



**Trasformarsi in un prodotto per conquistare il mercato.
Trucchi e segreti per (ri)trovare se stessi,
la fiducia e magari un lavoro**

promuovi te stesso



Perché i tuoi sogni non si realizzano? Capisci chi sei

Ti consideri attraente, preparato e brillante. Eppure da mesi stai cercando invano un lavoro (o un partner, un'occasione, un cambiamento). Hai sogni e obiettivi che non si realizzano, benché tu senta di avere tutte le carte in regola?

È ufficiale: hai un problema. «Il primo passo è capire chi si è e che cosa si vuole veramente. Poi bisogna lavorare sulla reputazione, cioè sul modo in cui ci vedono gli altri. Più che di *selfmarketing*, io parlo di *selfbrand*. L'obiettivo è trovare la propria strada e non quella che vogliono gli altri» spiega Donatella Rampado, esperta in comunicazione e branding personale.

Guardati dal di fuori. Scegli una quindicina di persone a te vicine (amici, colleghi, familiari...), ma non troppo vicine (evita i fan). Chiedi loro di rispondere a domande aperte del tipo «descrivimi in tre parole», «elenca i miei punti di forza e di debolezza», «come mi presenteresti a chi non mi conosce?», «qual è la mia immagine?»

Lascia riposare i dati e poi analizzali con distacco. Prendi in considerazione le notazioni ricorrenti, cestina quelle isolate. Criticano la tua voce? Fai un corso di dizione. Pollice verso al tuo look? Ripensalo con chi ha più gusto di te.

Renditi speciale: crea il tuo brand!

Hai capito chi sei, ora devi comunicarlo al mondo. Per riuscirci, segui le regole del marketing. Per prima cosa, crea il tuo brand, cioè un "marchio" che ti distingua. Diventa come la Coca-Cola (bibita frizzante), Google (motore di ricerca giovane ed efficace), Apple (tecnologia trendy). Questi sono fra i marchi più potenti e popolari al mondo. A te non manca niente per scalare la classifica nella tua categoria. Eppure... «Nella ricerca del brand giusto, effettuiamo almeno quattro incontri conoscitivi. Consigliamo al manager troppo rigido un corso di ballo. O aiutiamo il regista a "irrobustire" il carattere, mettendosi alla prova nelle arti marziali» continua Rampado.

«Ero da anni all'ufficio acquisti, ma continuavo a essere vista come centralinista, anche se l'avevo fatto solo per pochi mesi. Per cambiare le cose, ho cambiato look: via i jeans e largo a completi formali. Ho perfezionato il mio linguaggio tecnico. Ho cominciato a frequentare eventi di settore. Una volta costruita la mia credibilità, ho chiesto un incontro con l'imprenditore e, finalmente, ho ottenuto la promozione cui aspiravo da anni» spiega Anna Pinna, 50 anni, buyer in un'azienda farmaceutica.

Prepara il tuo "media kit"

Sei un aspirante cantante e da anni inondi le case discografiche con i tuoi cd, senza mai ricevere risposta. Un giorno, in treno, incontri un talent scout. Peccato che tu non abbia il cd con te. La tua timidezza fa il resto e l'occasione sfuma. Ecco perché

devi preparare (e portare sempre con te) un media kit, cioè la documentazione che ti rappresenta e comunica i tuoi valori e i tuoi obiettivi.

Si va dal curriculum di chi cerca lavoro al book fotografico di un modello, dalla brochure di un im-

prenditore al portfolio di un creativo. Occhio alla coerenza con la tua personalità, alla completezza (devono esserci dati e riferimenti aggiornati) e all'aspetto (scegli carta di qualità, foto non scontate, slogan originali). «Consiglio anche di preparare uno "spot personale" da far calare con *nonchalance* nella conversazione. Uno slogan semplice (tipo: "datemi un problema e ve lo risolverò") che contribuirà a farci ricordare» prosegue Rampado. «Possono rivelarsi utili anche i siti personali, specie per persone come pubblicitari, fotografi, progettisti... Rappresentano un'utile vetrina per far vedere i propri lavori e trovare nuovi contatti» spiega Luisa Adani, consulente di carriera. Occhio agli errori stupidi: foto sfocate, siti amatoriali, indirizzi e-mail ridicoli come patatina@yahoo.it o granfarabutto@libero.it



