

# Come comunicare il proprio valore / prodotto durante la crisi

#2° Masterclass  
22 Aprile 2020



**Gianluca Lo Stimolo**  
Guru del Personal Branding



**Host:** Matteo Maserati

22 April

Happy

*Earth Day*





## GIANLUCA LO STIMOLO

- Socio e Direttore Marketing di HRD
- Business Celebrity Builder
- Founder & CEO di Stand Out,  
la prima agenzia di comunicazione specializzata  
in servizi integrati di Personal Branding

A collage of various media clippings featuring Gianluca Lo Stimolo. The clippings include:

- PubbliSocial: Nasce Stand Out, agenzia specializzata nel personal branding
- TODAY: Si chiama Stand Out il personal branding all'italiana
- Italia Oggi: Stand Out trasforma il cliente in un marchio
- Avere: IL METODO CON CUI HO "CREATO" Roberto Re
- Lavoro: 10 mosse per fare personal branding
- DailyNet: millionaire STARTUP - al front dell'etere
- HRD: MERCATO Stand Out, focus sul personal branding per fare di ogni cliente un brand
- HRD: Personal branding, le professionali gestite come un marchio

# IL FUTURO CHE CI ATTENDE

Alla fine del cataclisma sanitario e sociale in atto ci troveremo in un **mondo nuovo**, in cui saranno divenute realtà e abitudini ormai consolidate alcune delle tendenze in essere già prima dell'avvento del Covid-19, ma che avrebbero impiegato molto più tempo a tramutarsi in consuetudini diffuse.

Il **distanziamento sociale** e il lockdown, imposti per limitare la propagazione del virus, stanno costringendo infatti la maggior parte delle persone nelle proprie abitazioni, obbligando a una rapida diffusione del lavoro agile (**smart working**) e della **formazione a distanza**, imponendo la **digitalizzazione totale** della comunicazione e dei processi aziendali, l'affermarsi senza precedenti dei **sistemi di delivery** anche fuori dalle metropoli.

La vulnerabilità percepita della nostra società sta modificando la **scala dei valori sociali** verso una maggiore attenzione alla sostenibilità, all'impatto ambientale, alla tolleranza, alla famiglia, alla salute e alla sicurezza.

La crisi economica attesa sta aumentando drasticamente la **oculatezza nelle scelte d'acquisto**, con forte propensione verso professionisti, prodotti e servizi percepiti come come **maggiormente autorevoli**.

## ALCUNI TEMI DA TENERE PRESENTI

- Distanziamento sociale
- Smart working
- Formazione a distanza
- Digitalizzazione
- Delivery
- Personal branding
- Iperspecializzazione
- Content marketing
- Front end



## SENSAZIONI DIFFUSE DI INCERTEZZA

1. Paura del futuro
2. Paura della povertà
3. Paura di sbagliare

*“L'incertezza e l'insicurezza che tutti stanno vivendo si tramuterà nella ricerca di specialisti a cui rivolgersi e di persone autorevoli nel proprio ambito”.*

## **COSA CERCHERÀ IL MERCATO**

**RISPOSTE DA SPECIALISTI AUTOREVOLI PER ESIGENZE SPECIFICHE**

*«Covid-19 ha decretato la fine dei tuttologi e dei generalisti.  
Mai come ora è diventato imprescindibile  
creare e sviluppare il proprio brand personale»*

# COMUNICARE IL PROPRIO VALORE





# SU COSA CONCENTRARSI ORA

*REINVENTARSI  
PARTENDO DA SE STESSI*

**SE FOSSI COSTRETTO A CHIUDERE LA TUA ATTIVITÀ ATTUALE  
E A RIPARTIRE DA ZERO CON POCHI CAPITALI,  
COSA FARESTI?**

# PARTIRE DALLA COMPETENZA DISTINTIVA PER CREARE O RAFFORZARE IL BRAND PERSONALE







PER OGNI CASSETTO DI MEMORIA, OGNI ARGOMENTO VIENE OCCUPATO DA DUE NOMI, RARAMENTE DI PIÙ.

QUINDI O IL NOSTRO NOME È UNO DI QUELLE DUE RISPOSTE PER QUALCOSA O NON ESISTIAMO.



