L’emozione produce energia. Ecco come garantirsi una professione con il personal branding

di Paolo Franzese



Domenica 6 maggio 2018 siamo all’Holiday Inn di Nola presso il Centro Commerciale Vulcano Buono. Oggi, ora, qui, l’emozione produce energia e per tutti coloro che che parteciperanno al seminario di Personal Branding organizzato da Accademia del Wedding ci sarà l’opportunità di dare una svolta alla propria vita.

L’occasione è l’incontro con **Paolo Franzese**, **coach creativo**, una persona unica, speciale, piena di entusiasmo e carica emotiva che con i suoi insegnamenti garantirà un’esperienza di svolta per reinventare se stessi.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Il Personal branding è l’unico modo per garantirsi un lavoro oggi, in un percorso di crescita e di conoscenza per creare un’immagine di se stessi e del proprio brand e comunicare il proprio valore.

Si respira emozione nella sala colma di partecipanti, ad iniziare dal nostro coach, emozionato e con gli occhi colmi di felicità come un bambino. L’emozione produce energia. Dobbiamo attingere da questa energia per riscoprire noi stessi, per farsi notare e quindi fare Personal Branding.

Tutto parte dalla semplicità, nell’eliminazione del superfluo per fare posto all’essenziale creando ordine e organizzazione e puntare diretti all’obbiettivo.

Dobbiamo osare e dar vita alla nostra creatività, senza barriere e paure, ad iniziare dai nostri figli che sono fonte di ispirazione e di purezza.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Se ci saranno degli ostacoli in questo percorso di cambiamento, questi vi faranno avvicinare al fuoco della vita e alla creatività. Se non c'è sofferenza e difficoltà non c'è lo stimolo per crescere e rinnovarsi. Questo è il modo giusto per realizzare i sogni, anche sbagliando.

> *"Il segreto del successo è imparare ad usare il piacere e il dolore invece che lasciarsi usare dal piacere e dal dolore" (cit. Antony Robbins)*

Si entra nel vivo del seminario prendendo in esame cosa significhi brand e come crearlo attraverso le possibilità infinite che ci sono nella nostro modo di essere, le nostre diversità e i nostri talenti.

Il brand

Per vendere il nostro prodotto dobbiamo costruire un brand, una marca, altrimenti il nostro prodotto diventerà merce e si entra nel vortice della guerra dei prezzi. Il brand dovrà avere una sua identità. Ciò porterà reputazione, visibilità e credibilità. Il brand avrà un'identità pari a quella di una persona. Il successo viene da un servizio di qualità. La promessa che il brand fa deve essere mantenuta. Il brand è un insieme di percezioni nella mente del consumatore che procura una reazione emotiva nel possibile acquirente.

E' necessario fare personal branding altrimenti non saremo conosciuti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Si parte dalla realizzazione del logo che identifichi il proprio brand in modo univoco e sappia comunicare la vostra filosofia attraverso il *pay off*, una frase significativa che accompagna il marchio.

Fare personal branding

In previsione della bufera di novità tecnologiche che sta per arrivare è necessario essere pronti al cambiamento ed essere i primi nel creare una nuova professionalità, fissando un obbiettivo notevole e straordinario.

Il nostro obbiettivo potrà essere raggiunto attraverso passione, fiducia, strategia, chiarezza dei propri valori, energia, capacità empatica di legare e di comunicare con il prossimo.

Meglio essere i primi che i migliori. Se non è possibile essere i primi di una categoria, perché satura, sarà necessario crearne una nuova in cui lo potrete essere e diffonderla nel modo più adeguato. L'idea innovativa sarà la nostra moneta del futuro.

A questo punto è necessario puntare sulla nostra visibilità. Internet e i social network ci danno questa possibilità.

Il seminario si ferma per una piccola pausa durante la quale i presenti hanno potuto gustare dei fantastici *cup cake* con l'immagine di Paolo Franzese realizzati da Carmela Sandoli.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



L’emozione produce energia anche dopo la pausa e tutti i partecipanti rientrano in sala bramosi di avere tanti spunti e tante idee per poter creare il proprio **Personal Branding.**

Posizionamento Google

Si inizia a parlare di **posizionamento** all’interno dei **motori di ricerca** attraverso la **ricerca organica delle keyword**. A tal fine è necessario strutturare i contenuti del proprio **sito web** attraverso l’**ottimizzazione SEO.** Inoltre il sito dovrà essere conforme a determinati parametri come il dominio (che sarà il nome dell’azienda), l’indirizzo internet, la velocità di caricamento, il

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

linguaggio di programmazione, gli acceleratori di pagine, il protocollo…



Social Media

Di pari importanza è la presenza sui social media, forum e gruppi. Infatti mentre la ricerca su Google è strutturata per la **domanda consapevole**, i social soddisfano la **domanda latente**. Pertanto sui social network sarà necessario stimolare, attirare ed intercettare il pubblico che pone la domanda latente relativa alla nicchia del vostro prodotto.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Perchè un blog…

Perché un blog è inserito nel proprio sito. Facebook, Instagram potranno anche andare KO (come è già successo), ma il sito è di vostra proprietà e non ve lo può togliere nessuno. Inoltre nel blog potrete inserire contenuti interessanti alla vostra nicchia di pubblico per farvi conoscere e far conoscere il vostro prodotto. I contenuti realizzati sul blog verranno poi condivisi sui social media e la vostra presenza dovrà essere su tutti: Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin, Google+, Pinterest, Tumblr, Snapchat, Musical.ly, Youtube…maggiore è la vostra presenza e più incisiva sarà la percezione del vostro brand.



L'utenza sui social si sta modificando, anche in base all'età, sempre più con un lento, ma inesorabile abbandono di Facebook verso nuove piattaforme. I vostri futuri clienti sono la generazione z e sarà necessario scoprire e studiare i mezzi e le piattaforme che loro utilizzano

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

per riuscire a portare verso loro la conoscenza dei vostri prodotti.

Quali sono i contenuti migliori?

I contenuti migliori sono quelli interessanti, completi, carichi di risposte che i vostri potenziali clienti stanno cercando.

Raccontate una storia per creare coinvolgimento (storytelling). Una storia piacevole che catturi l'attenzione e procuri emozioni in chi la legge.

Grande importanze hanno i video. Tutorial, video interessanti e con immagini di alta qualità e utilizzando con sapienza i colori per creare emozioni. Questo perché la maggior parte dell'utenza sul web lo trascorre guardando e scambiandosi video.

Anche le dirette sui social stanno diventando un'attrattiva di grande rilievo. Una diretta che dovrà essere abbastanza lunga e comprensiva di geo localizzazione. Nella diretta si saluteranno tutti i presenti e si risponderà ai loro commenti.

Il tempo trascorre e le nozioni interessanti sono innumerevoli. I partecipanti al corso sono visibilmente soddisfatti di tutto ciò che hanno appreso durante il corso di **Personal Branding di Paolo Franzese,** carichi di entusiasmo e rinvigoriti da questa esperienza.

Anche questa volta abbiamo avuto la prova tangibile che l'emozione produce energia!

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 6 Maggio 2018

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons