# Come costruire un Personal Brand: i 7 step fondamentali per iniziare

*di Paolo Franzese*



**Come costruire un Personal Brand**? Oggi cercherò di spiegarti come venir pagati quattro volte di più per lo stesso prodotto/servizio. Come ricevere quattro o cinque richieste di preventivo solo per essere comparsi in un video. Come venir pagati solo 500€ per 30 minuti del tuo tempo. Come riempire di richieste la tua casella di posta elettronica. Come creare seminari pieni di iscritti che desiderano solo ascoltare le cose preziose che hai da dire.

Bene questo è quello che puoi costruire con un Personal Brand.

## Personal Branding in crescita

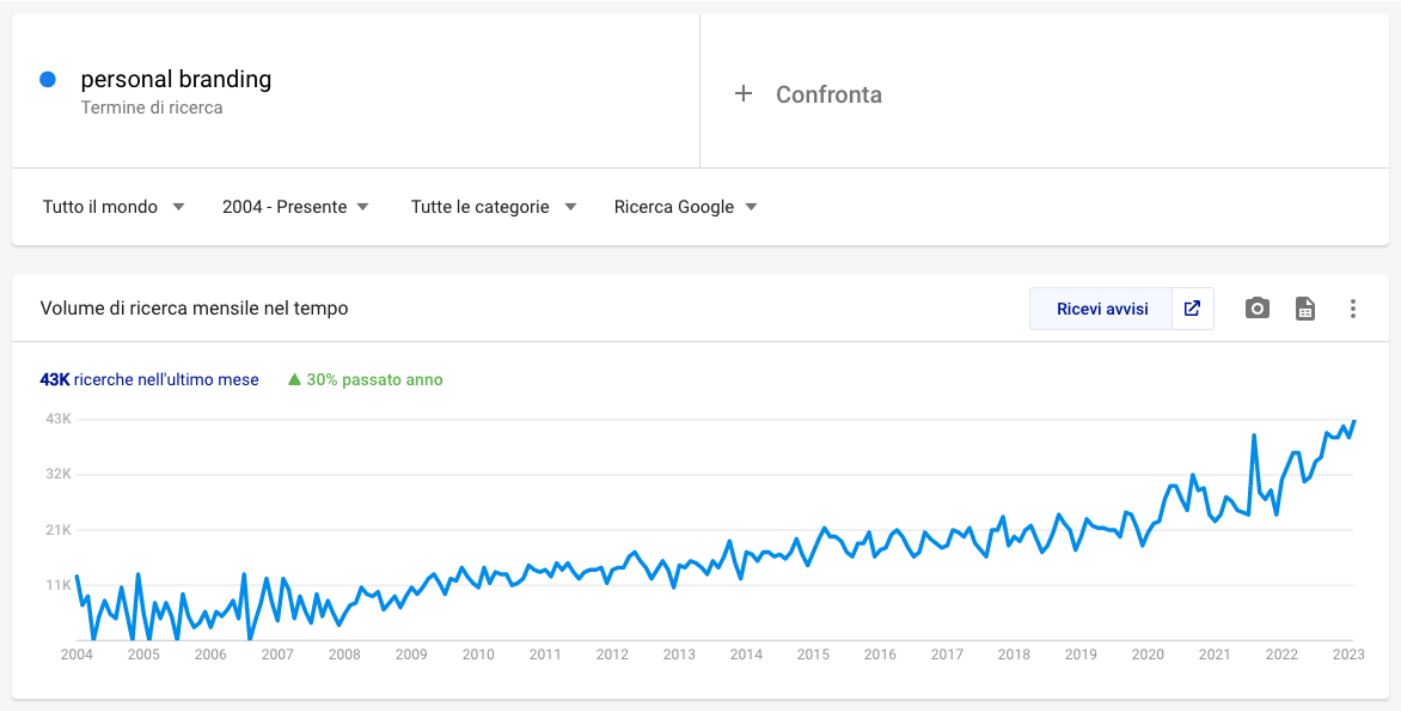
Costruire un Personal Brand può essere una cosa complessa, ci sono tante cose che devi decidere per arrivare così in alto. In questo articolo analizzeremo come puoi metterti in cima, come devi costruire le basi, quali azioni devi intraprendere per costruire un Personal Brand di successo.

