

SOCIAL MEDIA E PERSONAL BRANDING:
STRATEGIA, PIANIFICAZIONE AZIONI E CONTENUTI,
PER CREARE VALORE PERSONALE E ALL'IMPRESA



DI COSA SI OCCUPA UN REPUTATION MANAGER?

Skillprofiles.eu definisce **Reputation Manager** il professionista che contribuisce a creare il contesto migliore degli obiettivi aziendali o personali, intervenendo in ogni occasione in cui determinate conversazioni online possono risultare deleterie per l'immagine aziendale e dei suoi prodotti.

Il **Reputation Manager** inoltre promuove e diffonde la notorietà del brand attraverso un'opportuna attività di PR digitali.



CHI SONO?

Mi chiamo **Dario Goffredo** e sono un **Reputation Manager**.

Sono fondatore di **Brandya**, la terza agenzia di comunicazione reputazionale in Italia. Mi prendo cura delle persone in un'azienda, invitandole a riflettere su come possono migliorare la qualità della propria reputazione, attraverso il riconoscimento di identità personale e aziendale, target, ambiente interno ed esterno ideale.



DI COSA PARLEREMO OGGI?

Fotografia aziendale oggi:

come ci reputiamo e come ci facciamo recepire dal nostro pubblico

Ambiente, persone, strategie:

quando le azioni diventano contenuti

Social Media:

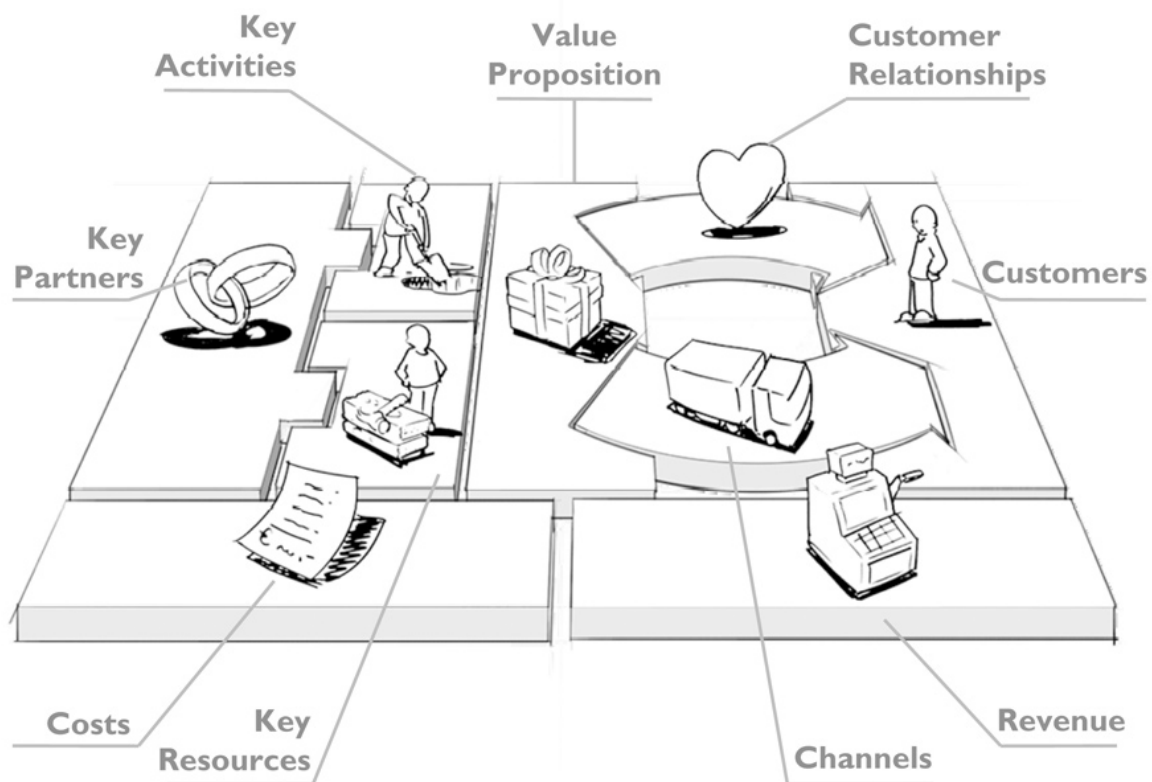
strumenti fondamentali o complementari, in tema di personal branding?



