

PERSONAL BRANDING

Lezione n.1

Paolo Errico

QUESTIONARIO

Qual è la tua professione?

Che cosa fai nella vita? (studente, commercialista, avvocato, manager, casalinga ecc)

In quale settore?:

In quale settore lavori o cosa studi?

Stai cercando lavoro?

(primo lavoro, riposizionamento ecc)

Chi è il tuo capo?

A chi devi rispondere ogni giorno? Es. Dipendente al proprio superiore, libero professionista al cliente, studente al proprio docente ecc. Tutti hanno un capo!

2 punti di forza e 2 di debolezza

Non esagerare. 2 bastano per oral

Cosa ti distingue dagli altri?

Prova a descriverti in meno di 15 parole.

Su quali social network sei presente?

Anche se non sei particolarmente attivo

- Facebook Twitter LinkedIn Slideshare Quora
 Tinder Pinterest Instagram _____ _____

Perche' vuoi seguire questo corso?

Quali aspettative hai e obiettivi ti sei posto nel decidere di seguire questo corso?

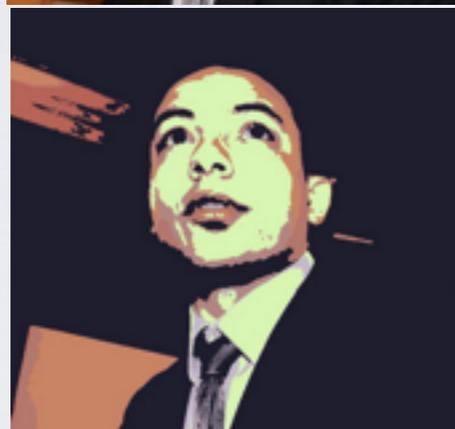
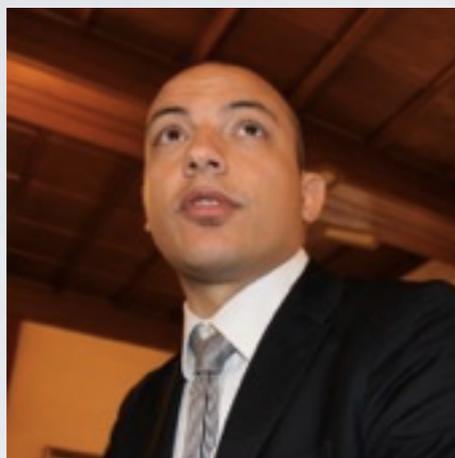
QUALCHE DOMANDA CHE
RIGUARDA VOI

PROPEDEUTICO ALLA
REDAZIONE COMPLETA DEL
PROGRAMMA DEL CORSO

COMPILATELO E
RESTITUITEMELO PRIMA DELLA
FINE.

I RISULTATI PROSSIMA LEZIONE

MI PRESENTO



Paolo Errico

Laurea Economia Aziendale

Master digital web marketing
Sole24ore

36 anni
Nato a Torino

LINKEDIN
FACEBOOK
EMAIL

AMO CUCINARE



QUANTE COSE SI COMUNICANO CON IL CIBO?

AMO MANGIARE



QUANTE COSE SI COMUNICANO CON IL CIBO?

SONO SOMMELIER



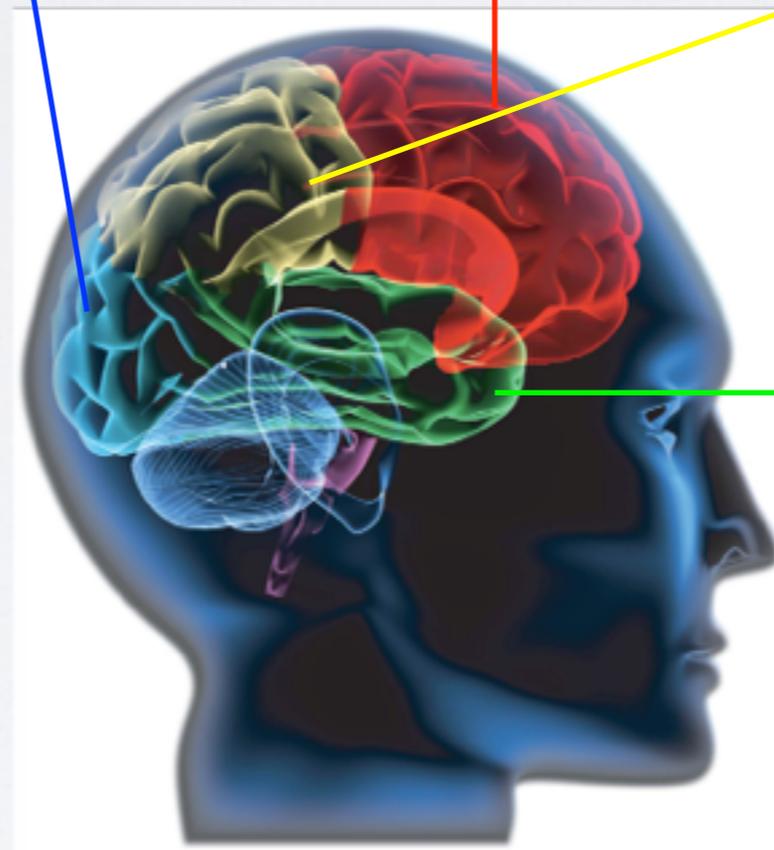
QUANTI ARGOMENTI CON UN BICCHIERE DI VINO?

SONO IN MAGGIORANZA **BLU**

SONO BLU

SONO ROSSO

GIALLO



VERDE

AMO IL MARKETING E IL WEB

DA 15 ANNI LAVORO IN QUESTO MONDO



ESPERIENZA

IN AZIENDA

COME IMPRENDITORE

COME CONSULENTE

OGGI

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

 **marketing.it**



team di professionisti



(how to Web)
La nostra missione e' WhOW.

aiutare le aziende a **fare web** in
modo **strutturato** seguendo la logica
delle 4 fasi di web marketing



we listen



we create



we communicate



we analyze



due divisioni

COMPANY

Prodotti per il web.

4Dem e MAILtogo gli strumenti che rendono completo il tuo direct email marketing.



AGENCY

Progetti per il web.

Creatività e soluzioni tecnologiche per l'e-commerce a supporto dei tuoi progetti.



IL MIO PASSATO
PROFESSIONALE

IN AZIENDA

IERI

7 ANNI DI MARKETING

16.000 DIPENDENTI
IN TUTTO IL MONDO

COMPETIZIONE GLOBALE

MERCATO COMPETITIVO

INNOVAZIONE,
FORZA
E CAPACITA' DISTINTIVA

Kinder® **FERRERO**



IERI

3 ANNI
MARKETING MANAGER

1000 DIPENDENTI

ANCONA

SETTORE
NON COMPETITIVO



IN AZIENDA

COME IMPRENDITORE

COME CONSULENTE

CAMBIA TUTTO

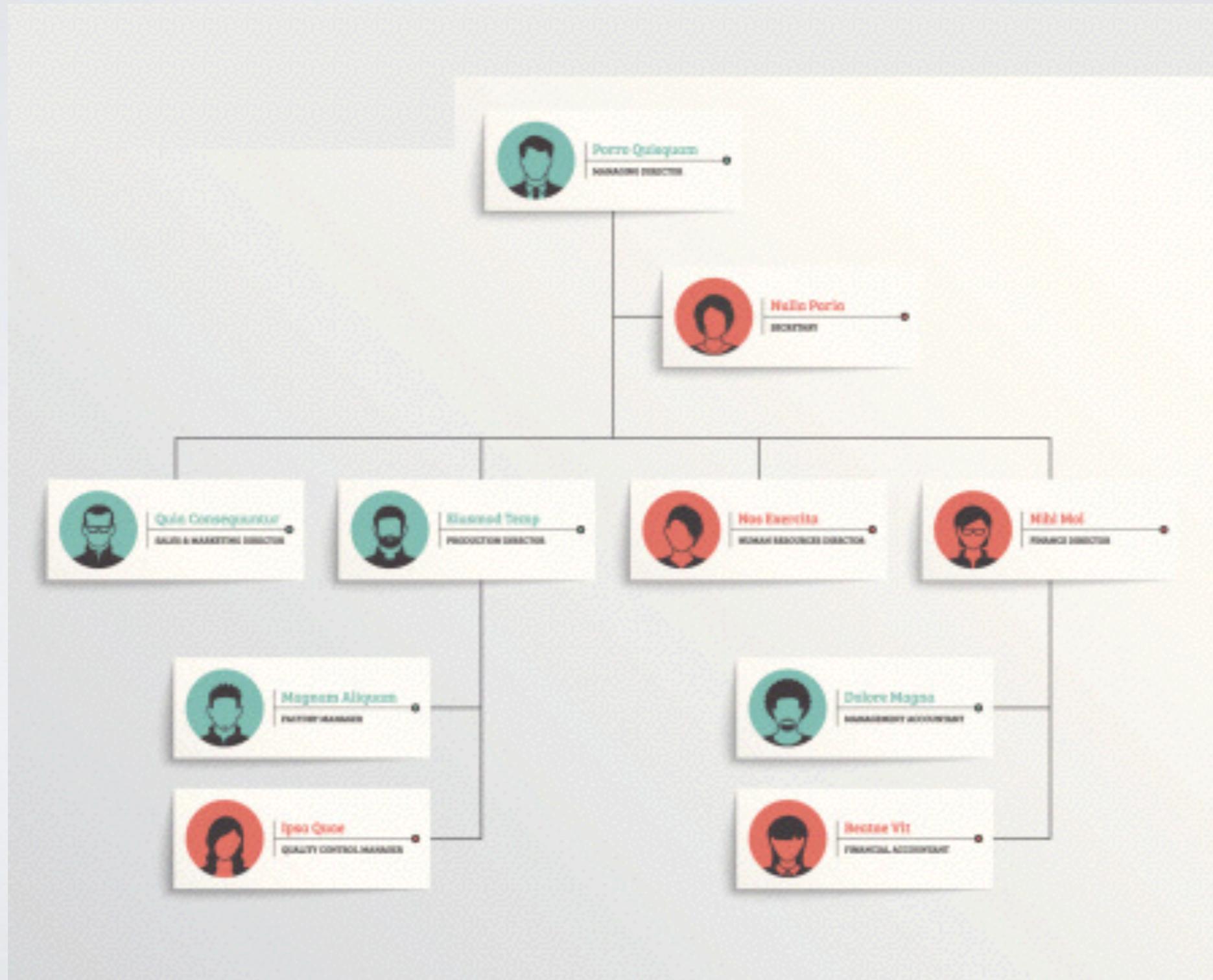
PER CHI LAVORI?

QUAL È IL TUO CLIENTE?

INTERNO

ESTERNO

COME SONO ORGANIZZATE LE AZIENDE?



VALUTAZIONE CONTINUA



OBIETTIVO DEL CORSO

portarvi a ragionare su come “posizionare” la vostra identità nel mondo del lavoro.

**Non c'è Mai una Seconda
Occasione per Fare una Buona
Prima Impressione**

CHE COS'E' IL PERSONAL BRANDING

CHE COS'E' IL PERSONAL BRANDING

1 -

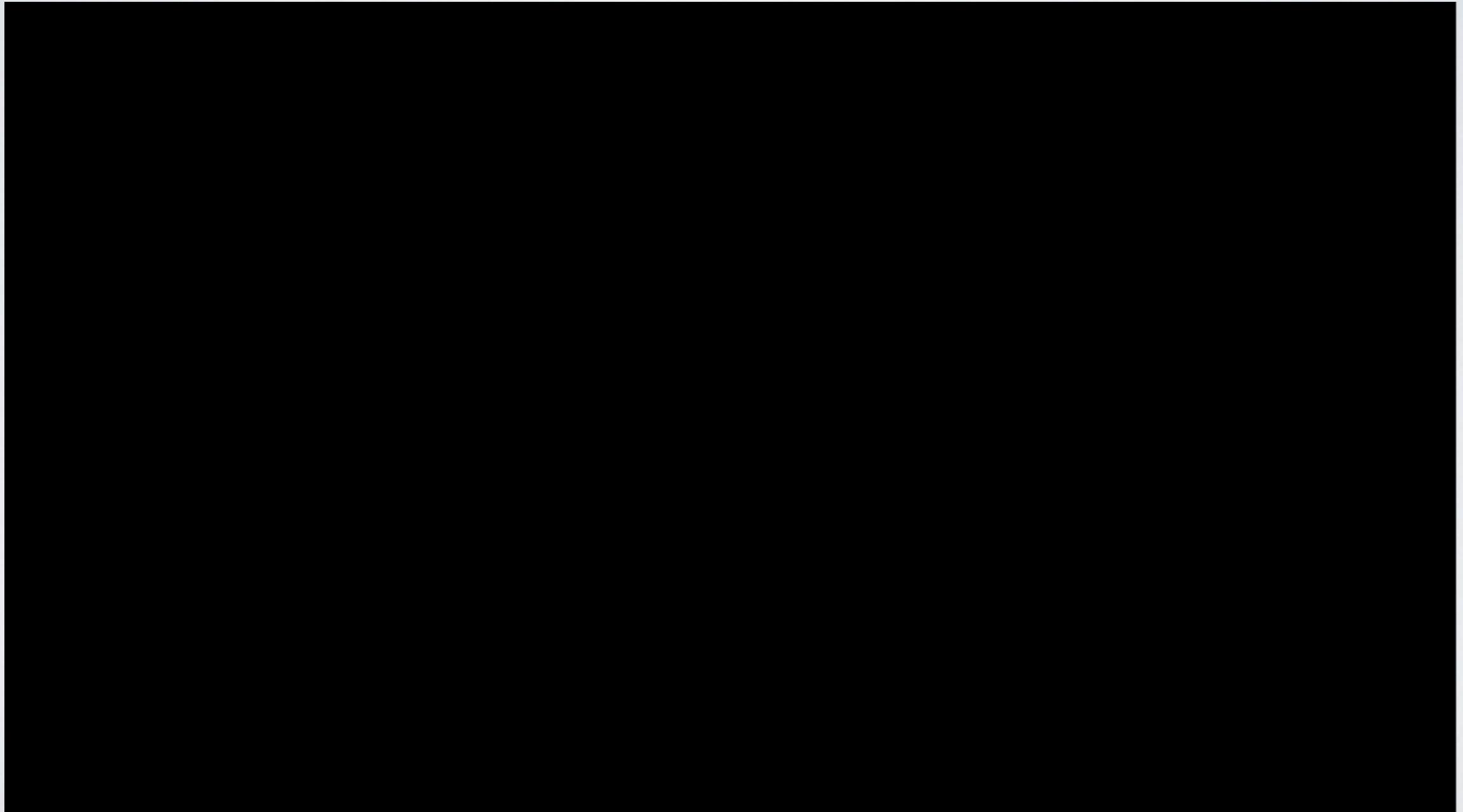
2 -

3 -

4 -

5 -

CHE COS'E' IL PERSONAL BRANDING



CHE COS'E' IL
PERSONAL BRANDING

**WE are CEOs
of our own companies
Me inc.**

Tom Peters



CHE COS'E' IL
PERSONAL BRANDING

**It's what people say
about you when
you're out of the room**

Jeff Bezos



CHE COS'E' IL
PERSONAL BRANDING

**It's what makes
you unique,
it's what makes
you successful**

William Arruda



CHE COS'E' IL
PERSONAL BRANDING

**In order to be
irreplaceable
one must always
be different**

Coco Chanel



OGNUNA DI QUESTE
DEFINIZIONE E' GIUSTA

WIKIPEDIA

L'espressione personal branding (mutuata dalla lingua inglese) indica la capacità di promuovere se stessi, **al fine di essere gradito** o comunque appetibile nei confronti di una comunità di consociati, con modalità simili a quanto avviene in campo economico, con i prodotti commerciali.

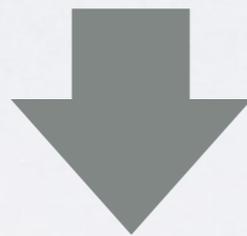
A differenza di altre discipline di miglioramento personale, il personal branding suggerisce di concentrarsi oltre che sul **valore anche sulle modalità di promozione.**

OPPURE

Impostare una strategia per individuare o definire i tuoi punti di forza, ovvero la tua unique selling proposition (USP) e differenziarti rispetto ai tuoi concorrenti.

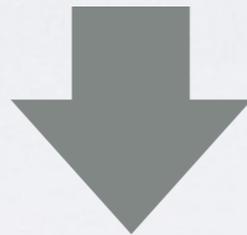
Il motivo perché gli altri dovrebbero sceglierti.

**Il tuo Personal Brand è la ragione
per cui un cliente, un datore di lavoro
o un partner dovrebbe sceglierti**



SAPERSI VENDERE?

Il tuo Personal Brand è la ragione
per cui un cliente, un datore di lavoro o un partner ti sceglie



NO,
FARSI COMPRARE

QUESTA DEFINIZIONE INTRODUCE ALTRI CONCETTI

**A brand is what you
want to sell;
reputation is
what they buy;
professionalism is
what you demonstrate**

Alfonso Alcántara



QUESTA DEFINIZIONE INTRODUCE ALTRI CONCETTI

**A brand is what you
want to sell;
reputation is
what they buy;
professionalism is
what you demonstrate**

Alfonso Alcántara



IL BRAND

È CIO' CHE VUOI VENDERE

LA REPUTAZIONE

È CIÒ CHE VOGLIONO COMPRARE

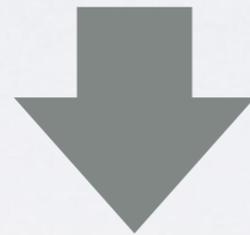
LA PROFESSIONALITÀ

È CIO' CHE DIMOSTRATE

CHE COS'E' IL BRANDING



SI DICE CHE AVERE UN PROPRIO **BRAND**
SIGNIFICA
PRE-VENDERE UN PRODOTTO



BRAND EQUITY
OVVERO L'INSIEME DEI VALORI DEL BRAND



QUESTA DEFINIZIONE INTRODUCE ALTRI CONCETTI

**A brand is what you
want to sell;
reputation is
what they buy;
professionalism is
what you demonstrate**

Alfonso Alcántara



REPUTATION?



REPUTATION?

La considerazione altrui,
convenzionalmente sentita
come retta misura della qualità

IN POCHE PAROLE

TRUST - FIDUCIA

REPUTATION?

il concetto di reputation oggi è molto considerato

Una volta si parlava di REPUTAZIONE solo off line
oggi si è aggiunta quella ONLINE

sia per privati che per aziende

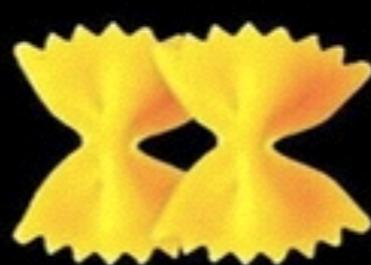
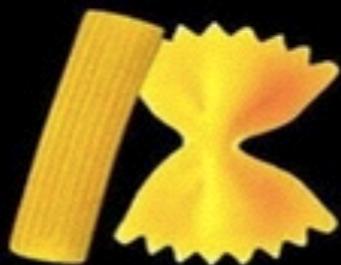
"MAI SPOT CON I GAY". GUIDO BARILLA FA INFURIARE IL WEB. E PARTE IL BOICOTTAGGIO

 Condividi 0

 Tweet 0

 g+1 0

| VIDEO | COMMENTA



NO MATTER IF YOU LIKE FARFALLE OR MACCHERONI
JUST LOVE



QUAL È LA DIFFERENZA?

PASTA PER BAMBINI



PASTA PER ADULTI



Limite Massimo Normativa Infanzia kg/Kg	PLASMON	PICCOLINI BARILLA
PESTICIDI*		
Piperonil butossido 10	✓	88
Deltamettina 10	✓	✓
Fipronil metile 10	✓	48
Clorpirifos metile 10	✓	✓
Fosfine 10	✓	✓
MICOTOSSINE*		
Dea 200	✓	340
Ocrotrossina 0,5	✓	✓

Molte mamme usano pasta per adulti anche per bambini con meno di 3 anni. Questa pasta va bene per gli adulti, ma può contenere livelli di contaminanti anche molto superiori ai limiti di legge stabiliti per i bambini di questa età. Plasmon, attraverso il programma Oasi[®], garantisce il rispetto di tali limiti.

Plasmon da sempre ti dà il meglio per il tuo bambino
QUESTA È LA DIFFERENZA.

Plasmon
SANO COME UN PLASMON

LE MAMME ITALIANE SANNO QUELLO CHE FANNO.

VS



Plasmon ha pubblicato una pubblicità comparativa che confonde, perché mette in relazione prodotti fra loro assolutamente diversi. Ma le mamme italiane sanno quello che fanno e cosa devono comprare. Da 135 anni Barilla effettua continui controlli e test per garantire la genuinità, la qualità e la sicurezza di ogni prodotto. Il rispetto per la trasparenza, per l'etica e per il benessere dei consumatori, per Barilla vengono sempre al primo posto. Questo secondo noi, fa la differenza. E le mamme lo sanno.



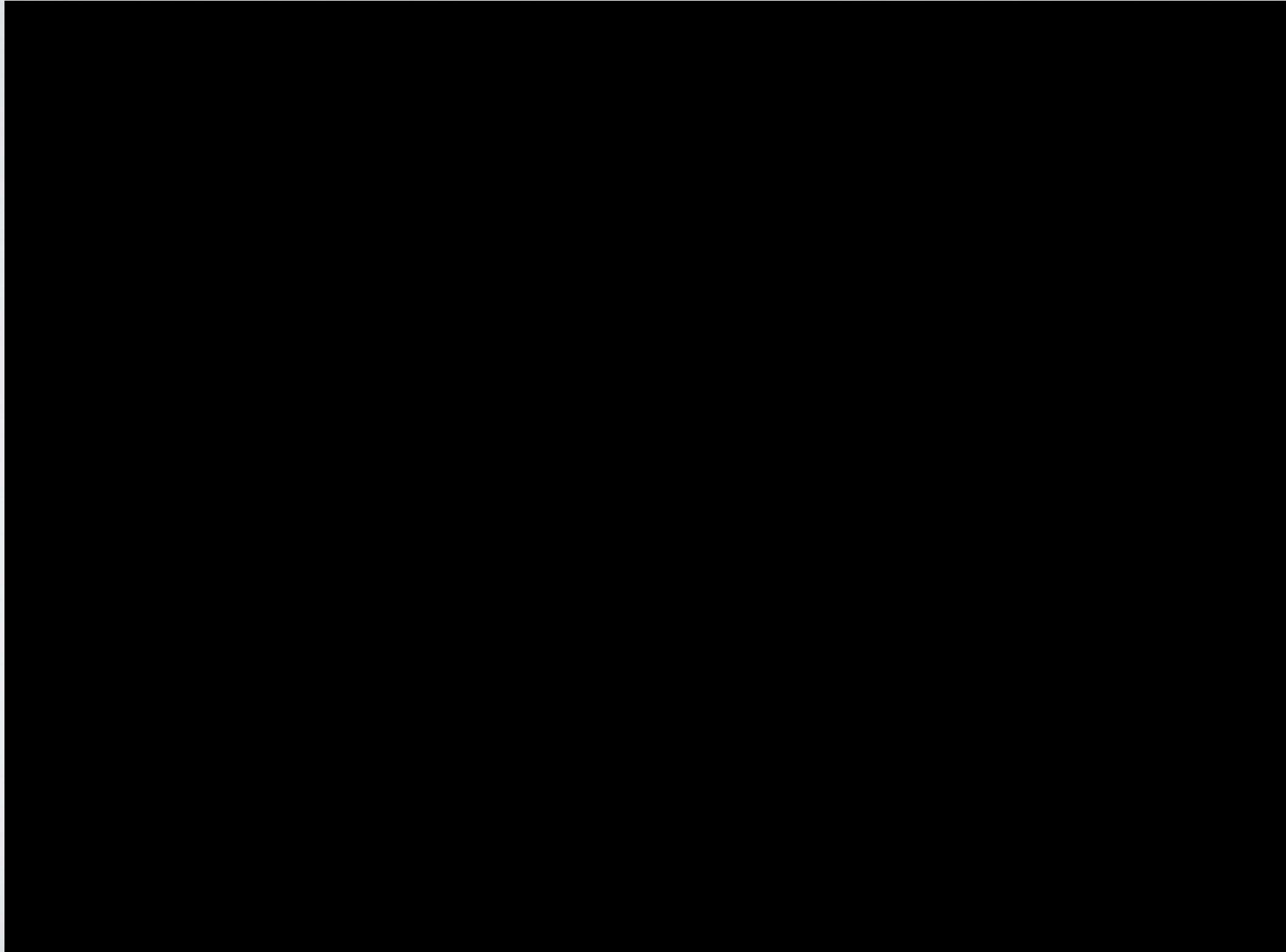
QUESTA DEFINIZIONE INTRODUCCE ALTRI CONCETTI

**A brand is what you
want to sell;
reputation is
what they buy;
professionalism is
what you demonstrate**

Alfonso Alcántara



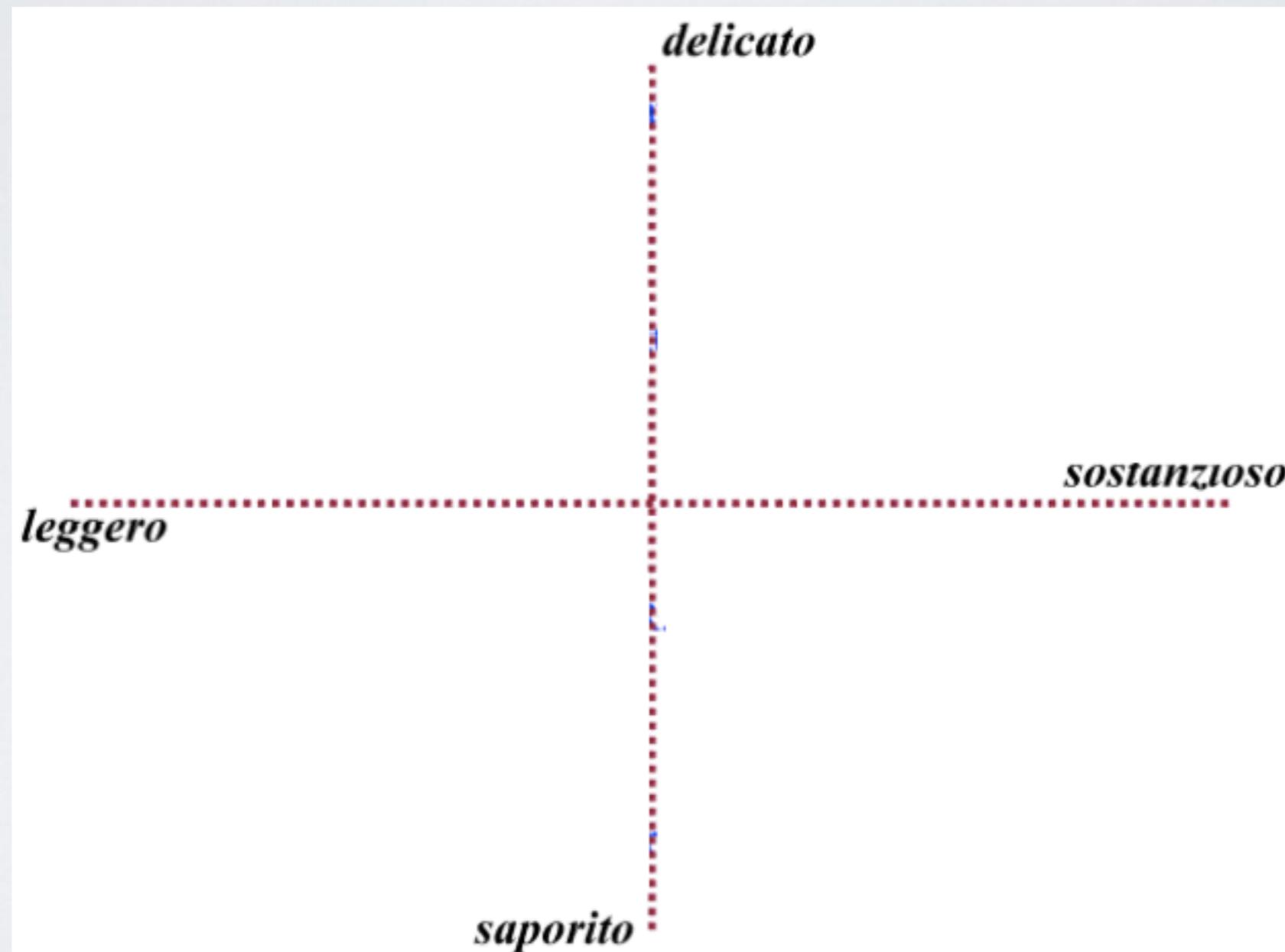
PROFESSIONALITA' = PERFORMANCE



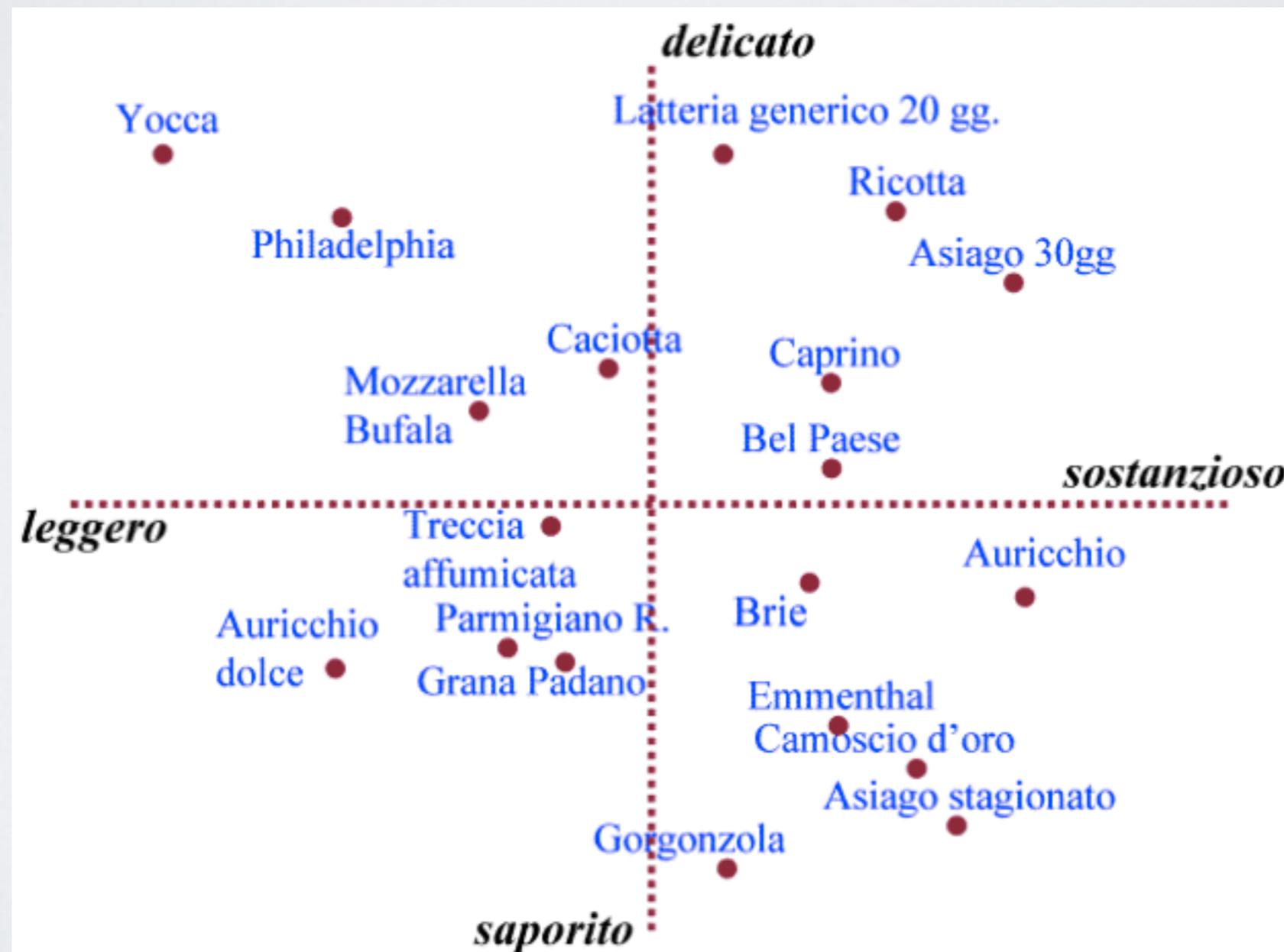