Nel frattempo iscriviti alla mia newsletter per scaricare i PDF elencati in questo articolo (ad esempio “La Piramide del Personal Brand”):

Proverò ad illustrare questo processo con uno strumento che ho condiviso nel gruppo IMAGINERS: la piramide del Personal Brand.

Hai anche la possibilità di scaricare il PDF gratuitamente in modo da poterlo utilizzare a partire da oggi stesso.

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




Come costruire un Personal Brand, un “termine di ricerca” in crescita da sempre.

Dal grafico puoi notare che c’è un aumento considerevole di 43K ricerche nell’ultimo mese e del 30% sul passato anno, un impennata che mi ha fatto riconsiderare l’argomento anche dopo averne parlato già tanto su questo blog:

- Come aumentare la visibilità: Seminario di Motivazione e Personal Branding
- Come fare personal branding on line: i primi 5 passi da muovere
- Come trovare lavoro con un personal branding efficace
- Come creare una strategia efficace per fare Personal Branding
- Come fare Personal Branding

Come costruire un Personal Brand? Inizia da subito a farlo.

## Inizia oggi stesso

> Il Personal Branding comincia nel momento in cui scopri te stesso,
> ? Bernard Kelvin Clive

Per cui puoi **iniziare a partire da oggi stesso**, alcuni stanno sviluppando il loro Personal Brand, ma molti non ci hanno ancora pensato. Ed è per questo che da decenni ne sto parlando nei miei semianri. Un Personal Brand ha un vantaggio davvero significativo, cioè avere la possibilità di farsi pagare di più, rispetto agli altri per gli stessi servizi, solo perché il valore percepito del tuo lavoro è superiore a quello degli altri.

Il personal branding ti aiuta anche a essere più “noti” e guadagnare di più, così come cresce la tua influenza così cresce l’aumento del livello di visibilità e credibilità. Il modo più semplice per te

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

ottenere clienti.

In effetti vedrai che molti clienti ti cercheranno piuttosto di doverli andare a cercare.

Come costruire un Personal Brand? Inizia da subito a farlo.

## La Piramide del Personal Brand

Quando si cerca di sviluppare o affrontare qualsiasi cosa nella vita, è importante avere una base solida su cui costruire. Costruire un marchio personale non è diverso, ed è qui che entra in gioco la Piramide. Per introdurre come si deve l'argomento prendo spunto da questo lavoro: **La Piramide del Personal Brand**.




Come costruire un Personal Brand, la Piramide per ottenere autorevolezza e farsi pagare di più.

Due anni fa, durante la pandemia, ho lavorato a questa piramide in modo specifico da poter essere utilizzata quando si costruisce un Personal Brand, in effetti tutto il lavoro si riduce nel rispondere ad una serie di domande, così da mappare le tue attività per visualizzare il progresso dei tuoi successi e su quale aspetto potrebbe essere necessario lavorare di più.

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

Quindi puoi vedere visivamente le cose e contemporaneamente essere certo di non dimenticare cosa fare per sviluppare il tuo Personal Brand.

Il concetto base è quello di mappare le tue attività così da capire più chiaramente in quale punto ti trovi del tuo percorso di costruzione del Personal Brand. Puoi anche valutarle su una scala Tassonomica, per definire, ordinare e classificare secondo una precisa gerarchia tutti gli aspetti del Personal Brand.

Come costruire un Personal Brand? Parti dalle fondamenta.

# L'identità

Chi sei, qui è dove definiamo gli aspetti fondamentali del tuo Brand (attributi e caratteristiche), la tua **identità**, questo include:

- Cosa offri?
- A chi lo offri?
- Perché sei migliore?
- Perché sei diverso?

Parti dalla tua storia come sei cresciuto, la tua storia personale e professionale, cosa ti ha portato al punto dove sei adesso, qual è la motivazione che ti spinge a fare quello che fai, quali sono stati i cambiamenti, i successi nella tua vita (magari anche gli insuccessi).

Concentrati soprattutto dove stai raccontando questa storia, io ad esempio la racconto anche sul questo sito web.

Come costruire un Personal Brand? Poi puoi passare al tuo scopo.

# Il proposito

Siamo nella sezione del tuo scopo, questo riguarda la tua missione, praticamente ciò che offri e perché stai facendo quello che fai:

- Che tipo di prodotti e servizi offri?
- A chi offri quei prodotti e servizi?
- Chi è il tuo cliente?
- Chi è quella persona?
- Perché sei posizionato meglio?
- Quali sono i motivi per cui le persone dovrebbero sceglierti?
- In che modo sei diverso dalla tua concorrenza?
- Qual è la tua missione?
- Perché lo stai facendo?
- Qual è il problema?
- Qual è la tua passione?

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

Qui devi sviluppare il tuo scopo, in base al contesto in cui ti trovi.

Come costruire un Personal Brand? Cosa dicono gli altri di te?

## La percezione

Questa è la sezione del valore che stai offrendo:

- Qual è la tua proposta di valore;
- Qual è il problema che stai risolvendo per i tuoi clienti?
- Qual è la specifica frustrazione che hanno e che affronterai?
- Quale valore crei?

Tutto questo può essere valutato gratuitamente, come un contenuto che crei oppure può essere pagato. Valore significa proprio essere pagati per i prodotti e servizi che puoi offrire, allo stesso modo puoi anche pensare a come stai creando trasformazioni nelle aziende e nelle persone.

Sii veramente chiaro su quello che vuoi e sulla trasformazione che si potrà ottenere, articola chiaramente tutto a te stesso e agli altri.

Come costruire un Personal Brand? Un brand che non allaccia relazioni non è un brand.

## La relazione

Possiamo anche chiamare questa sezione l’onnipresenza, in questa sezione c’è ciò che è il tuo brand, ciò che tu dici di te:

- Il tuo sito web;
- Il tuo negozio al dettaglio;
- Le tue piattaforme social;
- La tua partecipare agli eventi;
- I luoghi in cui sei presente.

Qui puoi trovare la sezione Brand Design la pietra miliare di ogni Personal Brand forte, quindi sviluppa tutto il necessario, tutti gli elementi visivi di Brand Design.

In questa sezione devi considerare ciò di cui avrai bisogno nel lavoro:

- Logo;
- Caratteri;
- Colori;
- Illustrazioni dei modelli;
- Stili della fotografia;
- Etc…

Vanno tutti distribuiti in modo coerente su una vasta gamma di risorse, sia digitalmente che fisicamente. Durante la costruzione del tuo brand, è anche importante oggi concentrarsi sui social,

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

sulla grafica del packaging e altro ancora.

Intanto assicurati di avere un portafoglio completo di risorse per il lavoro, il tuo “Manuale di Corporate Identity”.

Come costruire un Personal Brand? Costruisci “la casa base”.

# Il fulcro

Possiamo chiamare questa sezione “la casa base”, ovvero la piattaforma di partenza che costituisce **il fulcro del tuo brand**:

- Il sito web (www.imaginepaolo.com);
- Una community gratuita (IMAGINERS);
- Un negozio di e-commerce;
- Una vendita al dettaglio fisica.

Ricordati che è fondamentale avere una casa di proprietà, in quanto le piattaforme social come TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn e altre non sono di tua proprietà.

