

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



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 l'**oculatazza nelle scelte d'acquisto**, con forte propensione verso professionisti, prodotti e servizi percepiti come **maggiormente autorevoli**.

ALCUNI TEMI DA TENERE PRESENTI

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

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

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?**

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

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.**



BUSINESS & CORPORATE TRAINING

***“Immagina che la memoria delle persone
sia fatta di tanti piccoli cassettini 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

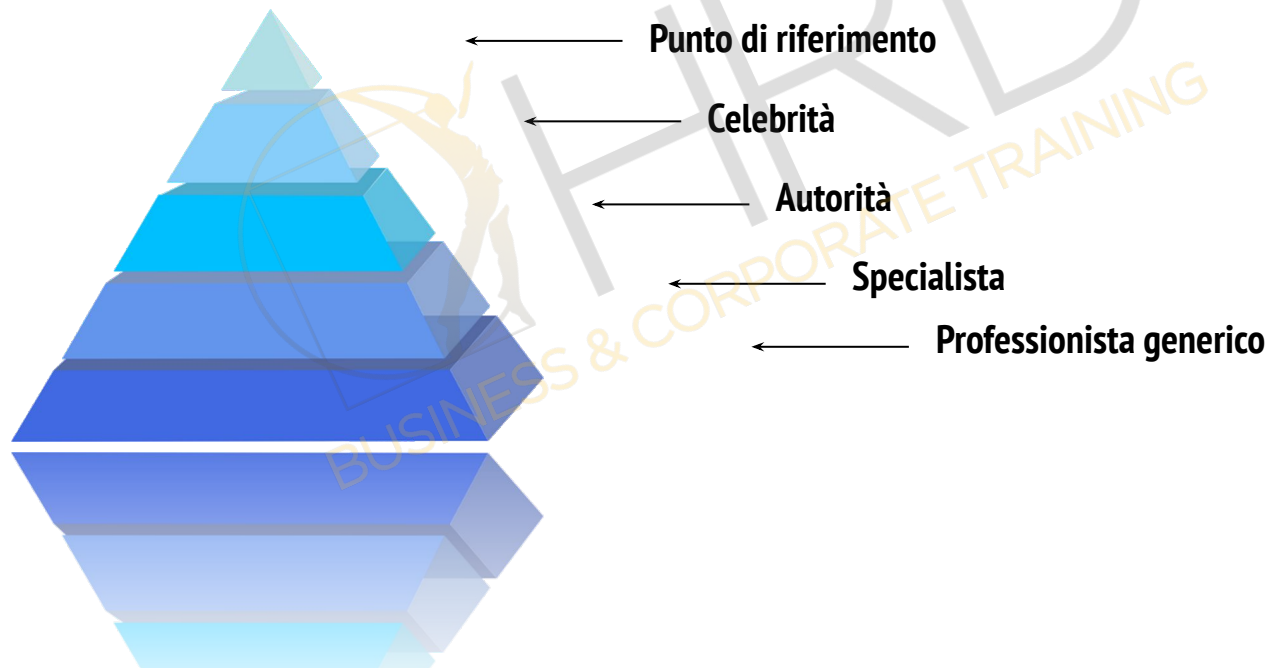
La domanda chiave è:

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

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

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

VISIBILITA'



COMPETENZA

IL GENERALISTA

VISIBILITA'

COMPETENZA

L'INCOMPRESO

VISIBILITA'

IL MILLANTATORE

COMPETENZA

VISIBILITA'



HARD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

COMPETENZA

LO SPECIALISTA

L'AUTORITA'

LA CELEBRITA'

IL PUNTO DI
RIFERIMENTO

VISIBILITA'



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

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

***Business Celebrity = Promessa al mercato³ (Etichetta personale) x Reputazione (Target) x Strumenti di comunicazione, autorevolezza e relazione**

TU DI COSA
TI OCCUPI?

AIUTO
IMPRENDITORI E
PROFESSIONISTI A
DIVENTARE "VOLT
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?

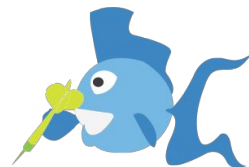
AIUTO (3. _____)

A

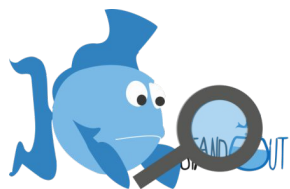
(4. _____),

ATTRAVERSO

(5. _____)



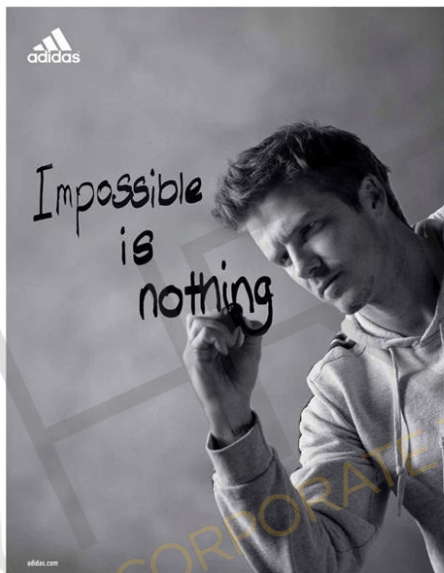
**Aiuto imprenditori e professionisti
a diventare volti noti del loro settore (business celebrities),
attraverso strategie e servizi integrati di personal branding.**



mentos[®]
The Freshmaker



Red Bull ti mette le aali.



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



ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

Carlo Carmine
Il Difensore Patrimoniale



 **Garante**
del Contribuente



ESEMPI DI ETICHETTE PERSONALI

Alex Cutè L'imprenditore del dimagrimento naturale



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. e questo mi piaceva molto di più.

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



L'amministratore del
condominio felice





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).**



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.**

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

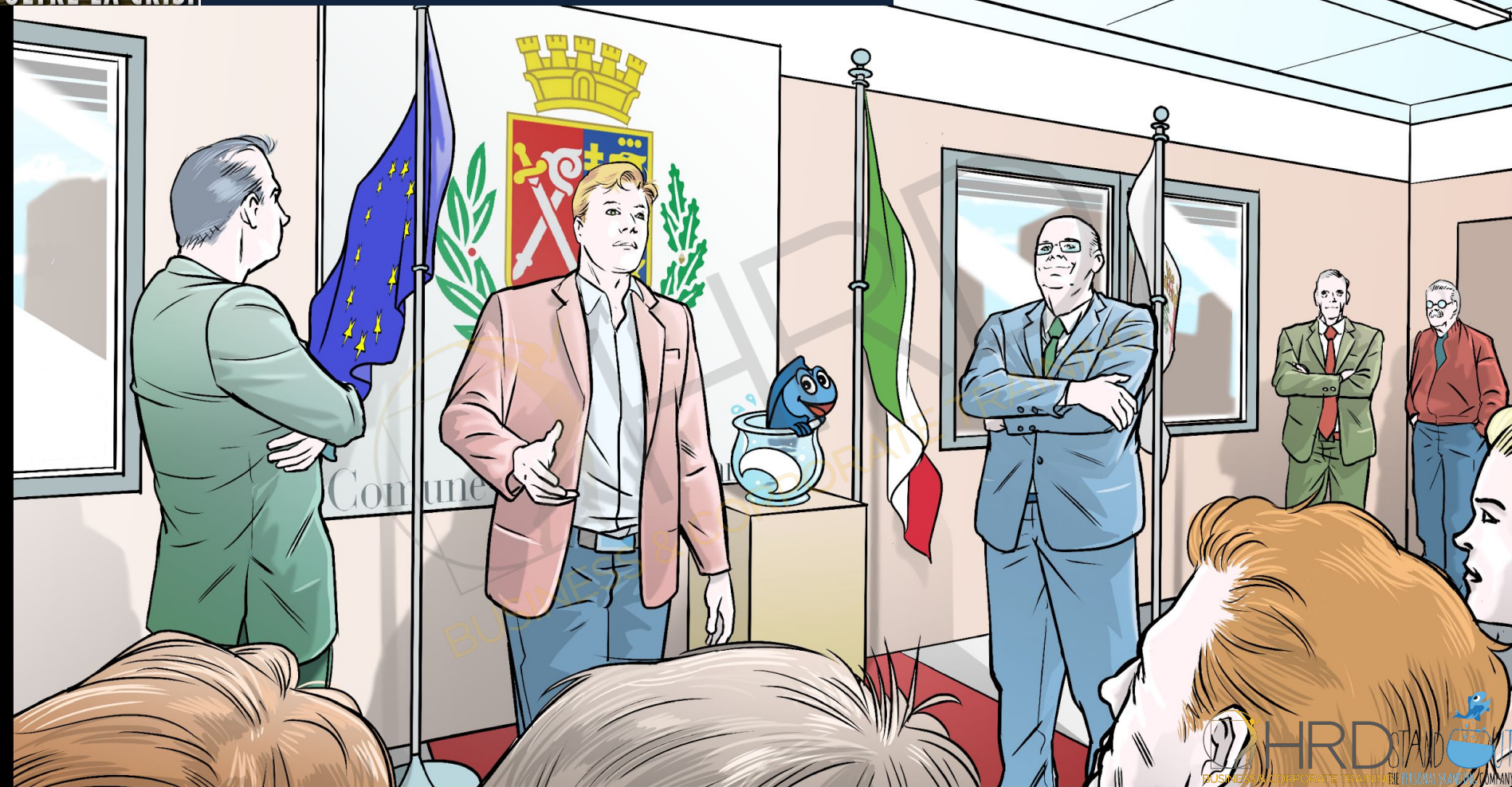
ANTONOMASIA E AUTOREVOLEZZA

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

Gianluca Lo Stimolo







