



Dal personal branding al profilo sociale

IL WEB PER VALORIZZARE LE COMPETENZE PROFESSIONALI

MASSIMO SANTAMICONE



Il Personal branding, il mestiere più antico del mondo...

Abbiamo sempre incontrato persone, stretto mani, distribuito biglietti da visita

Il Web ha regalato i superpoteri al Personal branding

Il web e i social media permettono una comunicazione veloce, ad ampio spettro e a bassissimo costo





Il branding ai tempi dell'inbound marketing





Perché il Personal branding?

- Il marketing tradizionale non funziona più come prima
- Le persone hanno sviluppato degli anticorpi che li proteggono dai messaggi pubblicitari
- I mercati sono *diventati* conversazioni
- Il 90% del budget delle aziende viene speso in campagne pubblicitarie basate su interruzioni





Il branding ai tempi dell'inbound marketing

Secondo l'American Marketing Association,

«il **brand** è un'esperienza del consumatore rappresentata da un insieme di immagini ed idee, reso riconoscibile da elementi quali il nome, il logo, lo slogan, il design, ma anche attraverso specifiche esperienze riguardanti il prodotto, il servizio, la pubblicità e i media»



Il tuo Personal Brand è la ragione per cui un cliente, un datore di lavoro o un partner ti sceglie.

Il Personal Branding è il processo per identificarla, coltivarla e comunicarla nella maniera più efficace possibile.



Smettiamo di essere solo un «marchio»

IL MARCHIO È A 2 DIMENSIONI, LA MARCA A 3 DIMENSIONI

Massimo Santamicone - Dal personal branding al profilo sociale



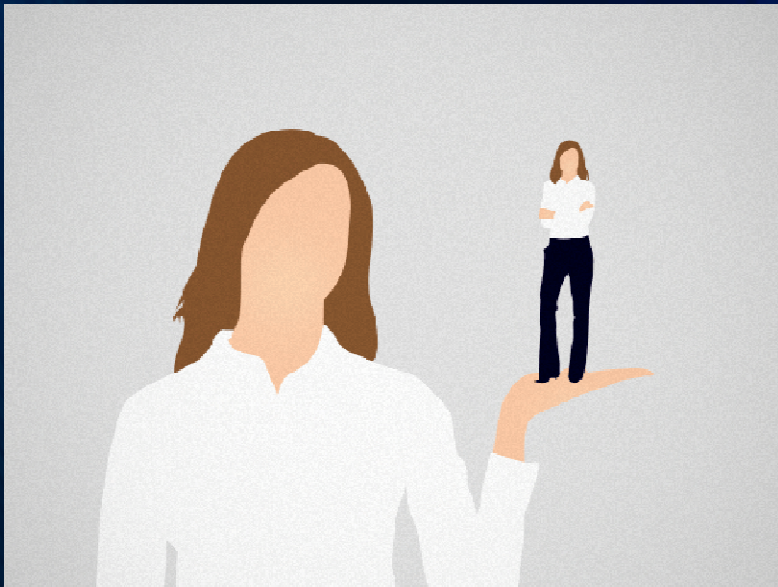
Cos'è il Personal Brand?

L'unione della tua personalità e
del problema che risolvi



Basta «Vendersi bene», iniziamo a «Regalarci meglio»

ILDONO È ALLA BASE DELLE RELAZIONI DI FIDUCIA





“Le persone non amano farsi vendere qualcosa, ma amano acquistare”

JEFFREY GITOMER



Non puoi fermare qualcuno per strada cercando di vendergli qualcosa, perché lui, prima del prodotto, guarderà te.