FOTOGRAFIA AZIENDALE OGGI

Come ti reputi e come ti fai recepire dal tuo pubblico

Hai una buona reputazione di te?



drawings by JAM

VITA REALE: LAVORARE SULL'AUTOREVOLEZZA PERSONALE E AZIENDALE

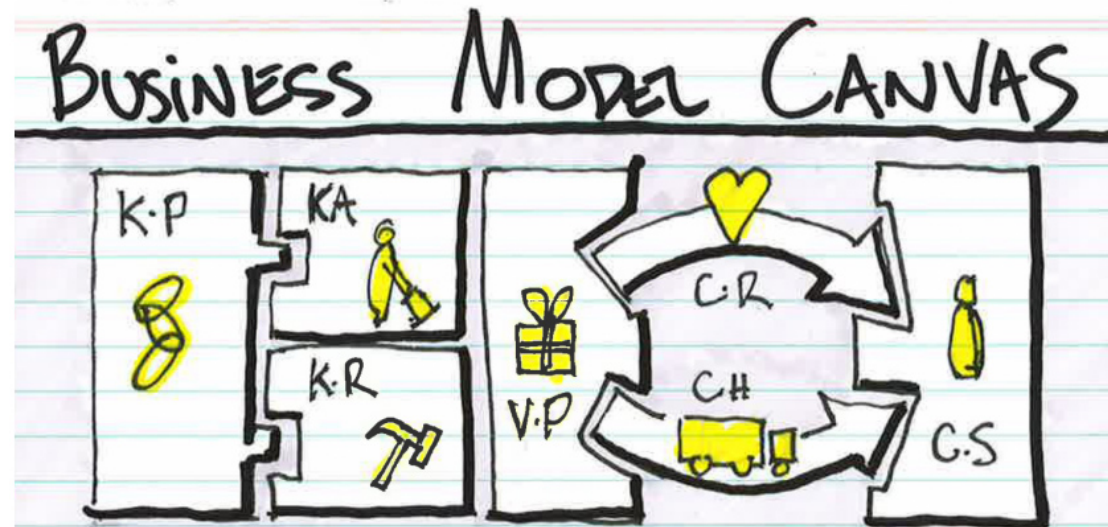
Come? Mettendosi in discussione come persona, ambiente interno, prodotti/servizi offerti, qualità delle proprie promesse ai clienti.

Sei in grado di mantenerle?

Risultato: autorevolezza tra soci, dipendenti, collaboratori, fornitori



Hai individuato esattamente il target?
Hai preso in esame solo i tuoi clienti attuali e potenziali
o hai individuato anche gli influencer, i testimonial, ecc?



**Check: Quanto prometti corrisponde
a quanto i tuoi clienti ricevono?
Cosa manca a tal punto da non renderti credibile,
rispetto al tuo mercato?**



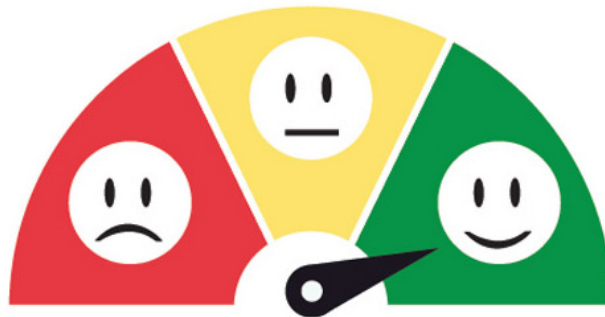
NOTA BENE: IL CLIENTE OGGI SI FIDELIZZA A TE SOLO SE:

Sei **coerente** tra quel che dici e quel che fai.

Dimostri quotidianamente che quel che fai é di qualità e il tuo cliente é al centro del tuo universo

Sei pronto a **mettere in discussione** il tuo prodotto/servizio rispetto ai bisogni del tuo cliente

Hai creato **empatia** con il tuo team e questo mostra empatia con il tuo pubblico



AMBIENTE

**I tuoi soci, collaboratori, dipendenti sono felici del loro ruolo?
Lavorano con entusiasmo?
Quanto ascolti e accogli le loro idee?**

**I collaboratori e dipendenti notano difetti
della filiera e ascoltano i bisogni del vostro pubblico.**

**Se vuoi rendere la tua impresa automatica,
non dimenticare che le tue risorse interne
sono il valore aggiunto del tuo mercato
e la loro opinione sulla tua azienda é fondamentale**



Se vuoi fare la differenza nel tuo settore, non dimenticare mai che:

Il tuo pubblico non sono solo i tuoi clienti, ma anche i tuoi **influencer**

I primi influencer sono **nel tuo team**

Le esigenze del tuo pubblico sono le sfumature del tuo prodotto/servizio

Riunire il tuo pubblico in una **community** é una delle chiavi di successo della tua reputazione



COMMUNITY ONLINE:

Gruppi social
Canali dedicati per smartphone
Pagine aziendali

Fondamentali per interagire, ricevere contenuti utili e scambiare informazioni tra utenti.
Per voi utili a comprendere meglio le esigenze e perfezionare i vostri prodotti/servizi

Social media: strumenti fondamentali o complementari quando si parla di personal branding?

Certamente complementari se c'è coerenza




Dopo 4Kg persi in pochi giorni e 2 settimane di mal di pancia e mal di schiena vari, direi che è ora di tornare dal medico, anche se so già cosa mi dirà. "Fumi e ti incazzi troppo. Non ti fa bene".

Il problema è che ha ragione, ma ancora non sono riuscito a trovare un modo per "assorbire armoniosamente" la demenza, la prepotenza, l'ignoranza e l'incapacità della gente.

È la volta buona che mi faccio segnare qualcosa mi spenga. Almeno un po'.


😊 Ahah  Commenta  Condividi

   e altri 9


 **Dario Goffredo** I metodi ci sono Simone, la domanda da porsi è una: preferisci giustificare "l'assorbimento armonioso dei giudizi altrui" danneggiando te stesso o hai veramente voglia di risolvere questa situazione? 😊

Mi piace · Rispondi · 1 h

⬆ Nascondi 16 risposte

 **Simone** Ho voglia che la gente cominci ad usare il cervello e le orecchie. Basterebbe quello.


Mi piace · Rispondi · 1 · 1 h

 **Dario Goffredo** Simone mi permetti di farti notare una cosa?

Mi piace · Rispondi · 1 h

 **Simone** Anche due.


Mi piace · Rispondi · 1 h

 **Dario Goffredo** Bene. Sei un ottimo comunicatore, giusto? Questo significa che quello che condividi arriva al tuo pubblico e questo te lo dimostra il riscontro di clienti che ti sta dando fiducia seguendo i tuoi consigli e permettendoti di fatturare, è corretto?


Mi piace · Rispondi · 1 h

 **Simone** No, perché non ho clienti. Indi per cui, non fatturo. Grazie cmq per il tentativo 😊


Mi piace · Rispondi · 1 h · Modificato

 **Dario Goffredo** Simone è un grande punto di partenza, perché significa che si può costruire tutto e per il meglio 😊 Prima mi hai concesso di farti notare anche due cose, posso procedere con il secondo aspetto da farti notare?

Mi piace · Rispondi · 55 min · Modificato

 **Simone** Dario, io ti ringrazio per l'attenzione che mi dedichi, ma tengo a specificare una cosa gli approcci da psicologo/coach, senza offesa per nessuna delle due categorie, con me non hanno mai funzionato. Anzi, mi hanno sempre irritato. Mi sanno tanto di "addetto di Tecnocasa" 😊

Mi piace · Rispondi · 52 min

 **Dario Goffredo** Infatti è il caso errato Simone. Non so come si comportano gli altri, ma conosco il mio comportamento. E nella mia indole di persona e professionista quale sono, aiutare il prossimo mi rende felice 😊 Torniamo a te.

Il 30 maggio dello scorso anno, aggiornato al 2 giugno di quest'anno, hai pubblicato un post in cui hai esposto un'analisi dettagliata sull'identità. Il punto di osservazione è il seguente: quanto applichi di quello che hai scritto nel tuo quotidiano? È vero che la gente ha bisogno di aprire le orecchie ed ascoltarti. È anche vero che il primo esempio di successo da quella formula, sei tu. Altrimenti sei l'ennesimo "paroliere". Ed io so che sto parlando invece con un professionista con i controcazzi 😊

Mi piace · Rispondi · 40 min

 **Simone** Sai che non ho capito a quale post ti riferisci? Me lo potresti linkare. Ti credo, ovviamente, ma ho un vuoto...

Mi piace · Rispondi · 1 · 39 min


 **Dario Goffredo** Simone certo, volentieri 😊 <http://bennaker.com/come-azienda-collasso-vivere-infelici/>




Come portare un'azienda al collasso e vivere infelici

BENNAKER.COM | DI SIMONE BENNATI


Mi piace · Rispondi · Rimuovi anteprima · 1 · 38 min

 **Simone** Ah, sì! Ora me lo ricordo, avoja 😊


Mi piace · Rispondi · 7 h

 **Dario Goffredo** Mi permetto di aggiungere una cosa Simone. Ti ringrazio per avermi fatto notare che tanti psicologi/coach utilizzano approcci simili al mio. Sarà mia premura perfezionare l'approccio ed il bello del mio lavoro è la straordinaria capacità di crescere insieme: fa di ognuno di noi, crescita e risultato 😊


Mi piace · Rispondi · 1 · 7 h

 **Simone** Beh, faccio tutto il possibile per essere fedele alla mia linea, ma non posso nascondere che, in certi momenti, la voglia di strozzare qualcuno salga prepotentemente in me. Capita, ad esempio, quando dall'altra parte non ci si rende conto della delicatezza del discorso/progetto che si sta portando avanti e si finisce con il fare le cose alla carlona. Ci sono comportamenti che comprenderei in un bambino di 6 anni, ma non in uomini/donne di 40 e passa.

Mi piace · Rispondi · 7 h

 **Dario Goffredo** Simone non dimenticare che tu sei guida ed esempio per loro. Magari anche loro vorrebbero strozzarti e non lo fanno perché seguono i tuoi comportamenti e atteggiamenti anche sui contenuti. Domandati se la tua linea di condotta è coerente con quella che vorresti che i tuoi clienti seguano.

Mi piace · Rispondi · 6 h

 **Simone** Ci rifletterò. Mi sembra di dare già tanto e di darlo nel modo in cui vorrei che mi venisse dato, ma forse mi sfugge ancora qualcosa.

Grazie Dario, è un punto d'inizio 😊

Mi piace · Rispondi · 1 · 6 h

 **Dario Goffredo** Simone figurati 😊 Felice giornata!

Mi piace · Rispondi · 1 · 6 h

**Contenuti di qualità quindi sì
se c'è coerenza di comportamento
tra vita reale e digitale.**

**Quali social sono i più autorevoli
per una corretta campagna di personal branding?**

Dipende dal settore nel quale si opera.



Consiglio LinkedIn per:

Curare nel dettaglio la **qualità delle relazioni** tra fornitori/colleghi/influencer.

Ascoltare opinioni e suggerimenti in **gruppi interessanti** per il nostro settore.

Scrivere post coerenti con la propria personalità online, **interessanti** per il pubblico che desiderate intercettare.

Ricevere ed eseguire **segnalazioni**. Queste sono più potenti delle recensioni su facebook in quanto chi scrive, diventa l'influencer della tua identità aziendale.



Consiglio Facebook per:

Semplicità di creare con trasparenza community e rete di collaborazioni tra fornitori, colleghi, influencer, clienti...

Interagire in gruppi interessanti per il **vostro settore**. Verificate sempre la qualità delle interazioni. Se ci sono commenti oltre ai like, questi sono considerati più autorevoli.

Scrivere post coerenti con la propria **personalità online**, interessanti per il pubblico che desiderate intercettare, sulle fan page come sui profili: evitate gattini e insulti, che potrebbero generare un effetto **boomerang**.

Occhio alle recensioni. Se ne ricevi di negative, non perdere la calma ma comprendi le ragioni per le quali sono state scritte. Cerca di trovare una soluzione.



Consiglio Telegram per:

Sviluppare community più facilmente grazie ai **supergruppi** che accolgono fino a 20.000 utenti.

È garantita la **privacy**: non è necessario avere numeri di cellulare per invitare persone in un gruppo.

Grazie ai **canali**, i tuoi membri potranno ricevere i tuoi contenuti in tempo reale sul tuo cellulare. In più dal momento in cui si iscrivono **avranno lo storico**. Tu puoi monitorare in tempo reale le visualizzazioni.

Puoi **creare dei bot** per monitorare l'interesse o disinteresse del tuo pubblico. In alcuni casi programmare anche **risposte automatiche**.

Non fare da solo o con aiuto di cugini: contatta un esperto, se ci tieni veramente alla cura del tuo brand e dei tuoi clienti.



Grazie

www.dariogoffredo.com

www.brandya.it



www.facebook.com/bydariogoffredo/



www.linkedin.com/in/dariogoffredo/



t.me/brandya