

Примечательный диалог у меня случился с участником программы “Кармическая терапия”. После консультации по предназначению, девушка решила совместно со мной “расчистить авгиевы конюшни” в своем понимании себя. На первой сессии я предложил девушке вернуться в детство, юность. И вспомнить моменты счастья, азарта, драйва. И не случайно, поскольку в натальной карте девушки соединены Марс и Венера, а в первом доме - Раху, теневая планета бунтарей. Такая себе пороховая арт-смесь...



Карта показала, что у девушки – замечательный потенциал бунтарки, организатора драйвовых информационных, тусовочных артпроектов. По знаку она Близнец. Я даже себе сказал, рассматривая карту, что девушке неплохо бы организовать фестиваль барабанов с бушменами:) К слову, она с мужем сейчас – в Южной Африке...

Но в данный момент девушка размеренно живет “при муже”. Он обеспечивает все тылы. Но внутри вулкан начал потихоньку просыпаться, бурлить. Именно потихоньку. Выйти из зоны комфорта сложно. Любая женщина, даже в прошлом бунтарка, может летаргически заснуть при муже, который всем тебе обеспечивает, любит, холит и т.п. В теплой ванне естественно расслабиться.

Однако период Юпитера (показателя мужа в гороскопе) у девушки подошел к завершению и ее собственная “вулканическая” природа вспомнила о себе. И девушка постучалась ко мне на консультацию с вопросом, кто я и что мне делать дальше.

Так вот: девушка, улыбаясь, рассказала, как в юности она зажигала на тусовках, как расцветала, когда вокруг зажигали эмоции, когда она шла всем наперекор. В процессе того, как девушка вспоминала о том, как зажигала в

юности, лицо ее само собой расцвело подобно бутону розы утром.

Когда я объяснил девушке, в чем смысл того, что мы обращаемся к эмоциям ее молодости, она удивленно вскинула брови. Я, мол, думала, что искать себя в профессии нужно по принципу маркетинга, т.е. в потребностях целевых аудиторий, которым могут понадобиться мои таланты.

А мы во время сессии наоборот – ищем себя... в самих себе!

Маркетинговый абсурд?

Да, конечно, если послушать “здравомыслящие” рекомендации консультантов по персональному брендингу, то действительно, путь к успеху у каждого из нас должен лежать в отзеркаливании потребностей рынка. Чаще всего так поступают наши родители, отправляя из добрых побуждений свое чадо в институт, который готовит специалистов, востребованных на данный момент... Не ведая, что эти побуждения “ведут в ад” несчастливой, “не своей” жизни.

Безусловно, далеко не всем людям нужны по жизни драйвы и эмоциональные сплески. Есть немало тех, кто будет счастлив именно в “теплой ванне”. Но если у вас Венера с Марсом в 10-м доме натальной карты (доме карьеры), и Раху (планета бунтарей) в 1-ом доме личности, как у этой девушки, то “теплая ванна” может быть комфортной лишь на какой-то период жизни. Неизбежно захочется выскочить из ванны, вскочить на коня и галлопом....

Конечно, большинство людей живет по принципам персонального клиент ориентированного маркетинга. Т.е. стремятся туда, где, по их мнению, “можно заработать”, где есть на сегодня спрос их талантам. Потому у нас так много юристов, экономистов, менеджеров, зарабатывающих... как секретари-референты.

Я не осуждаю такой “здравомыслящий” подход большинства людей, поскольку так было всегда. Это – удел тех, кто стремится реализовать базовую потребность к безопасности. Это – нормально. Жизненная миссия большинства – поддержка существующей матрицы. Поэтому стремление к “популярным профессиям”, клиентоориентированность, желание нравиться другим – это естественная приспособленческая реакция.

Но есть и меньшинство людей, которым в матрице неуютно: их собственная личностная матричная структура при попадании в социальную матрицу “обрезается” так, что остаются “ножки та рожки”.

Это – люди персонального брендинга, а не маркетинга. Беда, что в массовом сознании “персональный брендинг” воспринимается как “раскрутка имиджа”. Типа того, что каждый может иметь свой персональный бренд при хорошем маркетинге.

Но так ли это?

Помню, как пару лет назад я собрал онлайн-курс “Персональный брендинг”.

Как оказалось, на него записалось 90% “людей маркетинга”, а не брендинга. И когда я показал участникам, что персональный брендинг – это процесс очищения себя от социальных матричных стереотипов и представлений об успехе, я... растерял курс.



Для большинства участников курса сама постановка вопроса о том, что первоначально в персональном брендинге нужно понять, кто они по призванию, была... неудобной. Проще сказать себе, что “я хочу быть успешным, как.... кто-то другой”, который работает в такой-то индустрии. Взять для себя шаблон. И поставить перед собой цель – подстроиться под требования того рынка, где этот имярек работает. И стать успешным на этом рынке.

При этом получение персонального бренда воспринимается как паблисити, обретение известности. Но известность вовсе не ведет автоматически к бренду. К бренду ведет восхищение, удивление, разрыв шаблона.

Поэтому я говорил на курсе брендинга, что персональный брендинг – это, прежде всего, вызов рынку. Тот, кто стремится “понравиться рынку”, может

продать продукт, но не создать новый бренд. Что основным потребителем персонального бренда является сам субъект бренда.

Только тогда, когда ты перевернешь приоритеты и будешь заниматься “искусством ради искусства”, т.е. ради того, чтобы принести удовольствие себе самому в процессе деятельности, ты будешь иметь какие-то шансы выйти за рамки уже существующей матрицы. И потенциально стать брендом.

Конечно, такая постановка вопроса для “здравомыслящего” большинства – безумна.

И потому я впоследствии начал обучать персональному брендингу только в формате персонального коучинга тех, кто “достаточно безумен”, чтобы в матрице жить своей жизнью, находить удовольствие в кураже борьбы за самого себя.

При этом в персональном брендинге важны все маркетинговые технологии продвижения. Но только как **технологическое приложение**, а не как суть. Сутью персонального брендинга является самопознание, очищение себя от социально-матричных ожиданий и создание собственной мифологии (продукта, услуги, не важно) как проявление самовыражения и личностного куража.

После этого я больше никогда не стремился собирать групповые курсы по персональному брендингу... Только персонально и для “безумцев”.

...Я еще не знаю, насколько готова моя ученица по курсу “кармическая терапия” к тому, чтобы сбросить под ноги себе корсет сомнений и страхов. Прошла всего одна сессия.

Но я вспоминаю блуждающую улыбку девушки, когда она рассказывала о своем подростковом опыте бунтарского самовыражения.

Значит, есть шанс.