

Это возможно благодаря...

Объяснить, какие факторы делают ваш подход уникальным, ценным

Для создания результата....

Разложите пошагово, как вы работаете и какая последовательность действий помогает вам достичь результата

Использую инструменты...

Укажите, какие инструменты и техники Вы используете в работе с ЦА

Структура самопрезентации

Результаты моей ЦА

Расскажите небольшие примеры или истории успеха ваших клиентов/пациентов, что показывает эффективность вашей работы

Как я работаю (условия моей работы...)

Опишите, какие условия сотрудничества Вы предлагаете: формат (онлайн, офлайн), сроки, стоимость и тд

Для взаимодействия я приглашаю вас...

Расскажите, как связаться с вами, контактные данные

Я рад(а) быть полезной и поэтому я приготовила для вас... (польза)

Рассказать кратко, что приготовили и дать ссылку на этот материал

Благодарю вас за внимание (участие), рад (а) знакомству с вами

Пример

Добрый день, я - **Ольга Кириченко**, преподаватель и куратор проектов Уральского федерального университета, эксперт и советник по корпоративной культуре, клиентскому сервису и этикету коммуникаций, эксперт в построении имиджа для руководителей и компаний.

МОЯ ТЕМА – формирование имиджа руководителя и эксперта и укрепление бренда через визуальные каналы.

РАБОТАЮ С руководителями и собственниками бизнеса, образовательными площадками, Университетами, которые стремятся выйти на новый уровень коммуникаций с партнерами, заказчиками или клиентами

ПОЛЕЗНА В РЕШЕНИИ задач по привлечению целевой аудитории и создаю условия для узнаваемости вашего бренда/создания корпоративной культуры

ЭТО ВОЗМОЖНО БЛАГОДАРЯ моему образованию, опыту, постоянному изучению трендов рынка и применению инновационных стратегий.

ДЛЯ СОЗДАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА я провожу глубокий анализ вашего бизнеса, разрабатываю персонализированные предложения и мы совместно внедряем их в ваш бизнес/проект/курс.

Пример

ИСПОЛЬЗУЯ ИНСТРУМЕНТЫ: Имиджелогия, коучинг, фасилитацию, конфликтологию, ораторское мастерство, кинетику и другие.

СРЕДИ РЕЗУЛЬТАТОВ МОИХ КЛИЕНТОВ – создание обновленной структуры компании, значительный рост объема продаж, выход на новый уровень, уверенные коммуникации с партнерами, административными органами, создание репутации, имиджа и личного бренда.

КАК Я РАБОТАЮ: предпочитаю живое взаимодействие с клиентами, планирование встреч чтобы каждый шаг был согласован и приводил к цели и результату.

ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО МНОЙ я приглашаю вас на индивидуальную консультацию, на которой обсудим и пропишем ваш запрос и траекторию дорожной карты вашего проекта/запроса/цели. **Я РАДА БЫТЬ ПОЛЕЗОЙ**, и подготовила для вас карту имиджа / чек-лист аудита вашего бизнеса/другое.

Благодарю за внимание, и я буду рада встрече с вами/другое

Лифтовая самопрезентация

Рассказать о себе самое ценное за 10-15 секунд

- **Приветствие** / Добрый день, здравствуйте, привет и пр./
Если времени дается не более 10 секунд, приветствие не говорим
- **Представление** / Я, Имя / Имя Ф / ИОФ/ первое всегда говорим имя
- **Я могу быть полезен для** (описываем свою ЦА (целевую аудиторию))
- **Для решения** /Какие задачи Вы решаете/
- **Для получения** /какой результат Вы можете дать в рамках своих компетенций
- **Благодарность** / Рад познакомиться с вами.

Формирование имиджа для коммуникаций

Имидж – это образ, изображение/англ/ создаваемое визуальное впечатление о личности или структуре, выражает достоинства и создает репутацию компании, бренда

Цель и задачи – научиться искусно использовать в помощь стиль в одежде и осознанно подходить к выбору вещей в гардероб, знать и понимать язык мимики и жестов и владеть голосом

Инструменты:

- Создаем образ и имидж в целом, который определяет наши цели и задачи
- Следим за осанкой, мимикой, жестами
- Работаем с голосом, интонацией, паузами в речи

ЦЕЛЬ коммуникаций:

сделать общение между людьми комфортным

ЗАДАЧИ:

сформировать навыки общения с партнерами, сотрудниками, клиентами и пациентами

СУТЬ этикетных норм в коммуникации:

собственное достоинство и уважение к окружающим

Хорошими манерами обладает тот, кто наименьшее количество людей ставит в неловкое положение.

Д. Свифт

Подведем итоги:

- Что нового я узнал(а) и открыла для себя?
- Что меня вдохновляет и что вызывает страх?
- Какие я вижу для себя возможности, где и как могу их применять?
- Что я начну делать или буду делать теперь по-другому?

Благодарю вас за совместную работу

Ольга Кириченко

Экспертность

- Эксперт, советник по корпоративной культуре и этикету коммуникаций
- Член Лиги профессиональных имиджмейкеров России
- Член Ассоциации специалистов по этикету
- Коуч ICF. Фасилитатор
- Тьютор, наставник и Член жюри в проектах: бизнес, имидж
- Основатель Академии личности
- Преподаватель Уральского Федерального Университета
- Преподаватель Высшей Школы имиджа и стиля
- Организатор и спикер более 300 конференций, корпоративных тренингов по управлению персоналом, корпоративной культуре, имиджу и этикету коммуникаций

Курсы и проекты

- «Личный бренд»
- «Бизнес-коммуникации»
- «Искусство презентаций»
- «Управление взаимоотношениями с клиентами»
- «Самопрезентация»
- «Столовый этикет»

Образование и опыт работы

- Уральский Государственный экономический Университет
Кафедра: Экономика труда. Управление персоналом
- Уральский Федеральный Университет, Danone, Юнимилк, Екатеринбургский городской молочный завод, СтеклоДом. Директор по продажам, коммерческий директор, директор филиала

Партнёры

РЖД, Уральский Федеральный Университет, Библиотека им. В. Г. Белинского, Институт развития образования Свердловской области, Центральная научная библиотека, Коучинг Центр Станислава Гринберга, Территория ландшафтных решений Urban Green, Высшая Школа имиджа и стиля, Уральский институт Управления здравоохранения им. А. Б. Блохина



olgakirichenkoeb@bk.ru



+7 950 63 68 135



olgakir_s

