

# Personal Branding:

dall'ABC alla Strategia

A CURA DI:

Giulia Bia, Digital Agency Manager

MER 26 NOV 12:00 - 13:00

WEBINAR ONLINE

**RedAbissi**

DigitalDays





[@annhandley](#)

# **PERCHÈ OGGI è fondamentale per un PROFESSIONISTA avere una strategia di PERSONAL BRANDING ?**



[@silviagoggi](#)

14:47

Trova contenuti correlati

Cerca

What to do if the police shows up at your door

168

7

8

855-TOM-WINS

Don't talk to the police without a lawyer.

Attorney Tom · 2024-3-29

Tips and tricks for when the police shows up at your door #lawyerreacts #police ... altro

1

[@attorneytom](#)

# 3 PILASTRI del personal branding

---

## IDENTITÀ

### Chi sei

- mission
- valori
- unicità

## VALORE

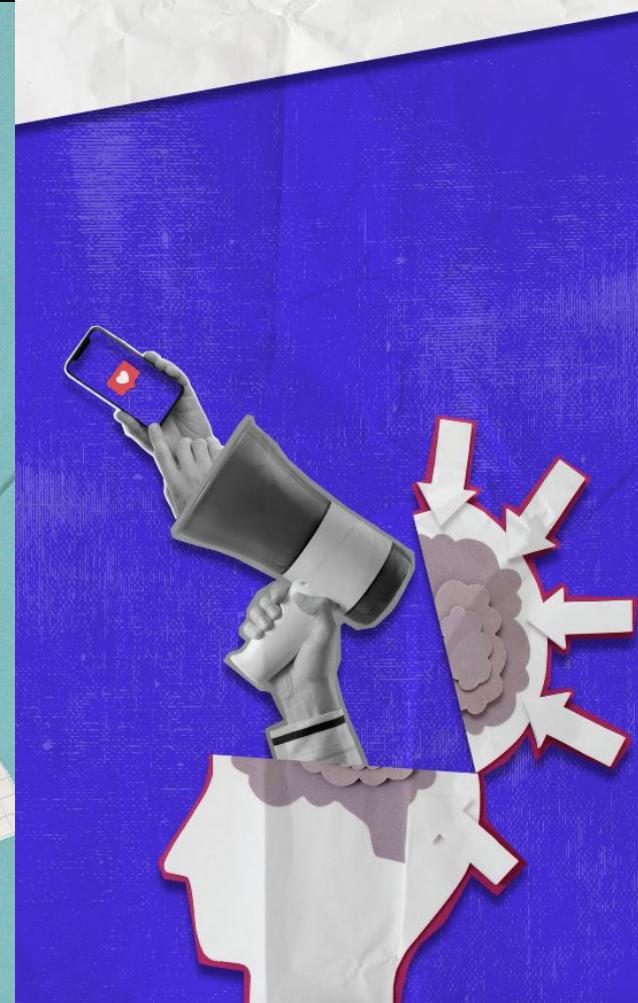
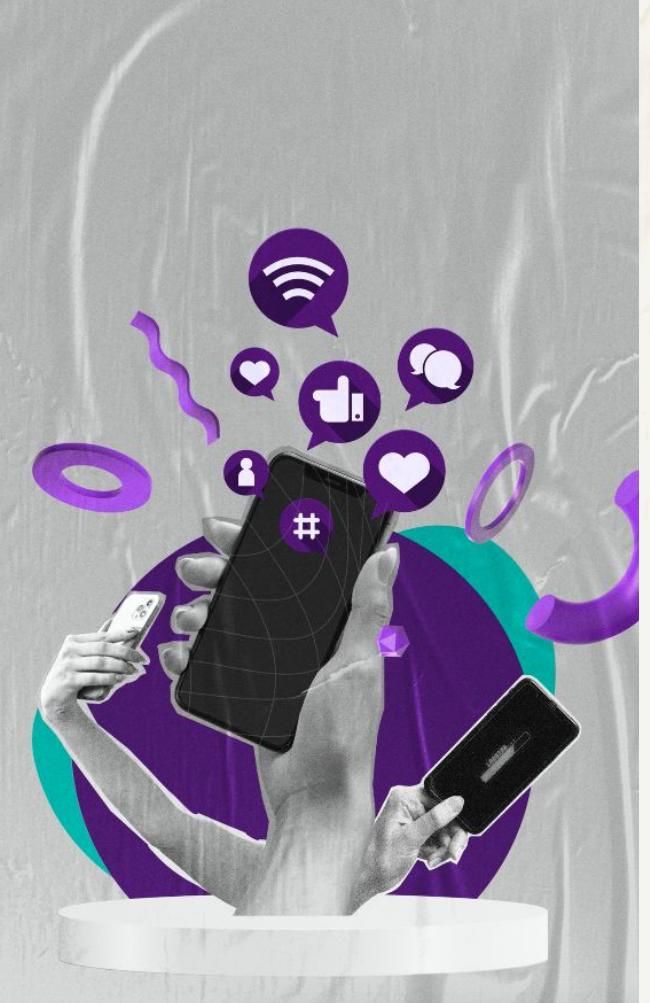
### Cosa offri

