

# اینفلوئنسر

برندسازی شخصی در عصر رسانه‌های اجتماعی

برنامه‌ای برای مدیریت و کسب درآمد  
از تأثیرگذاری خود به‌عنوان یک تولیدکننده محتوا

بریتنی هنسی

ترجمهٔ آناهیتا دخیلی



کتاب گوله پش

## فهرست

۷	پیش‌گفتار
۱۳	مقدمه
۲۳	بخش اول: تشکیل جامعه خود
۲۴	فصل اول: فید
۵۶	فصل دوم: مخاطبین
۷۷	بخش دوم: معرفی برندگان
۷۸	فصل سوم: برتری
۹۶	فصل چهارم: مطبوعات
۱۲۱	بخش سوم: کسب درآمد از تأثیرگذاری تان
۱۲۲	فصل پنجم: پول
۱۴۵	فصل ششم: قرارداد
۱۶۷	فصل هفتم: مدیربرنامه
۱۸۵	بخش چهارم: برنامه‌ریزی برای آینده خود
۱۸۶	فصل هشتم: هدف
۲۰۱	نتیجه‌گیری

## فصل اول

### فید

چگونه لحن برند خود را پیدا و محتوای فوق‌العاده تولید می‌کنید؟

یک تولیدکننده محتوا که به دنبال همکاری با برندها است به‌مثابه کارمندی است که به دنبال کار است. مردم پیش از آنکه تصمیم بگیرند با شما کار کنند نام شما را در گوگل جست‌وجو می‌کنند و باید از نتایج جست‌وجوی خود راضی باشند.

سراغ گوگل دات کام<sup>۱</sup> رفته و نام و نام‌خانوادگی‌تان را در آن تایپ کنید. حالا به نتایج جست‌وجوی خود در قسمت عمومی، عکس‌ها، ویدئوها و اخبار نگاه کنید. کلیه محتوای موجود در صفحه نخست باید یا به وسیله خودتان تولید یا تهیه شده باشد.

اگر زیاد جذاب به نظر نمی‌رسد وحشت نکنید. سراغ گوگل آلرت<sup>۲</sup> رفته و زنگ هشدار را با نام خودتان در گیومه تنظیم کنید (مثلاً «بریتی هنسی»). هر زمان محتوای جدیدی با نام شما در گوگل ایندکس<sup>۳</sup> شود، ایمیلی دریافت خواهید کرد که شما را مطلع می‌سازد در مسیر درستی هستید. هر سه ماه یک‌بار در گوگل جست‌وجو کنید و روند پیشرفت خود را زیر نظر بگیرید. به خاطر داشته باشید اگر شما داستان خود را بازگو نکنید، یک نفر دیگر این کار را به جای شما خواهد کرد.

---

1. Google.com

2. Google.com/alert

۳. Google index؛ زمانی که گوگل محتوای یک صفحه از یک سایت را در پایگاه‌های داده خود ذخیره

سازان هندریکس<sup>۱</sup> نمونه بسیار خوب از کسی است که نتایج جست‌وجوی گوگلش دقیق و کامل است. نام او را تایپ کنید و اولین صفحه، وبسایت، پروفایل توئیتر<sup>۲</sup>، یوتیوب، اینستاگرام و لینکداین<sup>۳</sup> و تعدادی از مصاحبه‌هایش را نمایش می‌دهد. در سربرگ ویدئو، لینکی را به کانال یوتیوب او و تعدادی از ویدئوهایی که ساخته خواهید دید. به سربرگ عکس‌ها رفته و آنجا عکس‌های زیبای سازان را یکی پس از دیگری و چند عکس از شوهرش استیوی<sup>۴</sup> می‌بینید. در قسمت اخبار تعدادی مقاله و مصاحبه و در قسمت خرید، کسب‌وکارش بلس باکس<sup>۵</sup> نمایش داده می‌شوند. رفقا واقعاً از این بهتر نمی‌شود؛ اما تنها راه چشمگیر شدن نتایج جست‌وجوی تان چیزی نیست جز تولید و تولید و تولید!

### اسم‌ها چه اهمیتی دارند؟

خیلی از شماها همین حالا هم نامی برای برند خود دارید، بنابراین با بی‌میلی از این قسمت عبور می‌کنید با این امید که چیزی نمی‌گویم که مستأصل شده و مجبور شوید از اول شروع کنید. نمی‌گویم که سرزنشان می‌کنم. شاید نام‌گذاری برای برند خود، سخت‌ترین قسمت در تبدیل شدن به یک تولیدکننده محتوا باشد. به علاوه اینکه هیچ چیز در اینترنت واقعاً برای همیشه پاک نمی‌شود و این موضوع، شما را بیشتر تحت فشار می‌گذارد. نمی‌توانید نامی را انتخاب کنید که شش ماه، یک سال یا حتی پنج سال بعد از آن پشیمان شوید. برخی از بهترین اسم‌ها را ولاگرها دارند و منظورم از بهترین، مضحک‌ترین است. روی سخنم با تو است. اسم نمی‌برم زیرا به خود قول داده‌ام فقط به‌طور ناشناس، دیگران را خطاب قرار دهم اما احتمالاً خودتان چندتایی در ذهن دارید.

1. Sazan Hendrix

2. Twitter

3. LinkedIn

4. Stevie

5. BlessBox