Attrarre con i contenuti = creare valore

Il branding è proprio questo:
agevolare il processo decisionale e,
allo stesso tempo, aumentare il tuo
valore percepito



Valenza strategica dei contenuti

IL CUORE DELL'INBOUND MARKETING È IL CONTENUTO: IL
CONTENUTO È UN'ESCA

Massimo Santamicone - Dal personal branding al profilo sociale

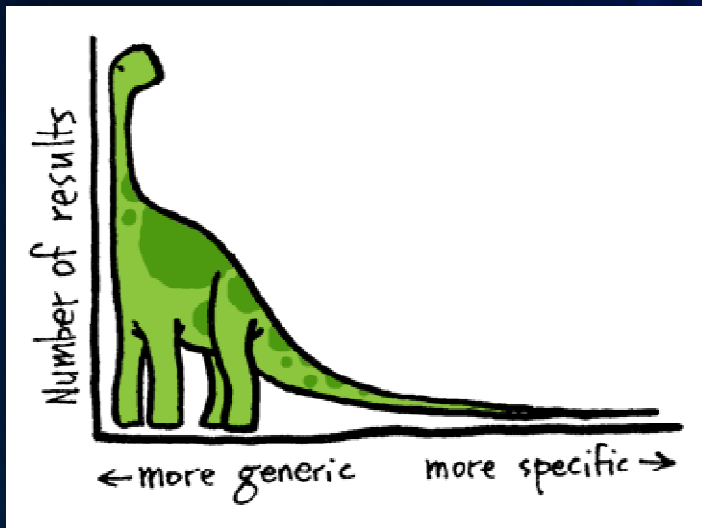


Maggiore è il risultato che vogliamo ottenere e maggiore sono l'impegno e il tempo da dedicare a questa attività.

SE NON HAI TEMPO PER TE PROBABILMENTE NON LO AVRAI NEANCHE PER IL TUO CLIENTE



**Il contenuto non basta da solo:
ogni tipo di comunicazione
presenta due aspetti: il
contenuto e la relazione.**



Dal «vantaggio esclusivo» al «vantaggio specifico»

