

PERSONAL BRANDING

Come creare
la propria strategia



TIPS&TRICKS DI LUIGI CENTENARO

INDEX

- 3 Introduzione
- 5 Che cos'è il Personal Branding
- 9 Una strategia di Personal Branding efficace
- 13 Comunicazione
- 16 Risultati

Intro

Introduzione

Chi è Luigi Centenaro?

Luigi Centenaro è lo specialista del Personal Branding in Italia e ideatore del **Personal Branding Canvas**, il metodo pratico e in una pagina per fare concretamente Personal Branding. È autore del volume Personal Branding in Azienda per Asseprim-Confcommercio; curatore dell'edizione italiana di Business Model You, il best seller di Tim Clark che ha già aiutato migliaia di persone a reinventare la propria carriera, e di Personal Branding per i Manager, di William Arruda e Deb Dib (Hoepli).

1

Che cos'è il
Personal Branding?

Personal Branding

Il Personal Branding è l'arte di costruirsi un nome nel proprio settore: è il modo con cui potete promuovervi partendo da ciò che vi rende unici e degni di nota. Consiste nel mettere a punto e nel comunicare la ragione per cui un cliente o un datore di lavoro dovrebbero scegliere proprio voi: un passo decisivo, quindi, per attivare delle opportunità professionali importanti.

Fare Personal Branding richiede una strategia che deve essere definita prima di affacciarsi sulla Rete: solo quando sarà ben chiaro il messaggio che vorrete comunicare potrete passare a cercare online i giusti strumenti per farlo.

Perché è importante fare Personal Branding?

1. **per far percepire il vostro valore nel mercato**, così da spostare il confronto dal prezzo della prestazione al valore offerto
2. **per costruire una relazione positiva** con il vostro pubblico
3. **per alimentare** la vostra reputazione online

Quali sono i principali vantaggi del Personal Branding per una PMI?

1 . Migliora la percezione dell'azienda

Oggi grazie a Internet sono gli individui che lavorano in un'impresa a costituire il volto autentico dell'azienda stessa. L'immagine dei dipendenti e il loro comportamento online è in molti casi indissolubilmente legato al Brand dell'azienda.

2 . Rafforza la fiducia di collaboratori, fornitori e partner

Le PMI hanno relazioni con i clienti che dipendono soprattutto dai contatti personali dei loro manager, per cui più si accresce la reputazione delle singole figure manageriali, più l'azienda ne beneficia. Una strategia che può essere utile anche per il reparto vendite: con il Personal Branding infatti si accresce la notorietà e si aumentano le possibilità di essere cercati dai clienti.

3 . Favorisce il nuovo business

Il personale stesso diventa parte integrante della strategia aziendale di posizionamento sul mercato.

2

Una strategia di
personal branding
efficace

Una strategia di Personal Branding efficace

Per essere veramente efficace, una strategia di Personal Branding non può prescindere da alcuni punti base, che segnano i passi fondamentali da seguire.

- 1. Dare la giusta importanza** alla propria credibilità
- 2. Spiegare chiaramente** quale professione si svolge: avere un titolo professionale molto complesso, o addirittura inventato di sana pianta, non permette di comunicare precisamente quello che si sa fare. Questo è fondamentale per essere individuati, ad esempio, da chi fa ricerche su strumenti come LinkedIn o Google: è importante collegare quello che si dice fare a quello che è già nella testa dei propri clienti.
- 3. Differenziarsi:** è un passo fondamentale per non rimanere "parte del mucchio". Puntate sulle vostre competenze, sui vostri asset o titoli di studio, purché siano tutti verificabili.
- 4. Mettere in luce i propri valori e personalità:** i clienti scelgono anche in base ad aspetti emozionali, soprattutto quando percepiscono degli aspetti condivisi con un brand, che sia un'impresa o una persona. È quindi importante saper essere allo stesso tempo professionali ma anche autentici.

5. Conoscere i problemi e desideri dei clienti: se il “perché noi esistiamo” coincide con il “perché loro ci cercano”, diventerete rilevanti per i vostri clienti.