*“Immagina che la memoria delle persone  
sia fatta di tanti piccoli cassettoni per ogni argomento.  
E che in ognuno di questi non entrino più di due nomi.  
Sai di avere un personal brand forte,  
quando uno di quei due nomi per la tua materia è il tuo.”*

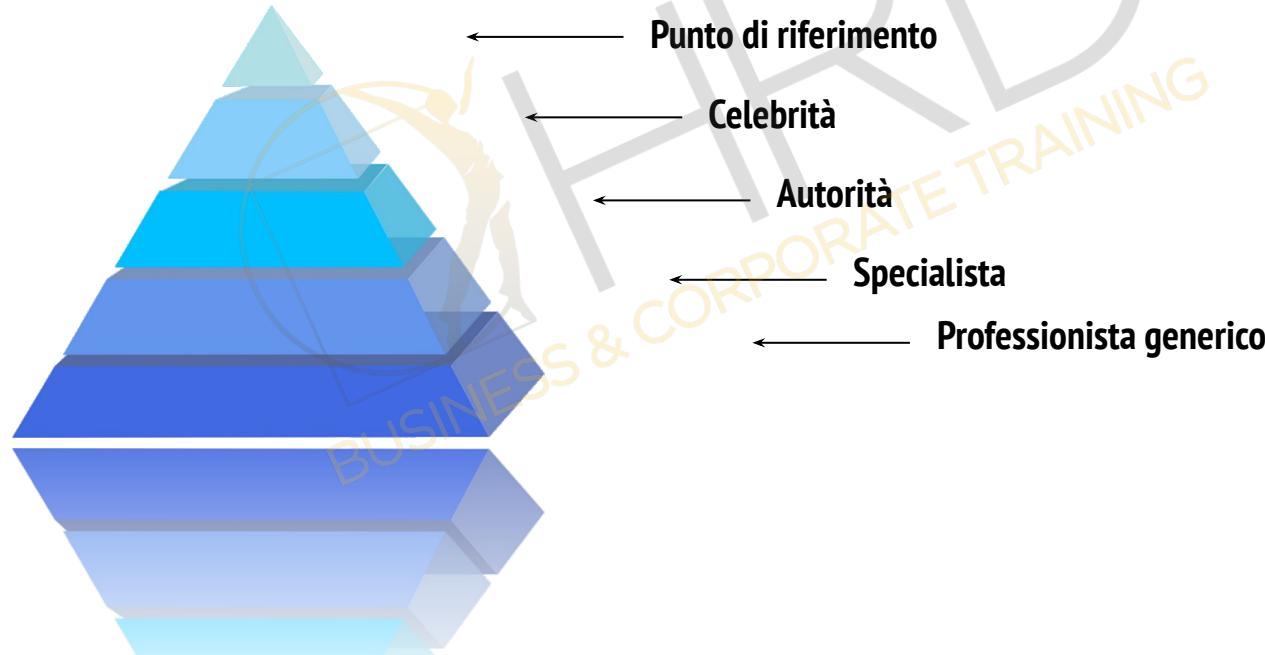
Gianluca Lo Stimolo

La domanda chiave è:

**PER COSA UNO DI QUEI DUE NOMI PUO' ESSERE IL TUO?**

# LA DIFFERENZA CHE FA LA DIFFERENZA!

Il futuro di imprenditori, manager e professionisti dipende dalla posizione che riescono a occupare sulla  
**PIRAMIDE DEL RICONOSCIMENTO SOCIALE**



COMPETENZA



VISIBILITÀ'

COMPETENZA

IL GENERALISTA

VISIBILITÀ'



**COMPETENZA**



BUSINESS & CORPORATE TRAINING

**L'INCOMPRESO**

**VISIBILITÀ'**

## IL MILLANTATORE

COMPETENZA



VISIBILITÀ'



HARD

BUSINESS & CORPORATE TRAINING

**COMPETENZA**



**LO SPECIALISTA**

**IL PUNTO DI  
RIFERIMENTO**

**LA CELEBRITÀ**

**L'AUTORITÀ**

**VISIBILITÀ'**

BUSINESS & CORPORATE TRAINING

# DOMANDA AL PUBBLICO



## **DOMANDA**

**Da dove si parte per comunicare il proprio valore?**

- A. Dalla città di origine;**
- B. Da Parco della Vittoria;**
- C. Dalla propria competenza distintiva.**