POSIZIONAMENTO

essere (o volere essere?) ricordati /
riconosciuti per qualcosa in
particolare

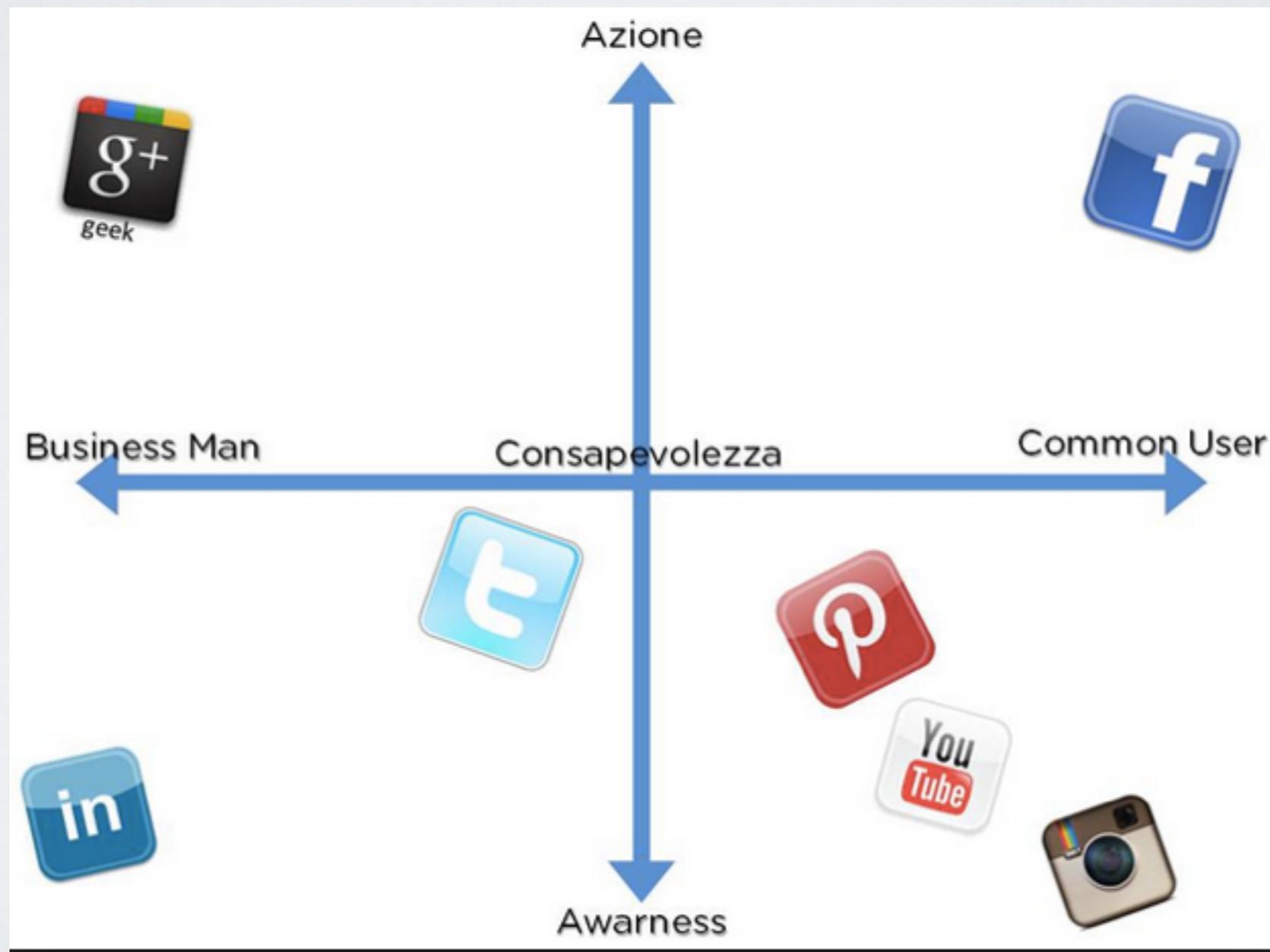
POSIZIONAMENTO DI UN FORMAGGIO



POSIZIONAMENTO DI UN FORMAGGIO



POSIZIONAMENTO DEI SOCIAL NETWORK



E DELLE PERSONE?

○ DEI NOSTRI TALENTI?

veloce

allegro

serioso

lento





Disney

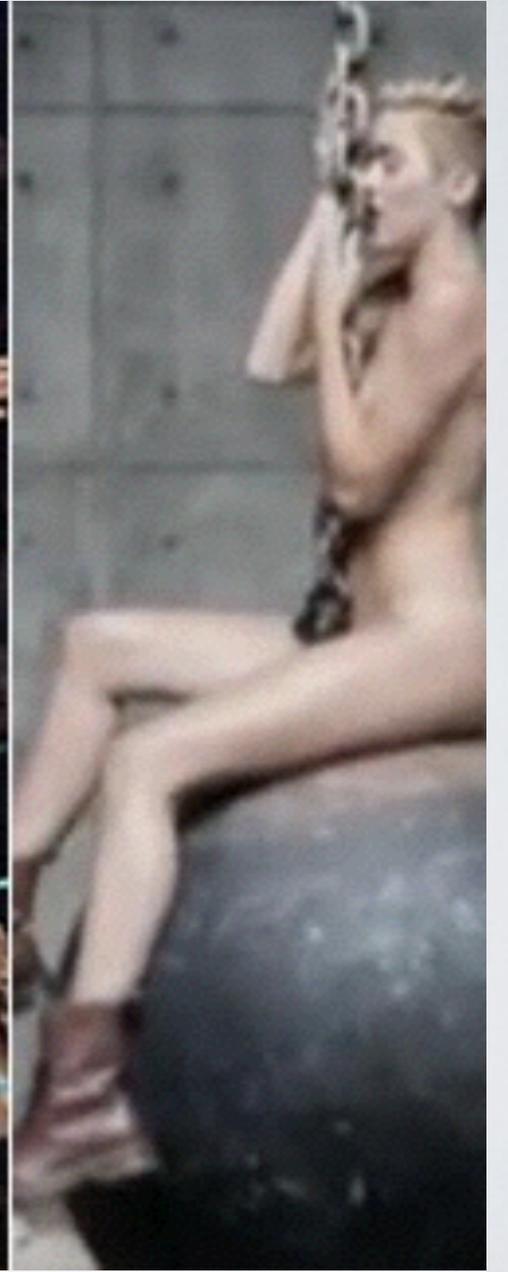
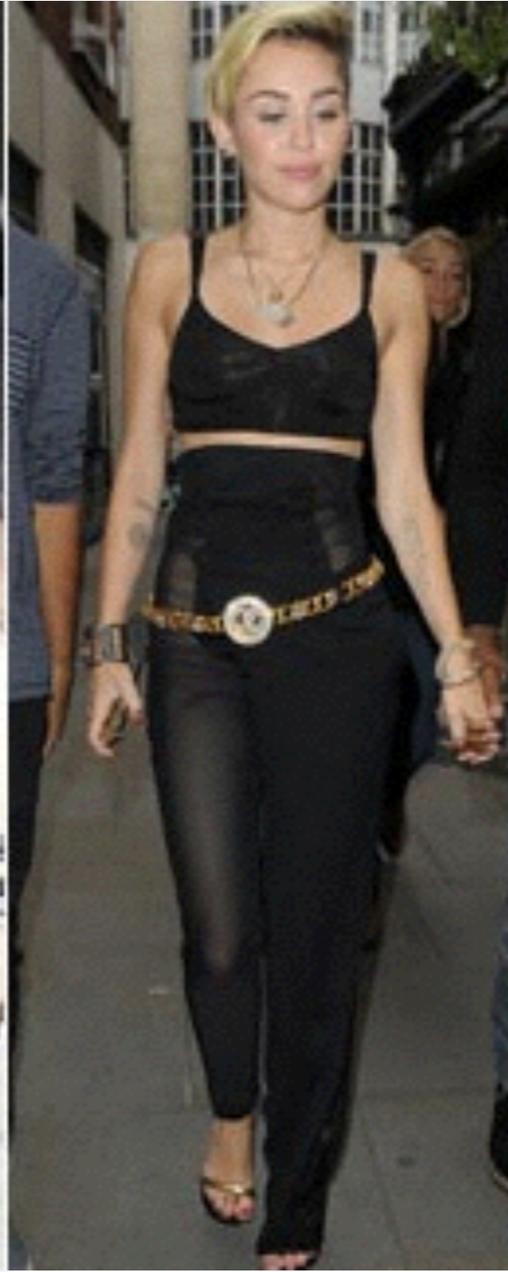
HANNAH MONTANA

©Disney

Disney CHANNEL



vevo





Why
join the
navy
if you can be a
pirate?

Steve Jobs

PC O MAC. IBM O APPLE?







QUINDI

9 MACRO PUNTI DEL PROGRAMMA:

1 - CHI SEI

**2 -COSA FAI
(OFFRI)**

**3- PERCHE'
DOVREBBERO?**

**4-A CHI FARLO
SAPERE**

**5-QUALI BENEFICI
PRODUCE?**

**6-E PERCHE'
PROPRIO TU?**

**7-COME LO FAI
SAPERE?**

8-COSA OTTIENI?

9-COSA TI SERVE?

PROGRAMMA

STRUMENTI DI BASE - APPROCCIO AL METODO DEL PERSONAL BRANDING

CAPIRE IL PROPRIO POSIZIONAMENTO

CONOSCERE I PROPRI TALENTI

PENSARE AD UN NUOVO POSIZIONAMENTO

APPROCCIO IMPRENDITORIALE A SE STESSI (IO SPA)

SVILUPPARE UN VANTAGGIO COMPETITIVO E DISTINTIVO

L'IMPORTANZA DEL "NETWORKING"

PERSONAL BRANDING 2.0

L'USO CORRETTO DEI SOCIAL NETWORK

FACEBOOK - TWITTER - BLOGGING - LINKEDIN

POSIZIONARSI SU GOOGLE

IL CV PERFETTO. COME DISTINGUERSI DAL RESTO DEL MONDO

GLI ERRORI DA NON FARE

ORARIO DEL CORSO

DALLE 19.45 alle 21.00