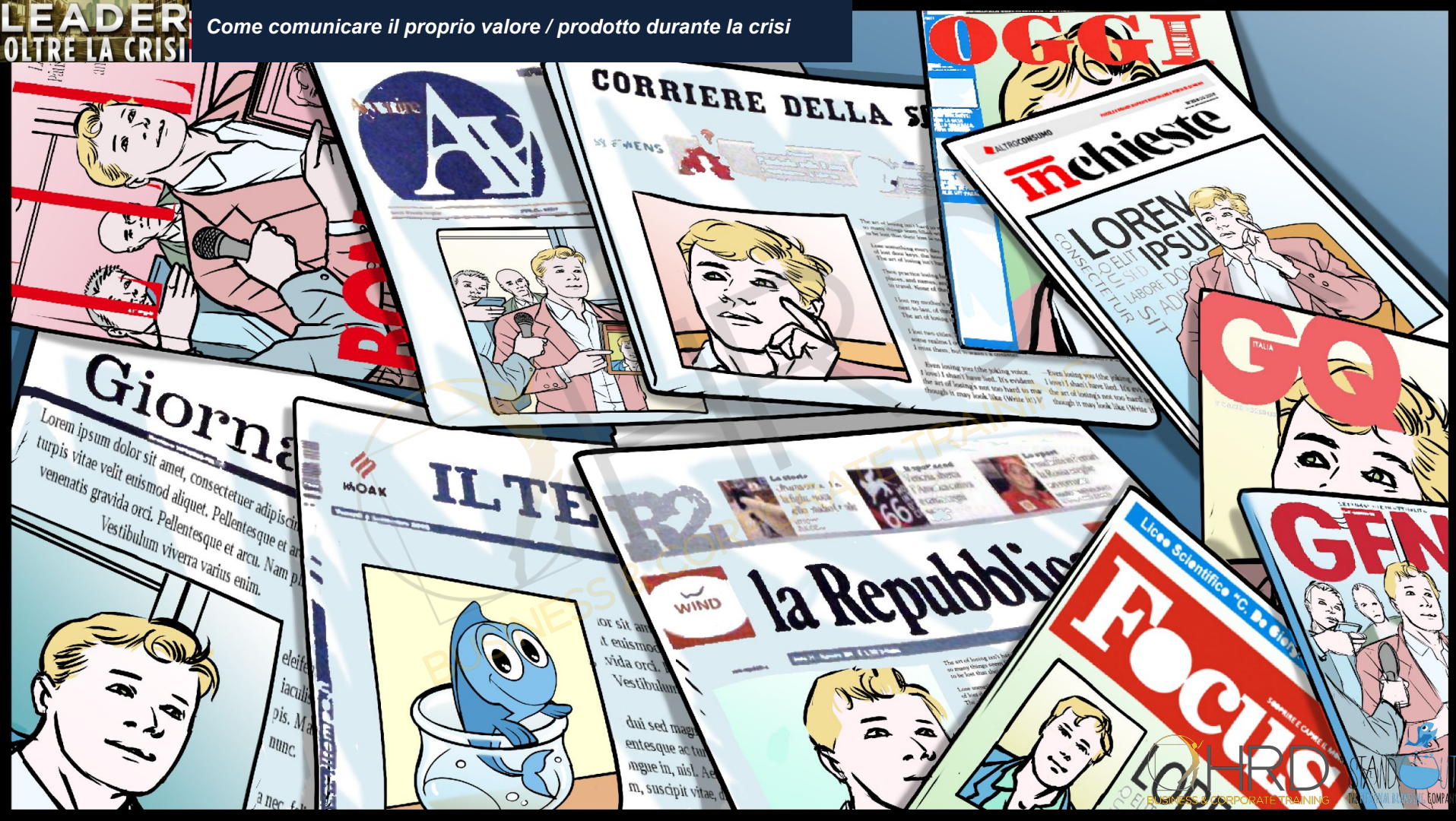
SPECIAL GUEST

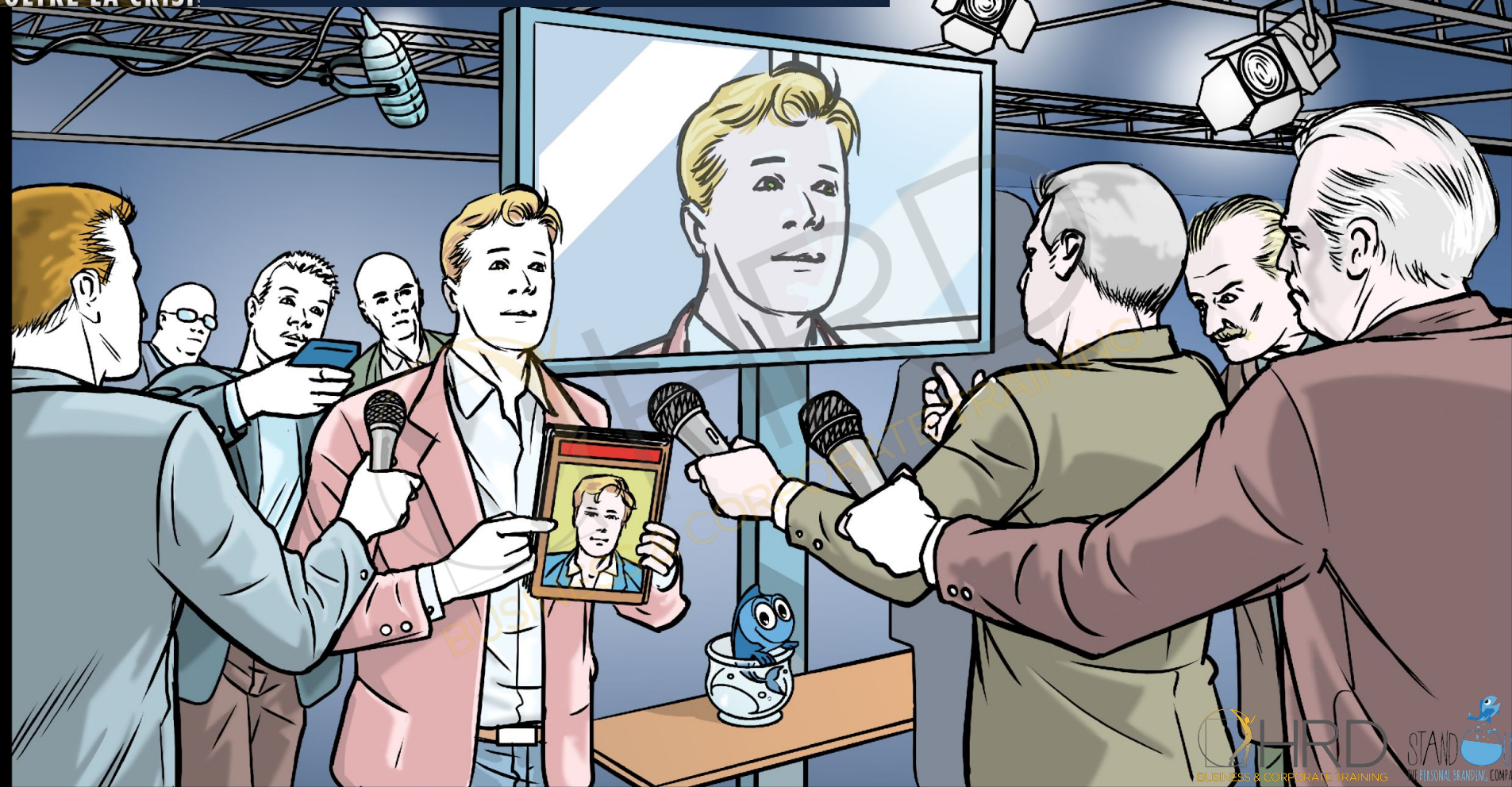
NOME

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

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

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

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING



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

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