# 5 MODI PER DISTINGUERTI

- 1. SPECIALIZZATI su un SOTTOARGOMENTO**
  
- 2. FOCALIZZATI su un SEGMENTO DI MERCATO**
  
- 3. Estrapola il tuo METODO o crea il tuo SISTEMA**
  
- 4. Scegli e conquista un ATTRIBUTO rilevante**
  
- 5. Crea un'ESPERIENZA unica d'acquisto o di utilizzo**

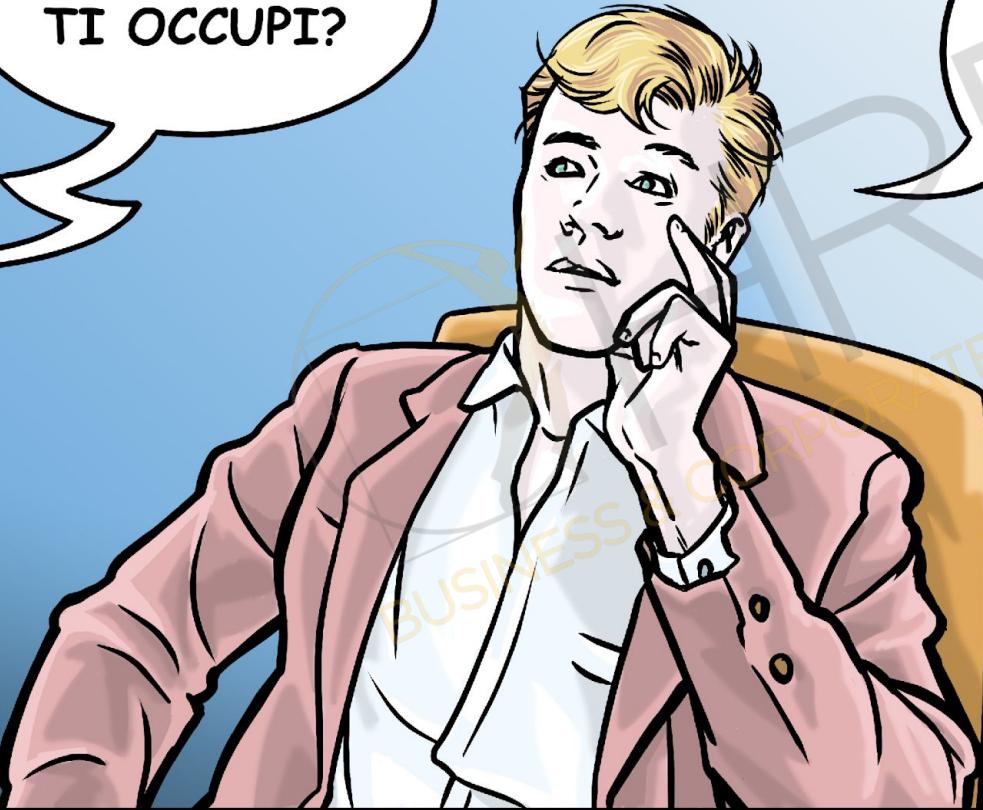
## FORMULA DEL BUSINESS CELEBRITY BUILDING

$$\text{BC} = P^3(E) \times R(T) \times S^*$$

\*Business Celebrity = Promessa al mercato<sup>3</sup> (Etichetta personale) x Reputazione (Target) x Strumenti di comunicazione, autorevolezza e relazione

TU DI COSA  
TI OCCUPI?

AIUTO  
IMPRENDITORI E  
PROFESSIONISTI A  
DIVENTARE "VOLTI  
NOTI" NEL PROPRIO  
AMBITO.



# LA PROMESSA AL MERCATO

## 1. ARGOMENTO

Qual è il tuo argomento? \_\_\_\_\_

In cosa sei già un esperto? Su cosa ti chiedono consiglio? Cosa conosci meglio di altri o cosa ti appassiona?

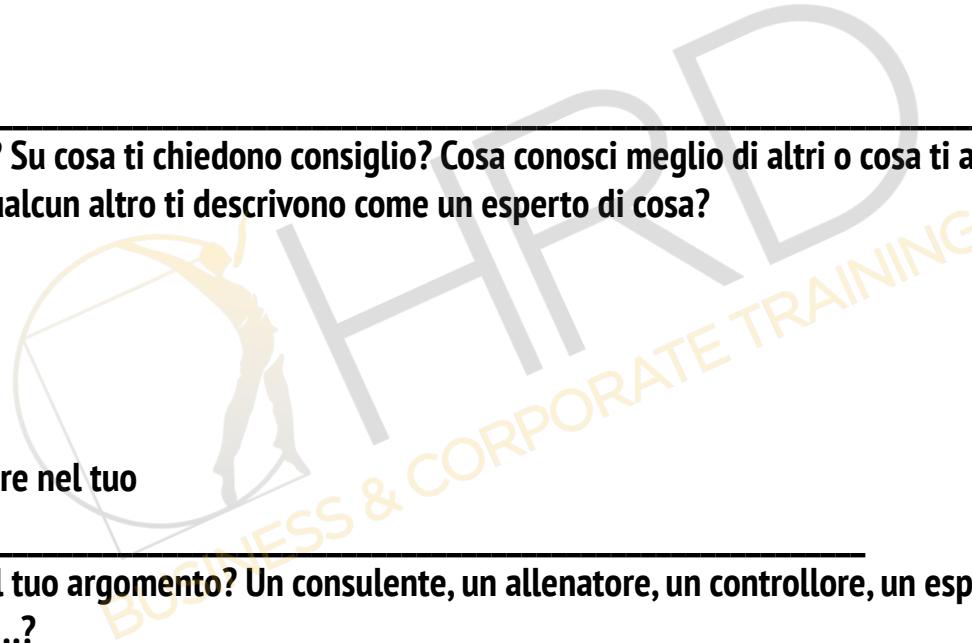
Quando ti presentano a qualcun altro ti descrivono come un esperto di cosa?

Di cosa sei il Re?

## 2. RUOLO

Che ruolo vuoi avere nel tuo  
argomento? \_\_\_\_\_

Chi vuoi essere nel tuo argomento? Un consulente, un allenatore, un controllore, un esperto,  
un braccio destro,...?



### **3. CLIENTI/TARGET**

**Quali sono i clienti che acquistano questi prodotti/servizi?**

---

**Imprenditori, professionisti, aziende manifatturiere,....?**

### **4. RISULTATI**

**Aiuti i tuoi clienti a ottenere cosa?**

---

### **5. METODOLOGIA**

**Che metodologia usi?**

---

**Hai una tecnica specifica, un tuo metodo, una tua formula per arrivare al risultato promesso ai tuoi utenti?**

**Hai un modo originale di esercitare il tuo ruolo?**





# MA TU COSA FAI?



AIUTO (3. \_\_\_\_\_)

A

(4. \_\_\_\_\_),

ATTRAVERSO

(5. \_\_\_\_\_)

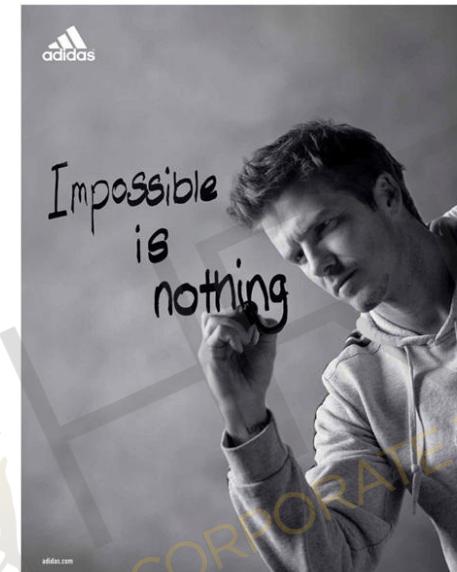
**Aiuto imprenditori e professionisti  
a diventare volti noti del loro settore (business celebrities),  
attraverso strategie e servizi integrati di personal branding.**



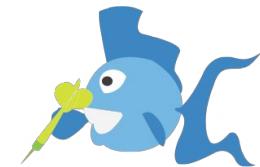
**mentos®**  
The Freshmaker



Red Bull ti mette le aaali.



# BASTA UNO SLOGAN?



## ESERCIZIO: COSTRUIAMO LA TUA ETICHETTA

(2. \_\_\_\_\_) per (3. \_\_\_\_\_)

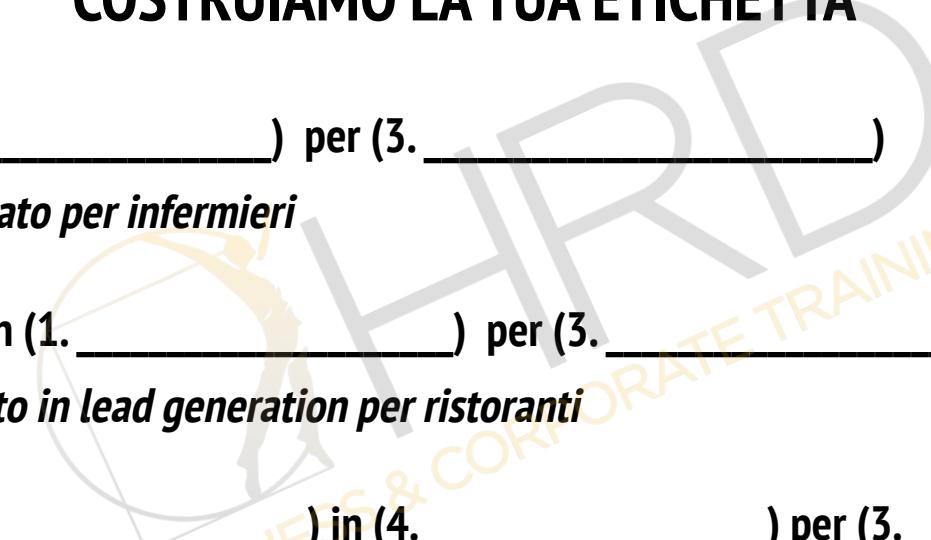
*Es. Avvocato per infermieri*

Esperto in (1. \_\_\_\_\_) per (3. \_\_\_\_\_)

*Es. Esperto in lead generation per ristoranti*

(2. \_\_\_\_\_) in (4. \_\_\_\_\_) per (3. \_\_\_\_\_)

*Es. Consulente in Crescita dei Profitti per ottici*



# ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

## Paolo Valli Il Coach del dolore



info@paolvalli.it

PAOLO VALLI

HOME COACH DEL DOLORE SVOLTA DOLORE DICONO DI ME BLOG CONTATTI

IL COACH DEL DOLORE

"La forza non viene dal vigore fisico  
ma da una volontà indomabile"

Mahatma Gandhi

SCOPRI COME VOLTAIRE PAGINA

BLOG

ULTIME NEWS E ARTICOLI

Come comprendere chi soffre di dolore cronico  
07 Apr. 17 0 comment

Con questo articolo voglio fornire alcuni spunti concreti che servono a chi soffre di dolore ...

Domande e dubbi sulla fibromialgia: ecco alcune risposte  
24 Mag. 17 0 comment

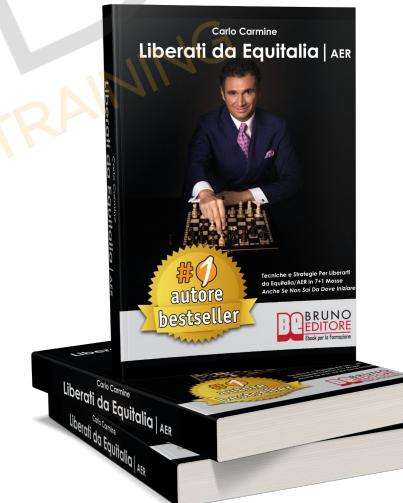
2 milioni di persone in Italia soffrono di fibromialgia. In realtà questo è solo il ...

La giusta alimentazione contro la fibromialgia  
24 Lug. 17 0 comment

C'è qualche nesso tra la fibromialgia e l'alimentazione? Posso curare la fibromialgia se seguo la ...

## ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

**Carlo Carmine**  
**Il Difensore Patrimoniale**



# ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

## Alex Cutè

### L'imprenditore del dimagrimento naturale

Hai Domande? ☎ 090.33.22.29 ✉ info@alexcute.it

AlexCutè

Home Chi Sono Opportunità e franchising Blog Contatti



Imprenditore del dimagrimento naturale  
Fondatore e presidente di Erfo - Laboratorio farmaceutico  
Ideatore del marchio Diètnatural Clinica del dimagrimento

SCOPRI CHI SONO

Hai Domande? ☎ 090.33.22.29 ✉ info@alexcute.it

AlexCutè

Home Chi Sono Opportunità e franchising Blog Contatti



La formula vincente per il centro di dimagrimento naturale

Dal successo di Diètnatural al tuo successo come imprenditore con un franchising dai costi di affiliazione contenuti e grandi margini di guadagno.

SCOPRI IL FRANCHISING

# ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

## Simona Bastari

### L'amministratore del Condominio Felice

Nel bene e nel male un condominio è come una famiglia: persone differenti, con diverse età e modi di pensare si trovano a vivere a stretto contatto.

Devono condividere spazi comuni, prendere decisioni insieme e risolvere problemi nel miglior modo possibile.

Come capita in tutte le famiglie, ci sono condomini litigiosi e condomini felici.

Per qualcuno è tutta questione di fortuna. All'inizio lo pensavo anch'io, ma poi ho cambiato idea.

Il primo litigio tra vicini l'ho affrontato quando ancora facevo pratica forense in uno studio legale. Riguardava due vicini in guerra da anni per una questione che avrebbero potuto risolvere da un pezzo. E che si poteva chiudere senza arrivare a vie legali, almeno secondo me.

Ho provato a mediare, aiutandoli a trovare un accordo per evitare di sprecare tempo e soldi in una lunga causa. Non è stato facile, ma quando ci sono riuscita mi è sembrato un segno.

Il lavoro come legale non mi entusiasmava, ma risolvere quello scontro mi aveva dato un senso di leggerezza che negli anni passati tra leggi e giudici non avevo mai provato.

Invece di lavorare ad una guerra con vincitori e vinti, ero riuscita a spegnere il conflitto, questo mi piaceva molto di più.

Da quel momento ho cominciato a interessarmi all'amministrazione di condomini.





**Roberto Re**

***The Peak Performance Coach***

HRD  
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

# LA MIA MISSION PROFESSIONALE

**Aiuto imprenditori e professionisti  
a diventare volti noti del loro settore  
(business celebrities).**



BUSINESS & CORPORATE TRAINING



# QUALE POTREBBE ESSERE LA MIA ETICHETTA/PAYOFF?



**Gianluca Lo Stimolo**  
*The Personal Brander*



**Gianluca Lo Stimolo**  
*Business Celebrity Builder*

BUSINESS & CORPORATE TRAINING

# DOMANDA AL PUBBLICO



## DOMANDA

**L'etichetta personale è:**

- A. L'insieme delle regole di educazione;**
- B. Un cartellino con le informazioni del capo acquistato;**
- C. Un'ottima sintesi della promessa al mercato.**

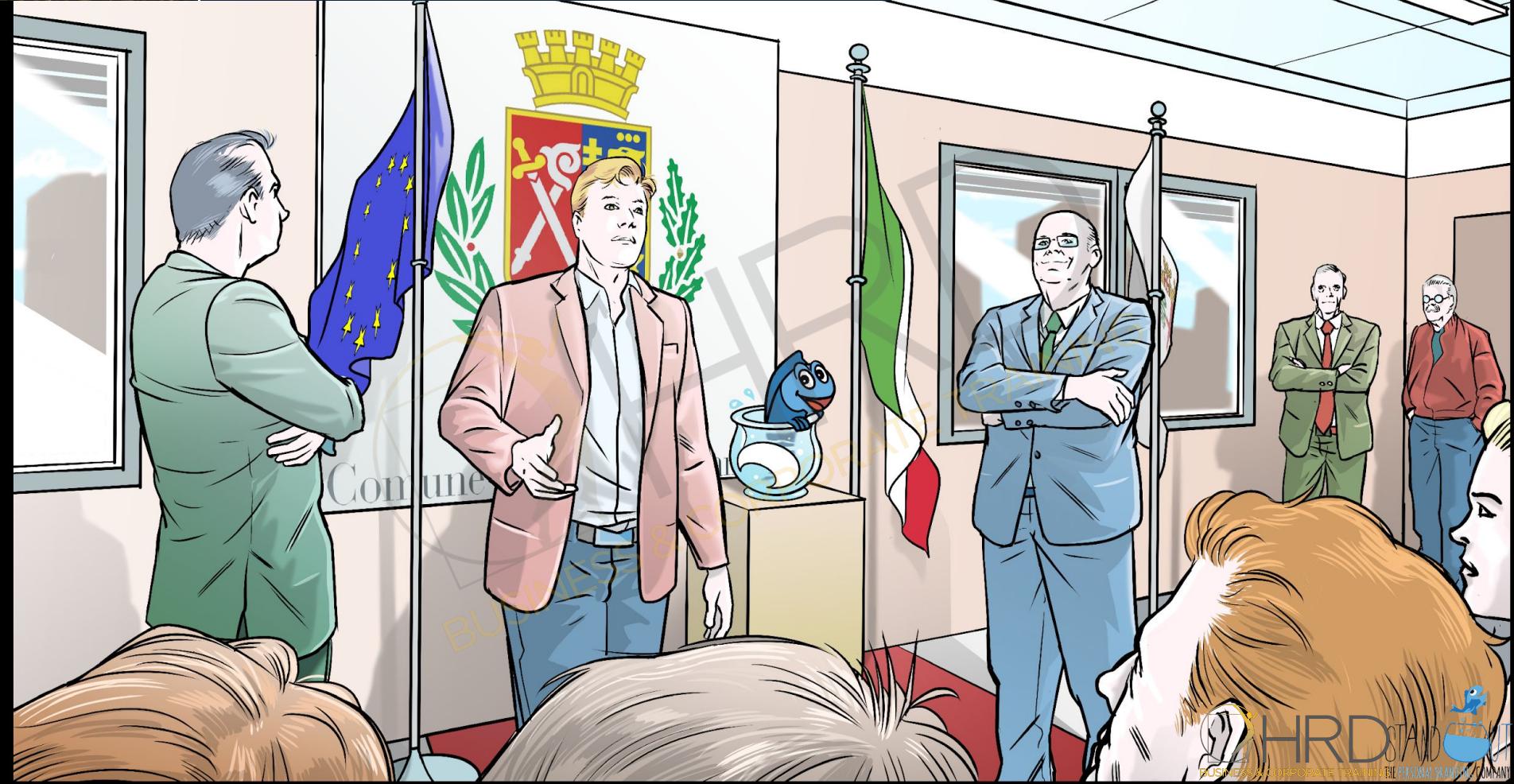
# ANTONOMASIA E AUTOREVOLEZZA

*“Se hai una competenza distintiva,  
l'autorevolezza si può ereditare per osmosi  
da persone, organizzazioni, media e strumenti”*

Gianluca Lo Stimolo







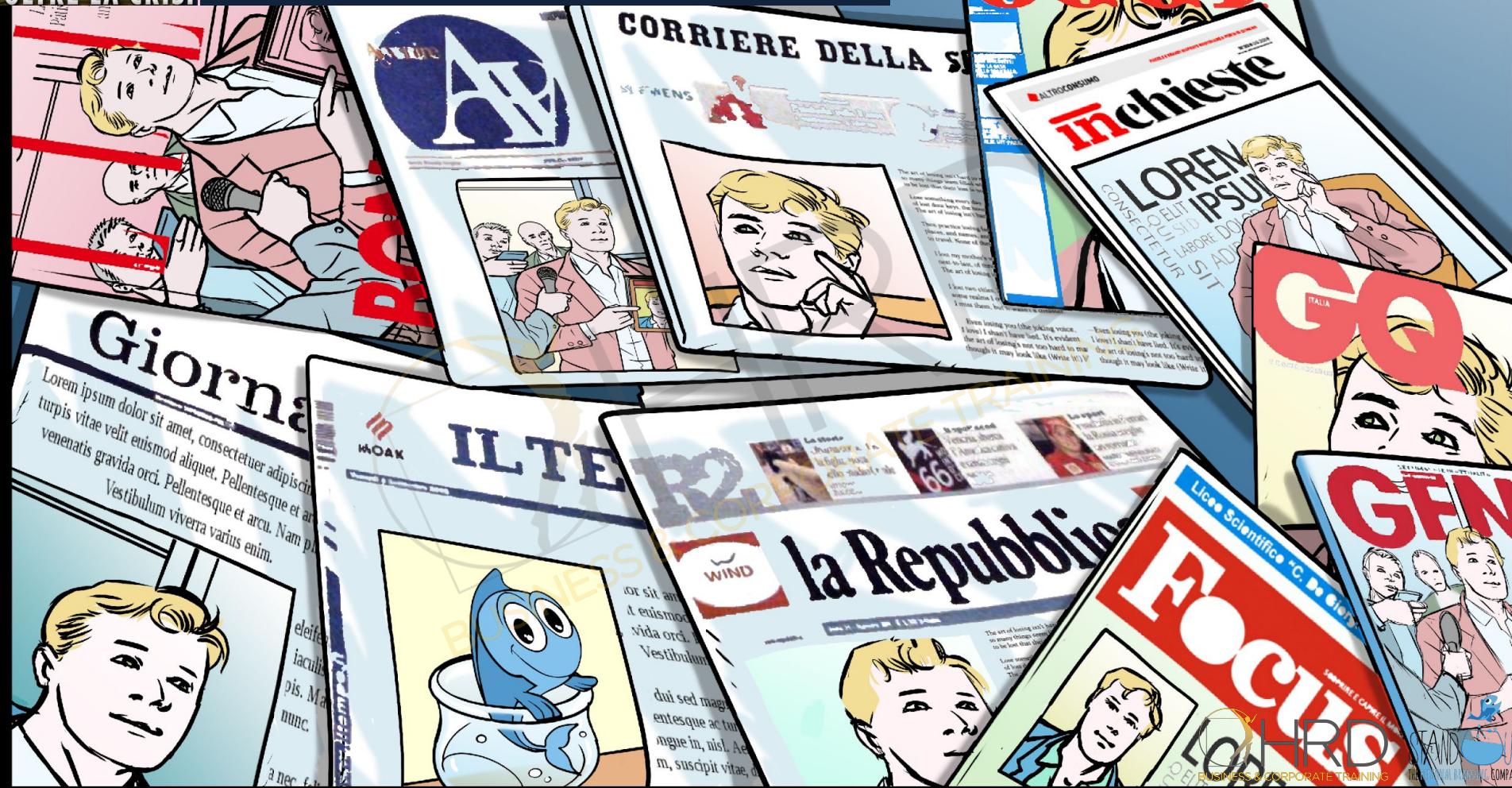
# SPECIAL GUEST

NOME

COGNOME

PERSONAL BRANDING







# AUTENTICITÀ



*«Non fingere per apparire, sii te stesso!  
Senza dimenticare però che  
ogni forma di comunicazione ha un fine.»*

Gianluca Lo Stimolo

# IN SINTESI

## PERSONAL BRANDING E CONTENT MARKETING

PER COMUNICARE AL MEGLIO IL PROPRIO VALORE/PRODOTTO DURANTE LA CRISI  
SERVE CONCENTRARSI SULLA PROPRIA COMPETENZA PRINCIPALE  
E CONSENTIRE AL PUBBLICO DI PROVARLA IN FORMA GRATUITA

# COSA FARE ADESSO

## 5 CALL TO ACTION

1. Progetta **contenuti** in forma testuale e video sul tuo argomento e crea un **calendario editoriale** per la pubblicazione di questi contenuti sulle tue pagine social;
2. Progetta un tuo **blog tematico**;
3. Crea o rivedi la tua **pagina Linkedin** per esprimere al meglio le tue competenze, scrivendo con chiarezza la tua promessa al mercato  
(Per ottenere delle **segnalazioni sul tuo profilo Linkedin**, scrivi tu per le persone di cui hai stima una recensione positiva);
4. Crea un **prodotto gratuito di front end**;
5. Inizia a scrivere un **libro** sul tuo argomento, partendo dalla struttura dell'indice.

# A COSA STARE ATTENTI DA SUBITO

Mentre progetti il tuo futuro non dimenticare che gli altri (clienti, partner o futuri datori di lavoro) si fanno un'idea di noi, anche in base a quello che postiamo sui social e a come partecipiamo ai meeting online, se siamo in smart working.

Quindi fin da subito:

- 1. Stai attento a cosa posti**, cercando di far passare sempre la tua competenza principale;
- 2. Evita di entrare in discussioni pubbliche** che non riguardano l'argomento per cui vuoi essere ricordato;
- 3. Cura la tua immagine anche adesso.** Il fatto che ci colleghiamo da casa, non vuol dire che possiamo farlo sciatti e in pigiama. Scegli un look in linea con il tuo posizionamento, magari meno formale. La cravatta a casa è poco credibile. La giacca sì. Stai attento allo sfondo che appare alle tue spalle, scegliendo l'angolo migliore della casa o creando un set adeguato. No alla cucina alle spalle, sì a libreria o pareti neutre, magari con una pianta o un quadro non troppo chiassoso: l'attenzione deve restare su di te e sulle tue parole;
- 4. Evita visioni complottistiche** e troppo schierate politicamente;
- 5. Sii positivo.** Realista, ma positivo. Sceglieresti mai un professionista che trasuda livore e negatività?

## BUSINESS ETIQUETTE

*“Manifestare attenzione e rispetto nei confronti degli altri  
è il miglior biglietto da visita per qualsiasi professionista o imprenditore”.*

**LE PERSONE SI RICORDERANNO SEMPRE DI COME LE HAI FATTE SENTIRE**



## FACCE DA BRAND

Il Personal Branding  
che fa crescere il tuo Business

Per avere sempre con te e tenere bene a  
mente le basi del personal branding vai su

[www.brandingpersonale.it](http://www.brandingpersonale.it)

e scarica lo smartbook  
**FACCE DA BRAND**



# Grazie

*“Il mondo ha bisogno  
di quel talento che solo tu hai”*

Marie Forleo

**TROVA LA TUA UNICITA', DIVENTA QUALCUNO, LASCIA UN SEGNO!**

# Come gestire le situazioni di crisi e comunicarle

#3° Masterclass  
24 Aprile 2020



**Natale Pierluigi Arcuri**  
Senior Consultant Executive  
Report Relazioni Pubbliche



**Leonardo Iacovelli**  
Fondatore e Managing Partner  
della Iacovelli and Partners



**Host: Roberto Re**