

## "ЛЕГАЛИЗАЦИЯ" ИМИДЖМЕЙКЕРА. ИЗ ТЕНИ В СВЕТ

**Ирина Сохина**

Источник: Advertology.ru

Дата публикации в источнике: 8 декабря 2005г.

**В 2005 году начала свою деятельность Ассоциация специалистов по имиджу. И это решение связано с определенными потребностями российской публики, которые были выявлены в результате наших исследований. Имидж – это очень привлекательное слово. Мы слышим его почти каждый день. А ведь еще лет 40-50 назад тогда еще советские люди не использовали это понятие так часто. Да практически вообще не использовали!**

Это тоже связано с определенными историческими событиями, постигшими нашу страну.

В настоящее время мы имеем странную ситуацию: имидж интересует в той или иной степени почти каждого, а имиджмейкер, при этом, продолжает оставаться "нелегальной" персоной в стране.

Дело в том, что "имиджмейкер", как и "менеджер" или "ди-джей" в свое время, до сих пор не принята государством специальность. Нет официально строчки "имиджмейкер" в государственном реестре профессий. И этот факт остается не очень известным только в силу того, что, возможно, другие имиджмейкеры пока не считают нужным это делать известным. Ведь в некоторых учебных заведениях предоставляют обучение по имиджу, но диплом государственного образца не выдается в связи с отсутствием законного основания.

В России появилась целая прослойка общества, называющая себя "имиджмейкерами". Среди них есть и "шарлатаны", которые просто именуют себя специалистами. А есть и вполне квалифицированные и грамотные специалисты. Только вот эти специалисты обучаются пока по методикам, которые не прошли стандартизацию в Министерстве Образования. Страшно в этом нет ничего, кроме одного ключевого момента: разные методики – разные версии имидж-технологий, разночтения в специальной литературе и в публикациях в СМИ.

Иными словами, публика, интересующаяся имиджем, регулярно сталкивается с тем, что разные источники и разные имиджмейкеры друг другу противоречат.

Например, один имиджмейкер определил цветотип (природный колорит внешности) клиента, как "осень", а другой говорит: "Ну что Вы! Ваш цветотип – "лето". Или в одной статье мы читаем о том, что "имидж – это внутреннее психическое состояние", а в другой – "имидж – это костюм, прическа и макияж". Возникают ложные данные, нестыковки и, как следствие, растерянность публики.



А некоторые имиджмейкеры будут яростно отстаивать свою точку зрения, не опираясь при этом на реалии физических характеристик таких как: законы сочетания цвета с точки зрения физики, эмоциональность клиента с точки зрения длины волны его эмоции и т.п. Иногда отстаивается авторитарная точка зрения: "Я так считаю, значит, так оно и есть!"

Для того чтобы "навести порядок" в этой области, была создана наша Ассоциация специалистов по имиджу, которая ставит перед собой задачи:

1. Проанализировать различные методики формирования имиджа и выявить наиболее эффективные и "работающие"
2. Разработать единое методическое пособие, на основе которого профессия "имиджмейкер" будет преподаваться в образовательных учреждениях, начиная со школы и заканчивая ВУЗами и обучающими центрами повышения квалификации.
3. Обеспечить членов Ассоциации, которые не являются специалистами по имиджу, возможностью получать знания в этой области в рамках Открытого Заочного Университета.
4. Внести профессию "имиджмейкер" в официальный реестр профессий и вывести наконец-то эту специальность из тени в свет, обеспечив единую сертификацию и стандартизацию услуг.
5. Лоббировать интересы практикующих имиджмейкеров в их профессиональной деятельности, а именно: организовать продвижение услуг специалистов через Ассоциацию, чтобы клиенты могли получать достоверную информацию о специализациях имиджмейкеров и их программах.

Согласитесь, отправляясь к стоматологу, вы, скорее всего, пожелаете быть уверенными в качестве его услуг, которые должны быть подтверждены лицензией и отзывами клиентов. Услуги имиджмейкеров пока не подлежат обязательному лицензированию.

Но ведь работа с вашим имиджем – это не менее важная процедура, которая может повлиять на успех в жизни и ваш доход!

По результатам наших опросов, клиент обращается к имиджмейкеру, чтобы получить два важных компонента в своем мироощущении: стать еще более привлекательным и стать еще более уверенным в себе.

И в этом процессе значительную помощь может оказать именно точная технология создания имиджа.

"Эффективное управление имиджем" - вот основной стандарт, который мы предъявляем к технологиям имиджирования!

В настоящий момент в нашей Ассоциации уже есть одобренные и проверенные методики имидж-технологий, которые реально дают предсказуемые результаты. Эти материалы уже прошли предварительное тестирование на кафедре рекламы в Университете Дружбы народов.

Процесс исследований различных практик и теорий продолжается. А также сейчас готовятся к изданию цикл книг по имиджу в престижном издательстве "Питер".



Самое главное отличие нашей Ассоциации от других союзов и объединений в том, что мы предлагаем разные уровни членства: персональное, специалист, корпоративное, экспертное, партнерское.

А начиналось все в 1995 году в Америке, где я была на стажировке, как специалист по PR, и училась в Университете THUNDERBIRD (Феникс, штат Аризона).

Под Вашингтоном, где я была на стажировке, есть красивое место Александрия. Там в центре города обустроена улица с пешеходным движением, похожая на наш Арбат. В центре этой прогулочной зоны открыта студия по созданию имиджа стилиста из Бостона Рона Лукзака.

Тогда-то я впервые и познакомилась со стилистом-имиджмейкером, который работал над образами клиентов полностью – от одежды до манеры поведения...

Через два года, вернувшись в Россию, я открыла салон имиджевых услуг, который стал сразу весьма популярным.

Затем были долгие годы обучения, самообучения, исследований, проб и ошибок, после которых в этом году назрела необходимость основать Ассоциацию специалистов по имиджу.

Стать членом Ассоциации на персональном уровне может стать любой интересующийся имиджем человек, который хотел бы получить возможность изучать материалы по имиджу для себя, получать предварительные консультации и участвовать в семинарах и тренингах начального уровня.

Уровень членства "Специалист" позволяет официально подтвердить авторство своих методик, получить возможность дополнительного продвижения своих услуг и получения заказов, принять участие в профессиональных тренингах и программах повышения квалификации.

Корпоративное членство позволяет получить имидж-аудит своего бизнеса, коррекционные программы по корпоративному имиджу, регулярные информационные выпуски с новинками имидж-технологий.

Экспертное членство можно получить лишь за определенные заслуги в процессе формирования авторских методик по созданию имиджа.

Партнерский статус члена Ассоциации – это почетный статус спонсора и мецената, который помогает финансировать широкомасштабные исследования и тестирования технологий.

Подводя итог, хотелось бы обратить внимание на то, что основная идея Ассоциации специалистов по имиджу – это навести порядок в этой области, сделать профессию легальной и принятой государством и популяризировать (сделать доступными) технологии формирования имиджа для разных слоев населения, начиная со школьного возраста.

Иными словами, Ассоциация может быть полезной разным типам публики с одним общим знаменателем: "интерес к имиджу".

В настоящий момент у нас уже есть чуть больше десятка заинтересованных членов Ассоциации, среди которых представители ОАО "АвтоВАЗ", Гильдии Маркетологов, региональных координаторов программ Шепеля, бренда "АвтоМИР" и т.д.



Руководители Ассоциации стали в ноябре этого года членами Гильдии Маркетологов и вошли в состав Подкомитета по маркетинговым технологиям Торгово-промышленной Палаты Российской Федерации.

Мы планируем в 2006 году достаточно большой объем работы Ассоциации, который позволит многим людям и компаниям получить успех от применения имидж-технологий.

В ближайшее время завершится работа над созданием современного сайта с удобной системой обратной связи для Ассоциации.

*Дата публикации на сайте: 8 декабря 2005г.*