Mettiti in mostra, ti valutano per come appari

Oggi non basta essere bravi, bisogna rendersi appetibili. Bisogna curare il packaging, cioè l'aspetto fisico. Fondamentali igiene e cura della persona. Strategico il look giusto. La scelta degli abiti va fatta avendo a mente chi sei e qual è il look prevalente dell'ambiente in cui vuoi entrare. «Il candidato che si presenta puntuale, educato e ben vestito è già a buon punto. Poi deve dimostrarsi adeguato in ogni aspetto, ma con un

guizzo in più. È questo che lo fa ricordare» sintetizza Mario Bianco, selezionatore della Selebi di Milano. Occhio al prezzo: ossia la retribuzione per il proprio lavoro. In tempo di crisi bisogna accettare qualsiasi cifra? Non necessariamente. Ma per contrattare, bisogna conoscere gli standard di mercato. E anche saper quantificare il contributo che si è in grado di dare («Se mi assumi, ti garantisco cinque nuovi clienti in sei mesi»).

Cv, punta sull'originalità

In seguito a un annuncio di lavoro pubblicato su un quotidiano arrivano centinaia di curriculum. Chi li riceve non può che visionarli in fretta, alla ricerca dei requisiti fondamentali per la posizione, senza poter entrare troppo nel merito. «In crescita la tendenza di inviare il curriculum europeo (format su: www.curriculumeuropeo.net). La conseguenza è che tutti i cv diventano uguali» nota Mario Bianco. E allora? «Per uscire dal mucchio bisogna distinguersi. Di base, far capire l'area d'interesse, indicando

la sul cv e nell'oggetto, quando si manda per e-mail» spiega Luisa Adani. Fondamentale la lettera di accompagnamento, da personalizzare ogni volta, in cui far emergere la reale motivazione verso quello specifico posto di lavoro. E per chi vuol farsi notare, via libera alla creatività. «Un giorno mi arrivò per posta una bottiglia di vetro con la scritta "S.o.s., cerco lavoro". E dentro, arrotolato, un curriculum. La cosa mi colpì. Convocai subito la persona e le trovai anche un lavoro» prosegue Bianco. L'originalità però non basta. Una volta un candidato inviò alla Kraft, insieme al suo curriculum, una sottiletta. Non venne convocato per il colloquio.





Passaparola? No, networking

Il 30% di assunzioni è frutto del passaparola (dati Isfol). Ma far circolare la notizia della propria ricerca (di lavoro, ma non solo) non basta. Occorre farlo nel modo giusto, nel posto giusto e, soprattutto, con le persone giuste. La marcia in più la dà il networking (rete di contatti). La prima regola consiste nell'essere autenticamente interessati agli altri, non per quello che potrebbero offrire, ma per il loro valore. La gente non è stupida e capisce benissimo quando viene manipolata. La seconda regola è quella di non smettere mai di essere un networker: anche in treno, in sala d'attesa o al cinema si possono fare incontri importanti. Il primo incontro serve a inquadrare la persona (e capire se può essere "utile" ai nostri scopi). Nel caso, occorre suscitare la sua curiosità, procurarsi i suoi riferimenti e ricontattarlo per ringraziarlo dell'incontro o della serata. Le persone vanno contattate periodicamente, senza importunarle, ma segnalando loro eventi o articoli che possono trovare interessanti. Questo li disporrà favorevolmente nei tuoi confronti. Il valore aggiunto del networking è però la capacità di creare a tua volta relazioni fruttuose fra i tuoi amici.

Sii intraprendente, ma non esagerare

«Capita spesso che le persone passino o telefonino per chiedere un colloquio. È un'iniziativa che apprezzo e a cui do seguito, quando è fatta con i modi e nei tempi giusti. Non si dà invece retta a inopportuni, insistenti, a chi cerca di manipolare la situazione o mette l'incontro sul falso piano dell'amicizia» prosegue Bianco.