ALLA RICERCA DELLE NICCHIE



PRODOTTO PERSONAS
TOUCHPOINT SOCIAL MEDIA MIX
FONTI COMUNICAZIONE
MISURAZIONE

La Digital Strategy

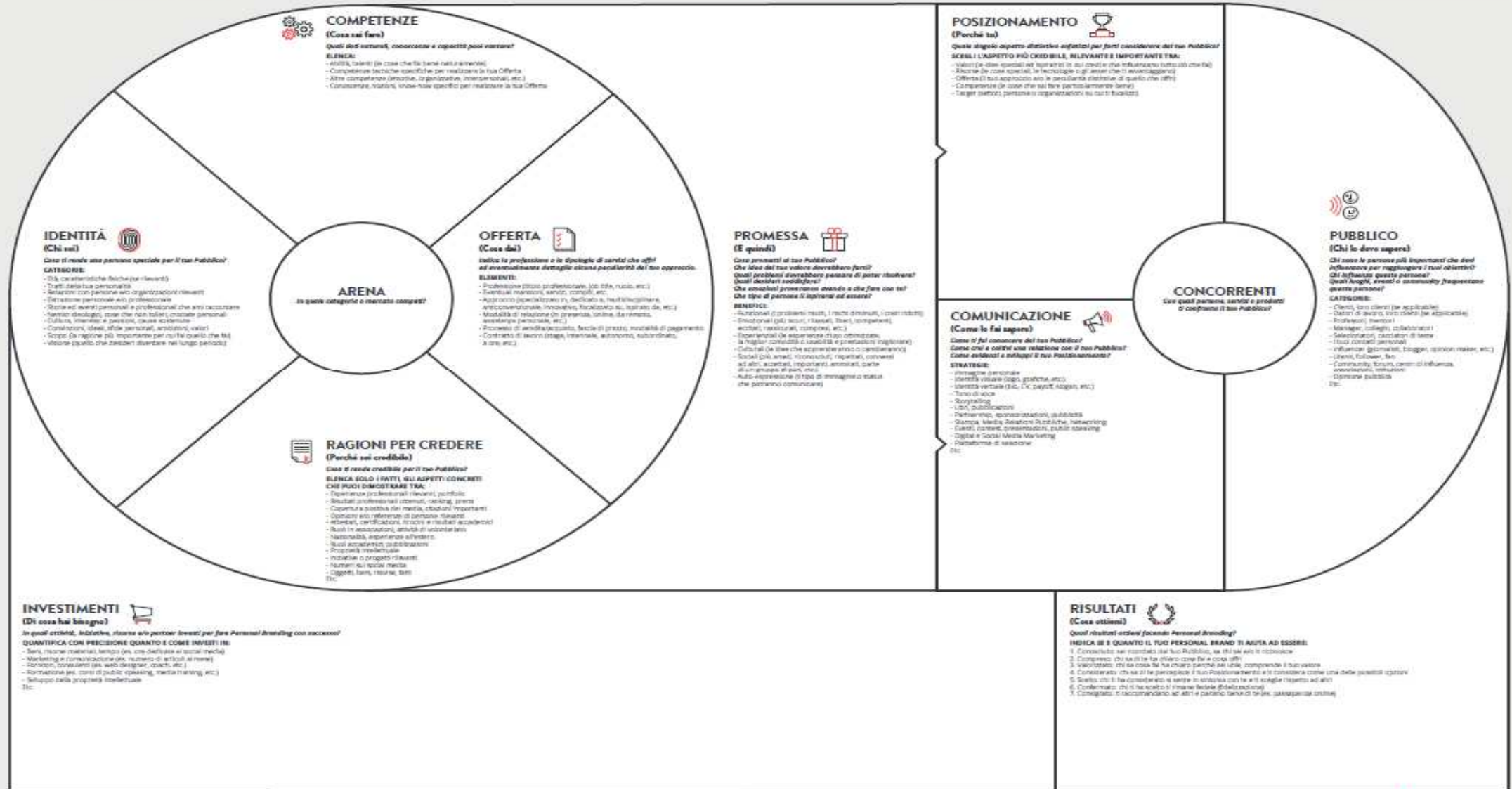
