



PERSONAL BRANDING E POSIZIONAMENTO



COSA È UNA MARCA?

”

LA MARCA È IL BRAND, LA STRUTTURA CHE RACCHIUDE L'INSIEME DI VALORI CHE RAPPRESENTANO CIÒ CHE HAI COSTRUITO È LA COMBINAZIONE DI MOLTI ELEMENTI QUALI:

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



COSA È UNA MARCA?

”

NOME, SLOGAN, LOGO,
COMUNICAZIONE E
REPUTAZIONE CHE
FUNZIONANO COME SEGNO
DISTINTIVO ED ESCLUSIVO
DELL'AZIENDA.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



COSA È UNA MARCA?

”

LA MARCA/BRAND È «LA
RISORSA PIÙ DUREVOLE
DELL'IMPRESA, CHE VIVE
PIÙ A LUNGO DEI SINGOLI
PRODOTTI».

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



COSA È UNA MARCA?

” È LA RAGIONE PER CUI UN
CONSUMATORE È DISPOSTO
A PAGARE DI PIÙ PER UN
PRODOTTO O SERVIZIO
RISPETTO AD UN ALTRO, A
PARITÀ DI QUALITÀ E
ATTRIBUTI.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



COSA È IL PERSONAL BRANDING?

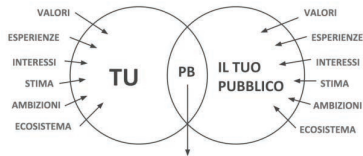
”

IL PERSONAL BRANDING È
L'ATTIVITÀ CON CUI PRIMA
SI CONSAPEVOLIZZA E POI
SI STRUTTURA LA PROPRIA
MARCA PERSONALE.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer

**L'OBIETTIVO FINALE DI QUALSIASI
OPERAZIONE DI **PERSONAL BRANDING**,
INFATTI, È RIUSCIRE A IMPRIMERE
NELLA MENTE DI INDIVIDUI
E ORGANIZZAZIONI UN'IMMAGINE,
BEN CONFEZIONATA, DI SÉ.**

COME PER UN'AZIENDA O UN PRODOTTO,
POSIZIONARSI, **POSIZIONARE SE STESSI**
NELLA MENTE DI UN CONSUMATORE O DI UNO STAKEHOLDER
RICHIEDE PERÒ DI TENERE IN CONSIDERAZIONE,
OLTRE AI PROPRI, ANCHE VALORI, SISTEMI DI RIFERIMENTO
E PERCEZIONE CHE QUESTI STESSI CONSUMATORI O STAKEHOLDER
HANNO GIÀ DEL PROPRIO STESSO BRAND



Il personal Branding comincia dalla condivisione.

**È, INSOMMA, QUANDO LE DUE IMMAGINI
QUELLA CHE SI PROVA A VEICOLARE DI SÉ
E QUELLA CHE INVECE DI SÉ HANNO GLI ALTRI
SI SOVRAPPONGONO
CHE IL PERSONAL BRANDING
SI PUÒ CONSIDERARE RIUSCITO.**

COME SOSTIENE REID HOFFMAN (IL CO-FONDATORE DI LINKEDIN), NEL SUO "THE STARTUP OF YOU"

CIASCUNO VIVE PERENNEMENTE SECONDO UNA «VERSIONE BETA DI SE STESSO»
CIÒ IMPLICA LA NECESSITÀ DI CONTINUARE A CRESCERE GIORNO DOPO GIORNO,
DI SAPERSI REINVENTARE COME PERSONE E COME PROFESSIONISTI, DI PUNTARE A
UN CONTINUO MIGLIORAMENTO DELLE PROPRIE SKILL TECNICHE E NON SOLO;
SOPRATTUTTO PERÒ ESSERE ETERNI STARTUPPER DI SE STESSI IMPLICA
IMPARARE A COMUNICARSI AL MEGLIO

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



QUINDI

SERVE UNA CONFEZIONE ALLETTANTE E CHE COLPISCA
L'ATTENZIONE DI CLIENTI, DATORI DI LAVORO, ECC.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



MA COME FARE PERSONAL BRANDING?

”

PER FARE PERSONAL
BRANDING PUÒ ESSERE
UTILE PORSI OBIETTIVI E
TRAGUARDI DA
RAGGIUNGERE IN UN
DETERMINATO ARCO DI
TEMPO.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



MA COME FARE PERSONAL BRANDING?