Think positive: il mondo sfugge gli sfigati

«Gli stati emotivi sono contagiosi come le malattie. Forse pensate di aiutare la persona che affoga e invece state precipitando con lui. Meglio associarsi, invece, a persone felici e fortunate». Nel suo libro *Le quarantotto leggi del potere* (Baldini & Castoldi, 11,90 euro) Robert Greene invita a rifuggire infelici e sfortunati. Chi cerca qualcosa non deve palesare un proprio bisogno, che non interessa nessuno. Lamentarsi, recriminare, insultare l'ex capo o dare la colpa alla crisi non serve. Anzi, è del tutto controproducente. Un sorriso predispone favorevolmente gli altri. E già questa è una ripartenza.

La testimonianza

«A spasso per la crisi con un mutuo da pagare. Ma sono ripartita»

«Ho 42 anni, lavoro quasi da 20 nel marketing radiofonico, nel mio ultimo posto gestisco un budget di cinque milioni e mezzo di euro. La banca mi ha appena concesso il mutuo per l'acquisto della casa, quando, senza avvisaglie, succede l'imprevedibile. La direzione mi annuncia il licenziamento, da un giorno all'altro, per "una ristrutturazione dovuta alla crisi". Mi sono negata il lusso di crogiolarmi nel mio dramma personale. Ho cominciato dalle cose semplici: richiesta del sussidio di disoccupazione, iscrizione al collocamento. Quando l'impiegata dell'Inps ha guardato la mia pratica, mi ha chiesto: "Ma lei, con il suo curriculum, cosa ci fa qui?". L'atteggiamento giusto è fondamentale. Spesso la perdita di lavoro è vista come una colpa e una vergogna. Poi non mancano i cinici che ti fanno offerte ridicole, pensando che - visto che hai bisogno - tu possa accettare qualunque cosa. E invece devi rifuggire chi offre compensi fuori mercato: non ti aiuta a pagare il mutuo e ti fa perdere tempo. Non bisogna poi farsi abbattere da chi promette risposte e non ne dà. Depressione e insicurezze, il dubbio insinuante di non essere più capaci, sono dietro l'angolo, ogni giorno. Fondamentale è stato il passaparola: amici, conoscenti, ex colleghi. Illuminante qualche colloquio con cacciatori di teste e con un responsabile di una società di job placement, per non perdere il contatto con la realtà del mercato. Poi siti Internet, quotidiani, candidature spontanee alle aziende che pensavo potessero essere interessate al mio profilo. Il cv è fondamentale: bisogna parlare dell'essenziale, dando il giusto risalto ai propri successi. In fondo si cerca lavoro, non si elemosina una retribuzione senza giustificato motivo, e se fino a poco prima si aveva un impiego, si sono raggiunti dei traguardi, si sono maturate delle competenze, perché non sottolinearlo? Poi è arrivato l'incontro con una società per cui avevo già fatto una consulenza, Nexo Digital. È una start up, che mi ha offerto il ruolo di responsabile marketing. È dura, ma è una bella sfida. Mi riscopro a "saper effettivamente fare" le cose che temevo di aver dimenticato, ma soprattutto c'è così tanto da fare che non mi annoio mai».

««

per saperne di più

IN LIBRERIA

Selfbrand. Fate di voi stessi un autentico Brand, Donatella Rampado, FrancoAngeli, 16 euro; *Promuovere se stessi*, Luisa Adani, Giunti, 10 euro; *Le 10 regole per trovare lavoro*, Antonella Spataro, Armenia, 9 euro. La terza edizione del volume *Gli indirizzi che contano per trovare lavoro* (Mario Bianco, Etas, 21 euro) elenca tutte le società di selezione, le associazioni professionali e i siti Internet a cui indirizzare il cv.

A SCUOLA

Supporto personalizzato con 4-5 sessioni (6-12, in caso di manager), costo da 90 euro all'ora. INFO: www.selfbrand.it



LE FIERE

Fra le altre, Keep Italy Working (organizzata dal portale di ricerca di lavoro www.monster.it) e le varie edizioni del Salone dello Studente, organizzato da Campus (www.campus.it). Da tenere d'occhio anche iniziative come Sportello Stage (www.sportellostage.it).