Io consiglio sempre di avere un posto tutto tuo, *la casa base*, dove puoi guidare il tuo pubblico e catturare i loro nomi e i loro indirizzi email (ad esempio quello che faccio io con la newsletter), in modo da poter comunicare con loro direttamente.

La tua casa base dovrebbe essere efficace per valutare il **traffico**, le **conversioni** e l’ **acquisizione di lead**, contemporaneamente devi anche valutare se la tua casa base è allineata con ciò che la concorrenza sta facendo.

Come costruire un Personal Brand? Impara a comunicare il tuo personal brand.

# L’engagement

La sezione dell’engagement è molto importante, stiamo salendo sempre più in alto, questa sezione riguarda il pubblico e la comunità che stai costruendo, e come ti stai impegnando con loro in modo significativo.

Devi valutare quanto valore stai consegnando attraverso il tuo contenuto, i prodotti e i servizi, qui abbiamo:

- La conversazione personale;
- L’autorevolezza del brand;
- La costruzione di un dialogo a doppio senso con il tuo pubblico.

Infatti devi impegnarti nel dialogo con i tuoi follower e i tuoi abbonati, interagendo con loro attraverso sezioni di *commenti*, *messaggistica diretta* e *live streaming*.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Devi sviluppare e nutrire (lead nurturing) davvero quelle relazioni, ascoltando ciò che dicono e ciò di cui hanno bisogno.

I tuoi contenuti devono essere prodotti rispettando le informazioni recuperate in queste conversazioni, hai una grande possibilità se crei una community all'interno del tuo pubblico, una community in cui i membri interagiscono tra di loro e con te.

Come costruire un Personal Brand? Se non trasformi il tuo pubblico in clienti allora fermati.

## La conversione

Durante lo sviluppo della tua presenza OnLine e OffLine assicurati di utilizzare tutte le tue piattaforme al massimo delle loro potenzialità e sviluppare tutte le opportunità di crescita.

Quando sei in questa sezione allora puoi convertire, sei nell'essenza del tuo brand per innescare conseguenze di mercato, puoi trasformare il tuo pubblico in clienti effettivi.

Prepara:

- L'**offerta**, ciò che offrirai al tuo pubblico. Verifica se sei all'altezza delle aspettative dei tuoi clienti, se rispondi a un bisogno specifico e se sei in linea con la tua promessa di marca. Valutare se la tua offerta è presentata in modo chiaro e convincente, sia sul tuo sito web che sui tuoi canali social;
- Il **prezzo**, il prezzo che stai chiedendo è in linea con il valore del tuo prodotto o servizio? Valuta se è competitivo rispetto alla concorrenza e se è accessibile al tuo pubblico di riferimento. Considera se offrire pacchetti o sconti per far aumentare le tue conversioni;
- La **vendita**, quali processi che usi per concludere una vendita? Il tuo processo di vendita è fluido e facile da seguire per i tuoi clienti? Offri diverse opzioni di pagamento? Sei in grado di gestire le obiezioni in modo efficace? Valuta se l'esperienza di acquisto del tuo cliente è positiva e se sei in grado di mantenere la relazione con loro dopo la vendita.

## Conclusioni

In sintesi, per costruire un'azienda di successo, per sviluppare un Personal Brand vincente devi considerare tutti i livelli della piramide, dall'identità, al proposito, alla percezione, la relazione, il fulcro, l'engagement e la conversione e valutare attentamente ogni sottosezione.

Solo così potrai sviluppare un'immagine di marca forte, creare una comunità impegnata e trasformare i tuoi seguaci in clienti soddisfatti e fedeli.

Questo articolo può essere spunto per perfezionare il tuo Personal Branding, se ti è piaciuto puoi anche:

- Ascoltarlo;
- Scaricarlo in PDF;
- Condividerlo con chi potrebbe essere interessato;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Condividerlo con un amico;
- Continuare a seguirmi iscrivendoti ai miei canali.

---

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 27 Febbraio 2023

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons