

<http://www.tgcom.mediaset.it/tgmagazine/articoli/articolo448927.shtml>



Home | Cronaca | Politica | Mondo | Economia | Televisione | Spettacolo | Gossip | **Magazine** | BarSport | Superblog | Fotogallery | Tg5 | Studio Aperto | Tg4 |
Cerca casa | Prezzo giusto | Cucina | Stampa foto | Turismo | Tecno Shop | Superenalotto | Auto & Moto | Assicurazioni Auto

Fai di te stesso un autentico brand

Così impari a investire su te stesso

Non possiamo aspettare che siano gli altri a scoprire i nostri talenti: dobbiamo essere noi ad esserne consapevoli e a comunicarli in modo efficace. Se questo è vero innanzi tutto per quanto riguarda la nostra vita professionale, lo stesso si può dire anche nella sfera della vicende quotidiane, per allargare la propria rete di conoscenze o per migliorare le proprie amicizie. La grande domanda è, ovviamente: come fare? Una possibile risposta viene dal mondo del marketing che, soprattutto in questi ultimi anni ha messo a punto una serie di tecniche di provata efficacia per individuare i punti di forza di un brand, ovvero di un marchio, e di comunicarli nel modo più efficace. Il concetto di brand applicato all'individuo diventa selfbrand, ovvero come utilizzare le strategie di marketing applicandole al valore dell'individuo, per comunicare e trasmettere i valori di eccellenza di cui ciascuno è dotato. Il metodo del selfbrand può essere messo in atto in tutti i settori della vita, ad esempio per trovare un lavoro migliore, ma anche per cambiare il partner.

Per imparare le regole base del selfbranding e il modo per applicarle nelle situazioni di vita quotidiana, c'è un manuale pratico, scritto da Donatella Rampado e pubblicato da Franco Angeli, intitolato "SelfBrand - Fate di voi stessi un autentico brand". Il libro, spiega l'autrice, è dedicato a chi ha deciso di investire su se stesso, perché sta a noi e solo a noi scoprire quali sono i nostri obiettivi, esseme consapevoli e trovare le strategie di comunicazione più efficace per promuovere noi stessi e le nostre caratteristiche.

Donatella Rampado

SELFBRAND

Fate di voi stessi un autentico brand



Franco Angeli

Insomma, il nostro nome può trasformarsi nel marchio di un prodotto di successo. Per costruire il proprio selfbrand, occorre innanzi tutto fare un bilancio delle proprie competenze, comprendere come siamo percepiti dall'esterno, riprogettare eventualmente alcune aree e fare un piano per lo sviluppo delle competenze e per far conoscere le proprie abilità. Progettare un selfbrand, però, non è solo presentare un nome e un'immagine, ma piuttosto individuare i punti di forza che creano la differenza nel messaggio che si vuole comunicare.

Ricorrere alle astuzie, o addirittura alla bugia, non ha invece niente a che vedere con il selfbrand. I nostri "mercati di riferimento", ovvero le persone a cui intendiamo rivolgerci, devono essere in grado di verificare i dati e le informazioni che forniamo di noi stessi. Insomma, non si tratta tanto di imparare a indossare "il vestito della festa", quanto imparare a capire qual è il "proprio vestito", lavorando su basi reali. Oltre a una questione etica, infatti, mettere in piedi una finzione e mantenerla attiva comporta un elevato dispendio di energie e rende molto vulnerabili. Diverso è il discorso delle strategie di "packaging": una scelta corretta dell'aspetto con cui si presenta è di fondamentale importanza. Avere il giusto abito, accessori e make up (per le signore) è importantissimi per la migliore gestione della manciata di secondi nei quali si forma il giudizio su di noi da parte dei nostri interlocutori.

Il libro affronta il selfbranding nei suoi diversi aspetti e in diverse situazioni, anche attraverso una serie di esempi pratici. Innanzi tutto come si costruisce il marchio di se stessi, ad esempio già attraverso un biglietto da visita, una brochure personale o un sito Web: i luoghi più adatti da frequentare in cui fare networking, ovvero in cui ampliare la propria rete di conoscenze, e come mantenere nel tempo il brand, gestendo le sue risorse. Non mancano i consigli pratici e le "pillole di saggezza": ad esempio, obbligatorio essere autentici: le persone per istinto, colgono subito le indicazioni non veritiere. E' sbagliato anche credere che la forma e l'immagine non avvalorino i contenuti. E' indispensabile essere aggiornati su quello che succede, specie nel proprio settore di competenza e quindi leggere e studiare molto. E soprattutto evitate di fermarsi al primo insuccesso.



VAI A:

[TgMagazine Homepage](#)

IN PRIMO PIANO

[Fai di te stesso un brand Il marketing del successo](#)

[Stress: gli astronauti in aiuto... delle casalinghe](#)

[Auto: targa mia non ti conosco](#)

[Nuova influenza: il virus non è così aggressivo](#)

VIDEO

[FOTOGALLERY](#)

[GRAFICHE](#)

Condividi > 



Home | Cronaca | Politica | Mondo | Economia | Televisione | Gossip | Spettacolo | Magazine | BarSport | Superblog | Fotogallery

1/1