Per essere efficaci rispondete a queste domande:

- Chiedetevi cosa vi rende veramente unici e rappresenta meglio la vostra personalità
- Domandatevi quali i vostri veri interessi e cosa vi piace fare davvero
- Chiedete ai vostri amici e conoscenti qual è la prima cosa che viene loro in mente pensando a voi: quale competenza o valore vi attribuiscono?
- Identificate gli strumenti che usate attualmente per pubblicizzare le vostre competenze.
- Se non lo avete mai fatto, cercate su Google un blog che parli della vostra stessa passione e lasciate un commento cercando di creare una relazione con l'autore: vi potrà aiutare molto!

Un altro aspetto fondamentale nel processo di Personal Branding è il posizionamento:
in che modo dovete distinguervi dagli altri?

In questo caso la parola d'ordine è trasparenza: è sempre bene non nascondere le cose che ci interessano ai fini della nostra strategia di Personal Branding. Come dice il proverbio, tutti i nodi vengono al pettine, e quando abbiamo a che fare con la Rete con la "R" maiuscola, questo di solito accade ancora prima di quanto si creda.

3

Comunicazione

L'importanza del mezzo e del messaggio

Una volta individuati con esattezza i valori sui quali avete deciso di puntare, dovete comunicare proprio quelli, senza distrarvi parlando di aspetti secondari.

In base a quello che siete capace di fare scegliete il mezzo appropriato: ci sono persone molto brave a scrivere, per le quali può essere semplice e piacevole aggiornare un proprio blog; altre che amano Twitter e sanno destreggiarsi bene in spazi ristretti come i 140 caratteri; altri ancora che sanno ben sfruttare le potenzialità offerte dal formato video. In linea di massima, Facebook non è sicuramente il posto dove annoiare gli amici con i vostri interessi professionali.

Come scegliere bene il pubblico

Cerca di avere un messaggio prima di andare online per capire dov'è il tuo pubblico e quindi proporti. La cosa fondamentale per creare relazioni è essere umile all'inizio, muoversi nel web e vedere quali sono i problemi di cui si lamentano per poi iniziare a presidiare il tuo spazio e a conoscere la tua cerchia. Bisogna in generale avere sempre un po' di coraggio.

Un'osservazione fondamentale, che merita di essere sottolineata con vigore, è l'importanza di avere un proprio sito web e, per chi ancora non ce l'ha, è l'importanza di registrare e proteggere il proprio nome a dominio **.it**.

4

Risultati

Come si monitorano i risultati di una strategia di Personal Branding?

Il vero modo di monitorare l'efficacia della vostra strategia di Personal Branding è aspettare che le persone vi cerchino e inizino a chiamarvi, dimostrando quindi di essere interessati a ciò che offrite.

Il passo seguente è il passaparola fra quanti vi conoscono.

E' doveroso ricordare, tuttavia, che il Personal Branding è un **meccanismo di influenza** che ha come obiettivo quello di far scegliere e come tale può anche rivelarsi dannoso: essere troppo presenti online può essere percepito negativamente.

Essere un affermato blogger, oggi, sicuramente può dare tante soddisfazioni: non deve essere però un obiettivo né l'unica strada da percorrere.

Accade talvolta che chi si differenzia in modo coraggioso nel fare Personal Branding faccia scaturire un minimo di sentiment negativo: è naturale che, nel momento in cui si prende una posizione netta, si corra il rischio di farsi anche dei nemici.

L'importanza delle immagini

Le immagini sono fondamentali: per un magazine online, le immagini sono le prime cose in cui si imbattono i lettori. Scegliere le giuste immagini è difficile: bisogna cercare di capire quale funziona meglio con il titolo e con il contenuto.

Le immagini servono a far capire ai lettori cosa troveranno all'interno del contenuto. Quello che ho notato è che molto spesso, soprattutto nelle piccole realtà, viene sottovalutato il potere dell'immagine, quindi la qualità del contenuto si abbassa all'abbassarsi della qualità della foto che lo accompagna. Evitate!