

## PERSONAL BRANDING

**Essere bravi professionisti tal volta non basta:** i propri punti di forza, le proprie credenziali, la specificità delle proprie competenze sono un punto di partenza ma non è detto che vi porteranno sulla strada giusta.

Nell'attuale contesto, caratterizzato dalla globalizzazione dei mercati e dall'affermazione di nuovi modelli di consumo e acquisto, non è possibile non analizzare e soffermarsi sui meccanismi e processi che si nascondono dietro gli stessi.

Domandarsi se **Internet è un alleato** oppure un ulteriore problema nell'ambito della propria professionalità significa sostanzialmente riproporre un quesito dibattuto e retorico, la cui risposta cambia e si trasforma frequentemente. Avversare uno strumento perché nuovo e ai nostri occhi, spesso incomprensibile, **significa perde l'opportunità di usarlo a nostro favore.**

Comprendere come la rete può supportare e veicolare le nostre professionalità significa soprattutto interrogarsi sul nuovo linguaggio, gli strumenti e gli spazi che possiamo conquistare con poche e semplici mosse.



**Il marketing non è cambiato, è cambiato il modo di declinarlo.**

I **link** sono diventati a tutti gli effetti una delle **principali valute del mondo online.** Anche per questo motivo la pratica di utilizzare i propri spazi social per rilanciare contenuti è diventata in pochi mesi, una consuetudine per gran parte delle persone attive online.

Una buona strategia **di Personal Branding** potrebbe, domani, essere la ragione per farti scegliere dai tuoi potenziali clienti

Il **Personal Branding** è il processo per **identificarla,**

**coltivarla e comunicarla** nella maniera più efficace possibile.

Finalità del corso:

Il corso è indirizzato ai professionisti, la cui personalità affiancata alla loro professionalità lo rendono esso stesso **"marchio"** identificativo di una professione.

L'obiettivo del corso è quello di **fornire ai partecipanti le basi** per costruire profili on line orientati alla propria professionalità **scegliendo tra i social quello più adatto** a veicolare contenuti e credibilità

Il corso non si pone come finalità quello di **"vendere meglio se stessi"**, fornendo a chi ci segue in rete un immagine falsa o facendo percepire un inesistente valore aggiunto, al contrario si pone come obiettivo quello di analizzare la propria professionalità facendo emergere i valori concreti e soprattutto farli conoscere ai potenziali clienti.

**Individuare i social più adatti e definire una strategia** concreta significa soprattutto rendersi differenti e comunicare in modo adeguato le proprie specificità, individuando **"cosa"** fai esattamente, **"come"** lo fai, **"quali"** benefici puoi portare ai tuoi clienti, **"perché"** questi ultimi dovrebbero sceglierti.

Oggi la nostra immagine è sempre meno sotto il nostro controllo ed è definita in continuazione dal nostro “**pubblico**”, dai clienti, da chi conta nel nostro specifico settore, dai partner e collaboratori, da tutti coloro che si confrontano e conversano su di noi, soprattutto online. È sicuramente **sempre più importante essere online** e partecipare attivamente a questo processo.

Se in passato si insisteva sulla promozione personale e il “costruirsi” un’immagine a tavolino, oggi con il Web2.0 e i Social Media, il Societing e “la conversazione”, si parla di trasparenza, condivisione, collaborazione, networking.

Oggi su può dire che un **Personal Brand** non esiste senza la capacità di generare un’influenza. Un Brand non esiste senza la forza di aggregare una *community*.

Si parte **dalla propria personalità e unicità, dai propri punti di forza**, per costruire una **relazione** duratura e a due vie con il proprio pubblico, capace di rafforzare e addirittura, molto spesso, migliorare il proprio Brand e attrarre nuove opportunità.

Come si svolge il corso:

Abbiamo predisposto un primo incontro volto a chiarire i concetti e tratteggiare quali sono e come si gestiscono alcuni importanti social.

Nel corso, della durata di 4 ore, verrà analizzato il potenziale del singolo social, individuando per ciascun partecipante le strategie migliori da adottare.

La frequentazione prevede l’iscrizione all’Accademia Entelechia di € 15,00 per il tesseramento annuale 2016/2017. (\*) € 35,00 per la formazione in aula e materiale didattico digitale.

Argomenti trattati:

- il web 2.0 cosa significa e quali cambiamenti ha comportato
- Il mondo della rete: marketing e tribù
- Analisi dei social prevalenti: diffusione e target
- Strategia di personal branding: da Google plus a Pinterest
- Strumenti free da usare per le attività on line

Durate del corso 4 ore – materiali e bibliografia inclusa.

Al primo modulo di base si potrà accedere anche ai successivi moduli formativi:

Modulo 2°-**Google plus**: come usarlo e quando gestirlo

Modulo 3°- **Facebook**: come usarlo e quando gestirlo

Modulo 4°- **Twitter**: come usarlo e quando gestirlo

Modulo 5: i social dell’immagine **Instagram e pinterest**

Modulo 6: **video marketing**

Modulo 6:**sito e piattaforme** di distribuzione di contenuti.

Sede:

LOGIN CO-WORKING

Via Privata Stefanardo da Vimercate, 28

20128 Milano