

La strategia del personal branding: ecco come si arriva al successo professionale

LINK: <https://www.ildigitale.it/personal-branding-come-si-arriva-al-successo/>



Telegram Il mondo accelera i processi di digitalizzazione e pubblicizzare online la propria azienda rappresenta oggi una delle strategie di marketing più efficaci, un vero e proprio trampolino di lancio. Avere a disposizione una vetrina per milioni di persone è un'opportunità che qualsiasi imprenditore desidera perseguire. Ma da dove iniziare? Internet è una vetrina privilegiata, ma anche molto popolata: non è semplice emergere tra migliaia di individui che puntano al successo e alla visibilità. Uno dei modi più efficaci per farlo è quello di utilizzare la propria immagine in maniera strategica attraverso il personal branding: un innovativo metodo di promozione di sé, che porta il cliente a sceglierci in anticipo tra molte alternative. Il circolo virtuoso del personal branding Le tecniche pubblicitarie hanno attraversato prima la fase "cartacea", con cartelloni e volantini, poi quella

"televisiva" degli spot. Adesso, il web è diventato la nuova frontiera del marketing ed ha portato alla massima espressione il fenomeno di "personalizzazione" della vendita: su Internet, spesso, si sceglie di comprare o anche solo di guardare qualcosa in nome della fiducia che si ripone verso quella specifica persona o del "sentire collettivo" verso un determinato brand. Si crea così per l'imprenditore un circolo virtuoso: da un lato, attraverso il personal branding, il venditore riesce a guadagnare la fiducia dei clienti sul web, dall'altro i clienti, dimostrando ogni giorno la loro "fedeltà", consolidano la fama del venditore. Fare una buona ed efficace pubblicità di sé è la vera chiave di volta del successo su Internet. Ma non è semplice né immediato saperlo fare: basti pensare che sono stati elaborati dei veri e propri corsi in merito. Come si fa personal branding? La

logica del personal branding è molto semplice. Se qualcuno è apprezzato e stimato come persona, questo aiuterà la sua realizzazione professionale, soprattutto sul web. Ad esempio: siamo dei semplici pasticceri? Facciamo in modo che tutti sappiano che i nostri bignè sono i migliori: questo attirerà clienti, ispirerà in loro fiducia e darà vita al circolo virtuoso del personal branding. Appare quindi fondamentale saper promuovere la propria azienda "personalizzando" la strategia pubblicitaria, facendo del proprio prodotto un vero "personal brand". Come fare? Luigi Centenaro, specialista del Personal Branding in Italia e ideatore del Personal Branding Canvas, ha elaborato alcuni passi fondamentali da seguire per mettere a punto una strategia di personal branding efficace: Il primo passaggio è dar giusta importanza alla propria credibilità; Spiegare

chiaramente quale professione si svolge: avere un titolo professionale troppo complesso o 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 tipo LinkedIn o Google: è importante collegare quello che si dice fare a quello che è già nella testa dei propri clienti; 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; 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. Una volta trovati i valori su cui si è deciso di puntare, cercare di comunicarli con il mezzo appropriato in base alle proprie attitudini: ad esempio, se si è bravi a scrivere si può considerare di aprire un blog, mentre altri sanno ben sfruttare le potenzialità offerte dal formato video. Scegliere bene il proprio pubblico:

capire qual è e poi proporsi. La cosa fondamentale è essere umili dall'inizio, muoversi nel web e vedere quali sono i problemi di cui si lamentano le persone, per poi iniziare a presidiare il proprio spazio e a conoscere la propria cerchia. Bisogna avere un po' di coraggio. Conoscere i problemi e i desideri dei clienti: se il "perché noi esistiamo" coincide con il "perché loro ci cercano", diventerete rilevanti per i vostri clienti. "Digitali per caso" incontra Benedetta Rossi, la food blogger da milioni di followers [Registro.it](#) racconta da tempo la storia di coloro che sono riusciti a valorizzare le tradizioni attraverso strumenti e piattaforme digitali. Gli esempi di maggiore successo sono raccontati nella web serie "Digitali per caso", condotta da Patrizio Roversi. L'obiettivo? Illustrare come le piccole e medie imprese, grazie ad una efficace presenza online, espandono il loro business, raggiungendo nuovi clienti, aumentando le vendite e diventando più competitive sul mercato. Ovviamente non poteva mancare la puntata dedicata a chi è divenuto influencer grazie al web. Ospite d'onore: la famosa food blogger Benedetta Rossi. Benedetta Rossi rappresenta uno degli

esempi più calzanti di personal branding di successo, col suo programma e canale youtube "Fatto in casa da Benedetta": tutto ciò che la riguarda è un vero e proprio marchio di fabbrica inimitabile e conta oggi milioni di seguaci su tutti i profili social. Il suo segreto? L'originalità: per avere successo non bisogna essere dei personaggi costruiti a tavolino, ma semplicemente se stessi. Questa è la quintessenza del personal branding.