

ANNOTATIONS TO THE ARTICLE

«Lady Gaga Taught Me These 4 Secrets to Building a Successful Brand»

Lady Gaga is on fire ... again. With her recent breakthrough performance in *A Star Is Born*, she is generating a lot of Oscar buzz. In the film, Gaga plays Ally alongside Bradley Cooper's Jack -- a couple whose personal relationship struggles as Ally's professional life takes off. With many publications betting she will shine during award season, Gaga is hot. But, this isn't Gaga's first rodeo. Having launched her singing career around 2007, she has been a chart-topping role model for thousands of fans, broken records, taken home countless awards and influenced the industry.

Yes, she is an international star. But, she is also an extremely savvy business woman -- and I have learned everything from her when it comes to building my successful business, Archangel, which helps mission-driven entrepreneurs, and its annual conference, Archangel Summit.

It was around 2013 when I started following Gaga. I was watching the music industry -- and it was in a decline. Yet, there were some artists who were killing it. Lady Gaga was one of them. While she had been around (and super successful for years), she was continuing to get stronger and stronger, despite the current landscape. At the time, I knew nothing about her, but I was intrigued by her success. What was so special about her? I began my quest to figure that out.

Here is what I learned from Lady Gaga on what it takes to build a successful business -- and what you can learn from her, too.

1. Get crystal clear on who you want to help.

It is so important to find the right customers for your company.

Like a lot of people, Lady Gaga is attracted to people who were like her. She has written countless times about being bullied in school and felt like an outsider. It was these same people she went after when she decided to build her community (more on that in a bit). For me, I needed my perfect avatar to target. I wanted to help entrepreneurs like me: those who are mission-driven and want to create an impact. To find these people, I met with anyone and everyone and started asking a million questions to get to the root issues and how I could be of help. I started to look for patterns to define my mission.

For you, focus on whom you want to help right off the bat. Take a stand. Look at your core values, what issues are important to you and your mission. This will help create cohesion and bonds among your core base. Look for those people who fit into that community. But also, just as importantly, do not try to appease to everyone. You can't please everyone.

2. Build a tribe.

Next, you need to find these people -- a lot of these people -- and build your tribe.

When it came to building her community and ambassadors, Lady Gaga didn't go for the traditional, top 40 pop audience. She went after the fringe -- the people who were bullied, those who didn't fit in, the outcasts -- and made them her family. And then she branded her tribe -- "Little Monsters" -- which was so important.

Every year, for our Archangel Summit, we sell out, with more than 3,000 people attending. We are able to accomplish this by building our own tribe. When I launched the entire Archangel platform, I didn't start off with a product, service, experience or event and try to

sell people on that business model. Rather, I started off with a tribe and asked out how could I serve them.

By going down this path, it is much easier, in the end, for entrepreneurs to sell. After finding this passionate audience, you can figure out what the most common challenges this tribe is facing and how you, as the founder, can be the most helpful.

3. Focus on being memorable.

Whatever you do, be remembered.

Usually, when artists perform, they do pretty much the same act in each city. It can be a bit, well, blah. But, Gaga customizes her shows to each specific audience -- adding in personal touches to make each performance memorable. It is very micro level. So, people throw things on stage, and she interacts with them. I have seen her do it with a Canadian flag, which she danced with; a denim jacket she put over her dress; and a touching moment, when a concertgoer named Brittany tossed up a letter. Lady Gaga stopped the set, opened the letter, learned that the girl had just come out to her parents, who didn't accept it, and asked Brittany on stage. She then sang directly to her. I am not rehashing this story for no reason; I am doing so because I remember every single moment of that concert.

In each instance, she made people feel special, like they belonged.

For us, I go crazy when it comes to the day of the Archangel Summit event. It isn't just panels and keynotes, but also Cirque du Soleil-style performances. I do this to not only keep people energized, but because I haven't seen it anywhere else.

Do the same for your own business. Do things that don't scale -- and they don't have to be such a grand level as having trapeze artists swinging through your event. For instance, you can insert personalized videos into emails, thanking someone for her purchase. Or send a special thank-you card after your service. Whatever you choose, you just need to show people you care about them.

4. Keep the momentum.

There are only so many product launches you can have, events you can hold or online courses you can unveil. Between those big milestones, keep the community going.

Lady Gaga does it by creating a special, almost secretive culture. She and her Little Monsters greet each other with the "Monster Claw" sign and use words like "monsterhugs" to show affection for each other. They have their own social media platform where they can interact all year round, and a strong Facebook page where Gaga often posts.

What I have done that can work for any founder is create a strong social media group. (Some people do this with Google, others with Facebook.) In it, we highlight stories of community members and the impact they're creating, we co-create our events with the tribe (for instance, asking which speakers to have for future events) and we share strategies, to name a few ways we engage.

During the year, we also keep people engaged by continuing to educate them with webinars, email newsletters and smaller, more intimate event. These all help to continue to develop this community, so when our next major event occurs, it isn't hard to sell out.

Translation:

«Леді Гага навчила мене цим 4 секретам побудови успішного бренду»

Леді Гага палає ...знову. Завдяки своїй нещодавній проривній ролі у фільмі «Зірка народилася» вона викликала багато хвилювань щодо «Оскара». У фільмі Гага грає Еллі разом із Джеком Бредлі Купера — парю, чиї особисті стосунки погіршуються, оскільки професійне життя Еллі починає розвиватися. Оскільки багато публікацій говорять про те, що вона сяятиме під час сезону нагород, Гага дуже приваблива. Але це не перше родео Гаги. Розпочавши свою співочу кар'єру приблизно в 2007 році, вона була взірцем для наслідування для тисяч шанувальників, побила рекорди, отримала безліч нагород і вплинула на індустрію.

Так, вона міжнародна зірка. Але вона також надзвичайно кмітлива бізнес-леді, і я навчився від неї всього, що стосується побудови мого успішного бізнесу Archangel, який допомагає підприємцям, керованим місією, і його щорічної конференції Archangel Summit.

Це був приблизно 2013 рік, коли я почав стежити за Гагою. Я спостерігав за музичною індустрією — і вона була в занепаді. Проте були деякі художники, які заперечували це. Леді Гага була однією з них. Хоча вона існувала (і була надзвичайно успішною протягом багатьох років), вона продовжувала ставати сильнішою і сильнішою, незважаючи на навколишній світ. Тоді я нічого про неї не знав, але був заінтригований її успіхом. Що в ній було такого особливого? Я почав свій пошук, щоб зрозуміти це.

Ось чому я навчився від Леді Гаги про те, що потрібно для побудови успішного бізнесу, і чого ви також можете від неї навчитися.

1. Чітко визначте, кому ви хочете допомогти.

Дуже важливо знайти правильних клієнтів для вашої компанії.

Як і багатьох людей, Леді Гагу приваблюють люди, схожі на неї. Вона незліченну кількість разів писала про знущання в школі та відчувала себе аутсайдером. Саме за цими людьми вона пішла, коли вирішила побудувати свою спільноту (про це трохи пізніше).

Щодо мене, мені потрібен був мій ідеальний приклад. Я хотів допомогти таким підприємцям, як я: тим, хто керується місією та хоче впливати. Щоб знайти цих людей, я зустрічався з ким завгодно і почав ставити мільйон запитань, щоб зрозуміти суть проблеми та те, як я можу допомогти. Я почав шукати шаблони для визначення своєї місії.

Для вас зосередьтеся на тому, кому ви хочете допомогти відразу. Займіть позицію. Подивіться на свої основні цінності, які питання важливі для вас і вашої місії. Це допоможе створити згуртованість і зв'язки між вашою основною базою. Шукайте тих людей, які відповідають цій спільноті. Але також, що не менш важливо, не намагайтеся задобрити всіх. Усім не догодиш.

2. Побудуйте «плем'я».

Далі вам потрібно знайти цих людей — багато цих людей — і створити своє плем'я.

Коли справа дійшла до створення спільноти та амбасадорів, Леді Гага не брала участь у традиційній 40 найкращій поп-аудиторії. Вона переслідувала маргіналістів — людей, над якими знущалися, тих, хто не вписувався, ізгоїв — і зробила їх своєю сім'єю. А потім вона назвала своє плем'я — «Маленькі монстри», — що було так важливо.

Щороку на нашому Архангельському саміті ми збираємо аншлаги, відвідує понад 3000 людей. Ми можемо досягти цього, створивши власне плем'я. Коли я запускав всю платформу Archangel, я не починав із продукту, послуги, досвіду чи події, а намагався продавати людям цю бізнес-модель. Натомість я почав із племені й запитав, як я можу їм служити.

Йдучи цим шляхом, підприємцям, зрештою, набагато легше продавати. Знайшовши цю пристрасну аудиторію, ви зможете зрозуміти, з якими найпоширенішими проблемами стикається це плем'я, і як ви, як засновник, можете бути найбільш корисним.

3. Зосередьтеся на тому, щоб бути незабутнім.

Що б ви не робили, вас запам'ятають.

Зазвичай, коли артисти виступають, вони роблять майже однакові виступи в кожному місті. Це може бути трохи, ну, мля. Але Гага налаштовує свої шоу під кожну конкретну аудиторію, додаючи особистих штрихів, щоб кожен виступ запам'ятався. Це дуже мікрорівень. Отже, люди кидають речі на сцену, а вона взаємодіє з ними. Я бачив, як вона робила це з канадським прапором, з яким вона танцювала; джинсова куртка, яку вона одягла поверх сукні; і зворушливий момент, коли відвідувачка концерту на ім'я Бріттані підкинула листа. Леді Гага зупинила все, відкрила лист, дізналася, що дівчина щойно пішла від батьків, які не прийняли її, і запитала Бріттані на сцені. Потім вона співала прямо їй. Я не повторюю цю історію без причини; Я так роблю, тому що пам'ятаю кожну мить того концерту. У кожному випадку вона змушувала людей відчувати себе особливими, наче вони належали до них.

Для нас я божеволію, коли справа доходить до дня події Архангельської вершини. Це не лише панелі та основні доповіді, а й вистави в стилі Cirque du Soleil. Я роблю це не лише для того, щоб тримати людей під напругою, а й тому, що я такого ніде більше не бачив.

Зробіть те саме для власного бізнесу. Робіть речі, які не мають масштабу — і вони не обов'язково мають бути такого грандіозного рівня, як артисти на трапедії, які розгойдуються на вашій події. Наприклад, ви можете вставляти персоналізовані відео в електронні листи, дякуючи комусь за покупку. Або надішліть спеціальну листівку подяки після вашої служби. Що б ви не вибрали, вам просто потрібно показати людям, що ви дбаєте про них.

4. Зберігайте динаміку.

Існує лише стільки запусків продуктів, заходів, які ви можете провести, або онлайн-курсів, які ви можете оприлюднити. У проміжках між цими важливими етапами продовжуйте роботу спільноти.

Леді Гага робить це, створюючи особливу, майже таємну культуру. Вона та її маленькі монстри вітають одне одного знаком «Кіготь чудовиська» та використовують такі слова, як «обійми чудовиська», щоб висловити прихильність одне до одного. У них є власна платформа соціальних медіа, де вони можуть спілкуватися цілий рік, і сильна сторінка у Facebook, де Гага часто публікує дописи.

Те, що я зробив, що може спрацювати для будь-якого засновника, це створення сильної групи в соціальних мережах. (Деякі люди роблять це за допомогою Google, інші — за допомогою Facebook.) У ньому ми висвітлюємо історії членів спільноти та вплив, який вони створюють, ми створюємо наші події разом із племенем (наприклад, запитуємо, яких спікерів мати на майбутнє події) і ми ділимося стратегіями, щоб назвати кілька способів нашої взаємодії.

Протягом року ми також залучаємо людей, продовжуючи навчати їх за допомогою вебінарів, інформаційних бюлетенів електронною поштою та менших, більш інтимних заходів. Усе це допомагає продовжувати розвивати цю спільноту, тому, коли відбудеться наша наступна велика подія, не важко розпродати.

Annotation:

This article Founder of Archangel Academy, Inc. and Producer of Archangel Summi about how Lady Gaga taught by her example how to build a successful business. After the recent furor in the extreme movie, Lady Gaga has caused a lot of excitement. But the audience fell in love with her back in 2007. She made a great contribution to world culture, received many awards. She is also a smart businesswoman, from whom the author learned the main 4 principles of successful business: 1. *Clearly define your audience*: Lady Gaga, after being bullied at school, decided to build her audience of outsiders. Find people who match your community. Take a position; 2. *Build a tribe*: You need to find many of your people to understand their problems, for example, Lady Gaga made outcasts her family and called them "little monsters"; 3. *Be memorable*: the singer puts on a show at concerts, and pays special attention to fans, making them feel special and the last point 4: *Keep the momentum*: in between important stages in the work, continue the work of the community. Lady Gaga has come up with special greetings and phrases to express affection between fans. Social networks were also created, where posts are often published.

Plan:

- Why exactly Lady Gaga and her achievements
- International star - extremely savvy business woman?
- Why did the author start following Gaga's personality?
- What are the same 4 secrets to building a successful business?
- Where did Lady Gaga start and why does she need outsiders?
- Own audience. Do you have to please everyone?
- Who are the "little monsters" and why do you need them?
- What performances does the singer arrange at her concerts?
- Why personalize each of your work and pay special attention to customers?
- Why did Lady Gaga create social media and what words does she use?
- Do you need to do anything between the main stages?

Vocabulary:

1. buzz - дзижчання
2. alongside - поряд
3. struggles - бореться
4. takes off - знімає
5. launched - запущено
6. countless - незліченні

7. savvy - підкований
8. mission-driven entrepreneurs - підприємці, керовані місією
9. annual - річний
10. decline - занепад
11. despite - незважаючи на
12. quest - квест
13. patterns - візерунки
14. define - визначити
15. whom - кому
16. core - ядро
17. cohesion - згуртованість
18. bonds - облігації
19. appease - заспокоювати
20. You can't please everyone - Усім не догодиш
21. tribe - плем'я
22. fringe - бахрома
23. outcasts - ізгої
24. sell out - продавати
25. attending - відвідування
26. accomplish - виконати
27. entire - цілий
28. passionate - пристрасний
29. facing - облицювання
30. bit - біт
31. blah - бла
32. memorable - пам'ятний
33. concertgoer - відвідувач концерту
34. tossed up - підкинуто вгору
35. accept - прийняти
36. rehashing - переспівування
37. instance - екземпляр
38. belonged - належав
39. panels - панелі
40. keynotes - основні доповіді
41. scale - масштаб
42. trapeze - трапеція
43. unveil - розкрити
44. milestones - етапи
45. secretive - секретний
46. Claw - Кіготь
47. affection - прихильність
48. impact - вплив
49. co-create - співтворити
50. engage - займатися
51. intimate - інтимний
52. occurs - відбувається