”

ANCHE STABILIRE MISSION
(OBIETTIVI) E VISION
(VISIONE FUTURA, DOVE
VOGLIO ARRIVARE) E
ASSICURARSI CHE SIANO
CHIARE AL PUBBLICO A CUI CI
SI RIVOLGE, PERÒ, È DI
FONDAMENTALE IMPORTANZA.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



” IL PROFESSIONISTA CHE PUNTI A COMUNICARE IL SUO
BRAND, ESATTAMENTE COME OGNI NUOVO PRODOTTO
LANCIATO NEL MERCATO, DEVE TROVARE
QUELL'ELEMENTO CHE LO DISTINGUA DAI SUOI
COMPETITOR ”



**E CHE
LO RENDA UNICO
E INSOSTITUIBILE.**

PUNTI FONDAMENTALI DA TENERE A MENTE

” METTERE IN EVIDENZA I
PROPRI TRATTI DISTINTIVI, A
SECONDA DEI CASI ANCHE
QUELLI BIZZARRI E SOPRA
LE RIGHE, RENDONO, PIÙ
FACILE IL RICORDO DEL
BRAND.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



EVIDENZIARE

” LE CONOSCENZE SPECIFICHE
E DI SETTORE, LO ZELO E LA
CAPACITÀ DI RESTARE
FOCALIZZATI SUI PROPRI
OBIETTIVI.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



**MA NON
DIMENTICARE
PERÒ**

” LE RELAZIONI E LA CAPACITÀ
DI FARE NETWORK, DENTRO
E FUORI DAL PROPRIO
AMBIENTE DI RIFERIMENTO.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer

**ASSICURARSI
CHE IL PROPRIO
BRAND SIA**

”

CONSISTENTE
E PER FARLO PUÒ AIUTARE
SCEGLIERE DEGLI ELEMENTI
UN'IDENTITÀ VISIVA

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



**ASSICURARSI
CHE IL PROPRIO
BRAND SIA**

” O ANCHE PIÙ SEMPLICEMENTE
UNA FOTO PROFILO O UN
LOGO DA RIPETERE UGUALI E
RIDONDANTI SUI PROPRI
CANALI E NEI PROPRI
MESSAGGI FINO A FARLI
DIVENTARE DEI VERI E
PROPRI DISTINTIVI

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



**ASSICURARSI
CHE IL PROPRIO
BRAND SIA**

”

VISIBILE

RISULTATO CHE IMPLICA
INVESTIRE IN ATTIVITÀ DI
PR PER ESEMPIO PER FAR
GUADAGNARE AL PROPRIO
BRAND QUANTO PIÙ SPAZIO
POSSIBILE SU MEDIA
TRADIZIONALI E NON

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



**ASSICURARSI
CHE IL PROPRIO
BRAND SIA**

”

IN LINEA
CON LA PROPRIA
REPUTAZIONE, ON E
OFFLINE, O IN GRADO DI
PROTEGGERLA E
MIGLIORARLA.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer



MA CHI DEVE FARE PERSONAL BRANDING?

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer

UN MERCATO DEL LAVORO ALTAMENTE CONCORRENZIALE RICHIEDE DI PROMUOVERE SE STESSI COME UN BRAND

ANCHE PER UN FREELANCE, PER ESEMPIO, FARE (BENE) PERSONAL BRANDING
PUÒ AVERE UN RITORNO CONCRETO ED ECONOMICO, IN TERMINI DI NUOVE
COLLABORAZIONI, PIÙ CLIENTI, NUOVI PROGETTI.

STORYTELLING

IN QUESTO CASO BISOGNA PUNTARE SULLO STORYTELLING, SUL NARRARE CIOÈ LA PROPRIA STORIA COME PERSONA E COME PROFESSIONISTA, FACENDOSI AIUTARE, EVENTUALMENTE, IN QUESTO RACCONTO DA PERSONE CON CUI SI ABBIA GIÀ AVUTO MODO DI COLLABORARE E CHE SIANO IN GRADO DI FORNIRE QUINDI VALUTAZIONI CHE VERRANNO PERCEPITE COME FONDATE, PIÙ NATURALMENTE CREDIBILI.



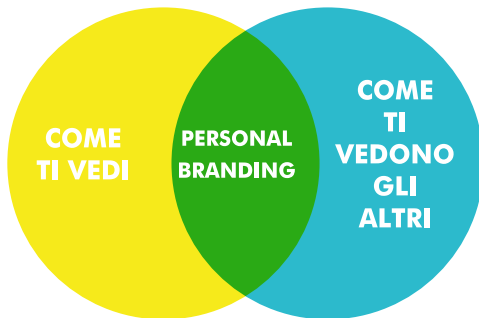
QUINDI

LA VIA DEL PERSONAL BRANDING È LA MIGLIORE PER
RENDERSI TROVABILE, MIGLIORARE LA PROPRIA
REPUTAZIONE O SEMPLICEMENTE
INCONTRARE LA DOMANDA.

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer

PROPRIO A PROPOSITO DEL RENDERSI TROVABILE, ANCHE PER CHI SI AFFACCIA PER LA PRIMA VOLTA NEL MONDO DEL LAVORO FARE PERSONAL BRANDING PUÒ RIVELARSI STRATEGICO. SOPRATTUTTO SE LO SI FA SUI SOCIAL: LA MAGGIOR PARTE DEI REPARTI HR, INFATTI, FA ORMAI SOCIAL RECRUITING E CIOÈ SPULCIA I PROFILI SUI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK DEI POSSIBILI CANDIDATI ALLA RICERCA DI COMPETENZE ED ESPERIENZE PREGRESSE CHIAVE E CHE LI RENDANO I CANDIDATI MIGLIORI PER LA SINGOLA VACANCY.

QUINDI RICORDA



BUON LAVORO!

SAMANTHA SPADONI
Graphic e Web Designer