THE PERSONAL BRANDING CANVAS

Autore il tuo nome

DISEGNATO DA

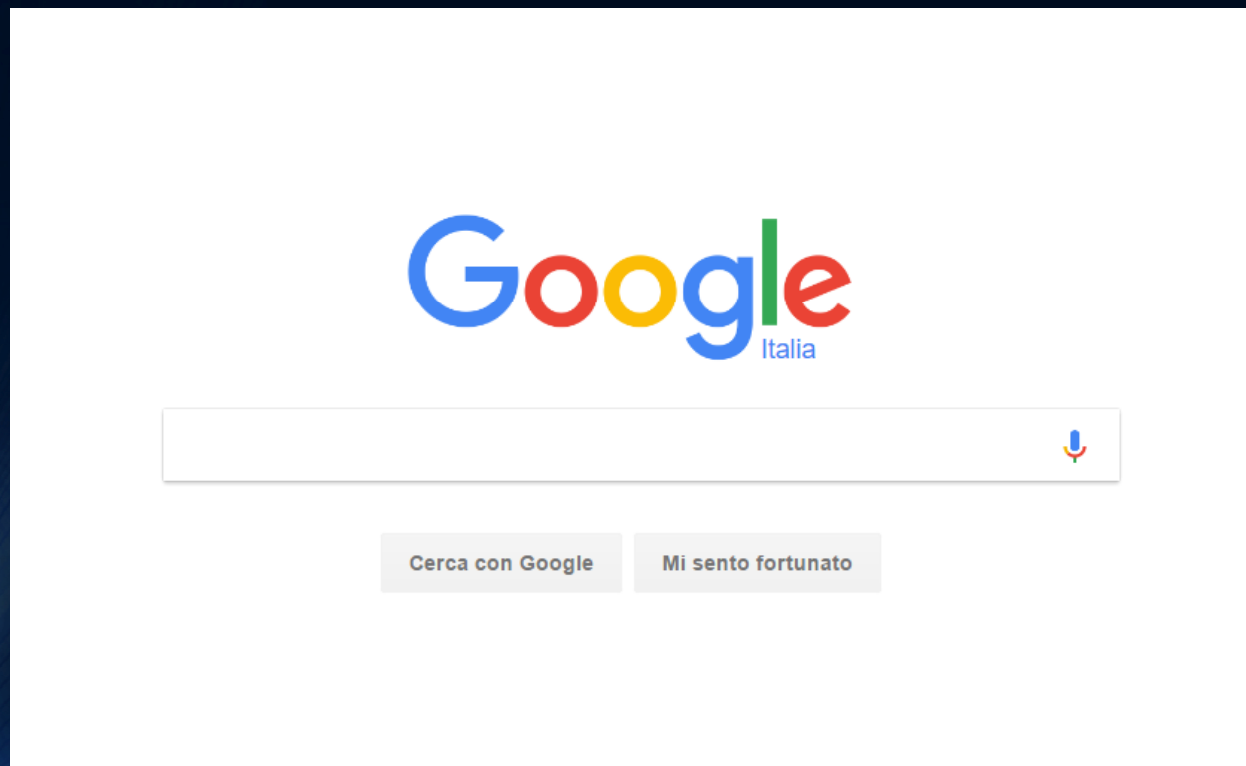
Perché vuoi fare Personal Branding? Cosa vuoi ottenere?

OBBIETTIVO





Il tuo migliore amico online





- **Il web è un mondo sconfinato di cui sappiamo pochissimo**
- **Internet non è uno strumento, è un luogo REALE**
- **Internet ha moltiplicato i nostri sensi, ora abbiamo i superpoteri**



- Io non HO un sito web
- **Io SONO un sito web**

Nel web ci sono circa **500M di siti**, meno di **200M** sono attivi. Facebook ha superato 1,8 miliardi di profili.



I Canali (Strumenti e Luoghi)



Il Sito personale



Il Blog



I Social



Google



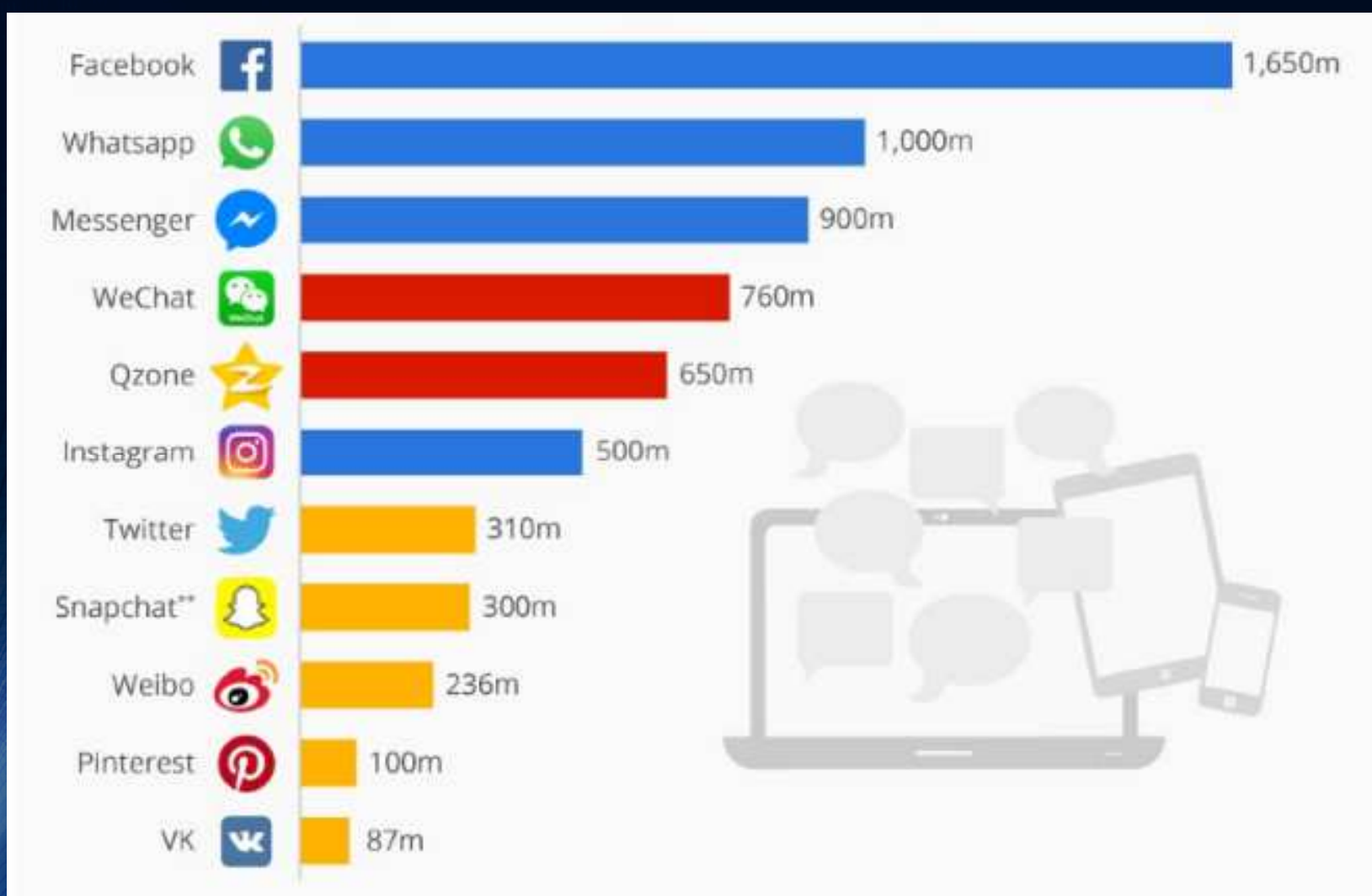
Le newsletter



L'ADV



...



Social Networks

- facebook
- google plus
- path
- meet-up
- tagged
- gather
- bu.mp

Professional Social Networks

- linkedin
- scribd
- docstoc
- issuu
- plaxo
- telligent
- slideshare
- king
- doximity
- naymz
- gaggleamp
- viadeo
- doc2doc

Social Recruiting

- indeed
- freelancer
- glassdoor
- elance
- odesk
- zao
- simplyhired
- gild
- branchout
- thumbtack
- taskrabbit
- jobvite
- startwire
- oracle taleo
- talentbin

Blogging

- squarespace
- typepad
- blogger
- wordpress
- thoughts

Podcasting

- itunes podcasts
- librivox
- podbean

International Social Networks

- vk
- badoo
- odnoklassniki.ru
- skyrock
- sina weibo
- wretch.cc
- qzone
- studivz
- 51
- iwiw.hu
- hyves.nl
- migente
- cyworld
- cloob
- mixi.jp
- renren

Microblogging

- twitter
- tumblr
- disqus
- plurk
- storify

Location-based Apps

- foursquare
- google+ local
- banjo
- checkmark
- shopkick
- geoloqi
- SCVNGR
- localmind

Social Music Networks

- spotify
- soundcloud
- bandcamp
- turntable.fm
- mixify
- next big sound

Photo Sharing

- pinterest
- picasa
- tinypic
- snapchat
- photobucket
- pingram
- pheed
- smile
- flickr
- kaptur
- fotolog
- imgur
- instagram
- fofki

Private Social Networks

- ning
- yammer
- hall
- convo
- salesforce chatter
- glassboard
- swabr
- communispace

Social Bookmarking & Sharing

- digg
- squidoo
- addthis
- sharethis
- reddit
- blog lovin
- fark
- stumbleupon
- delicious
- diigo
- dzone

Social Travel Networks

- tripadvisor
- lonelyplanet
- couch surfing
- wikitravel
- citysearch

Social Commerce

- eversave
- groupon
- google offers
- saveology
- scoutmob
- livingsocial
- plumdistrict
- polyvore
- yipit

Social Gaming

- zynga
- the sims social
- habbo
- second life
- xbox live
- smallworlds
- battle net
- playstation network
- imvu

Product/Company Reviews

- yelp
- angle's list
- bizrate
- buzzillions
- epinions
- consumersearch
- insiderpages
- consumerreports
- customer lobby
- consumeraffairs
- consumerist

Management & Measurement

- socialeye
- buffer
- netvibes
- trackur
- wildfire
- oracle involver
- awareness
- klout
- salesforce social marketing cloud
- sprout social
- adobe social
- hurziient

Video Sharing

- youtube
- vimeo
- dailymotion
- vevo
- vox
- qik
- telly
- blip.tv
- videolla
- vine
- ptch

Social Q&A

- quora
- answers
- stack exchange
- yahoo answers
- wiki answers
- allexperts
- gosoapbox
- answerbag
- ask.com
- spring.me
- blurtit
- fluther

Wikis

- wikipedia
- tv tropes
- wookieepedia
- wikia
- memory alpha
- lostpedia
- conservapedia
- lyricwiki
- scholarpedia
- citizendium
- wikieducator
- stadtwiki karlsruhe

URL Shorteners

- tinyurl
- bitly
- goo.gl
- ow.ly
- is.gd
- snipurl

E-Commerce Platforms

- shopify
- volusion
- ecwid
- nexternal
- graphite
- wanelo
- etsy
- fancy
- gilt city



- Websites
- Mobile Apps
- Tools & Platforms

SHARE THE MAP

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- Google+



archilovers People Progetti Foto Blog ... Cerca persone e team... People [Search]

Wall Activities

Exedra goals

- Contribuire alla rivista IoRoma e al Quaderno Tecnico Exedra 110 Followers
- Fare SPORT tra iscritti Exedra

Località

Ricerca per località

- Europa
- America
- Asia
- Oceania
- Africa

Professione

- Architetti
- Designer d'interni
- Designer
- Paesaggisti/Agronomi
- Urbanisti
- Ingegneri
- Ingegneri strutturisti
- Ingegneri impiantisti
- Ingegneri geotecnici
- Geologi
- Altre professioni

People & Teams • 933.064 Ordina per: Popolarità - Ultimi 7 gg

Alvaro Siza Vieira
Architetto
Oporto / Portogallo
5047 Followers 14 Progetti

Marcio Kogan
Architetto
San Paolo / Brasile
3920 Followers 37 Progetti

Bjarke Ingels
Architetto
Copenaghen / Danimarca
4199 Followers 51 Progetti

Ana Milena Hernández Palacios
Architetto
Valencia / Spagna
1923 Followers 17 Progetti

Massimo Santamicone - Dal personal branding al profilo sociale



Dal Personal Brand al PROFILO SOCIALE

Massimo Santamicone - Dal personal branding al profilo sociale

Check Up del nostro Personal Branding



- Che benefici cediamo a chi segue il nostro account, il nostro canale o il nostro blog?
- Ci manteniamo sempre al passo e aggiornati sui gusti e le esigenze di chi ci legge?
- Abbiamo individuato e raggiunto i nostri maggiori concorrenti in fatto di qualità dei contenuti?
- Siamo posizionati in modo da non generare dubbi in chi ci percepisce?
- Ci contraddistingue un messaggio forte e univoco?
- Curiamo le relazioni?
- Abbiamo un sistema efficace di misurazione e di analisi?



Cose da non fare

- violare regola dell'80/20 --> autopromozione a un limite massimo del 20% (sovraccarico di promozione)
- criticare: La critica può e deve esserci, ma con moderazione e soprattutto non deve essere fine a se stessa, ma deve essere impiegata per raccontare cosa fareste voi se foste nei panni della persona che state criticando.
- non considerare la rete come l'unico mezzo per curare il vostro network: il web non finisce dove finisce il monitor



Qualche strumento indispensabile

- Google Alert
- Medium
- Mention
- Answerthepublic
- IFTTT
- Liste
- Slideshare

A photograph of a classroom from a rear perspective. Several students are seated at desks, and their hands are raised in the air, indicating they want to ask a question or answer. In the background, a large chalkboard is filled with faint, illegible chalk writing. The lighting is soft, and the overall atmosphere is one of an active learning environment.

Domande?

Grazie per l'attenzione

Massimo Santamicone
Città in Internet S.r.l.