- beneficio cliente
- posizionamento

## VOCE

### Come lo comunichi

- tone of voice
- stile
- canali



## METODO PASSO PASSO

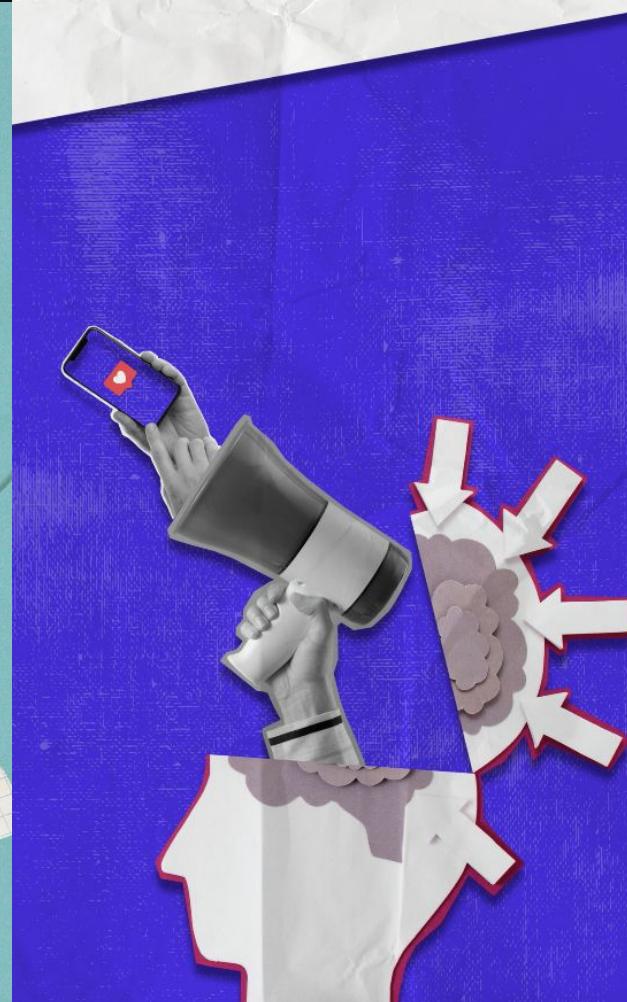
ANALISI

STRATEGIA

CONTENUTI

MISURAZIONE

- Googola il tuo nome (prime 2 pagine)
- Analizza profili social attuali
- Controlla coerenza bio / contenuti / tono di voce
- Seleziona 5 competitor (locali & nazionali)
- Identifica differenze, posizionamento, stile



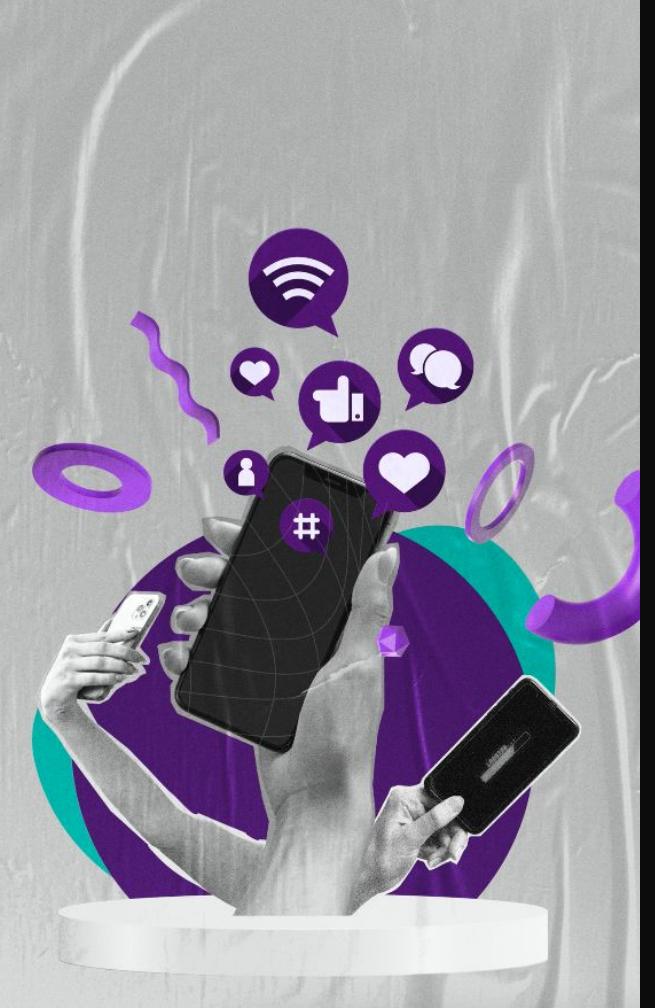
## METODO PASSO PASSO

**ANALISI**

**STRATEGIA**

**CONTENUTI**

**MISURAZIONE**



- Identità
- Target specifico
- Messaggio chiaro
- Obiettivi

Aiuto (TARGET) a ottenere  
(RISULTATO) grazie a  
(METODO/COMPETENZA)



## METODO PASSO PASSO

**ANALISI**

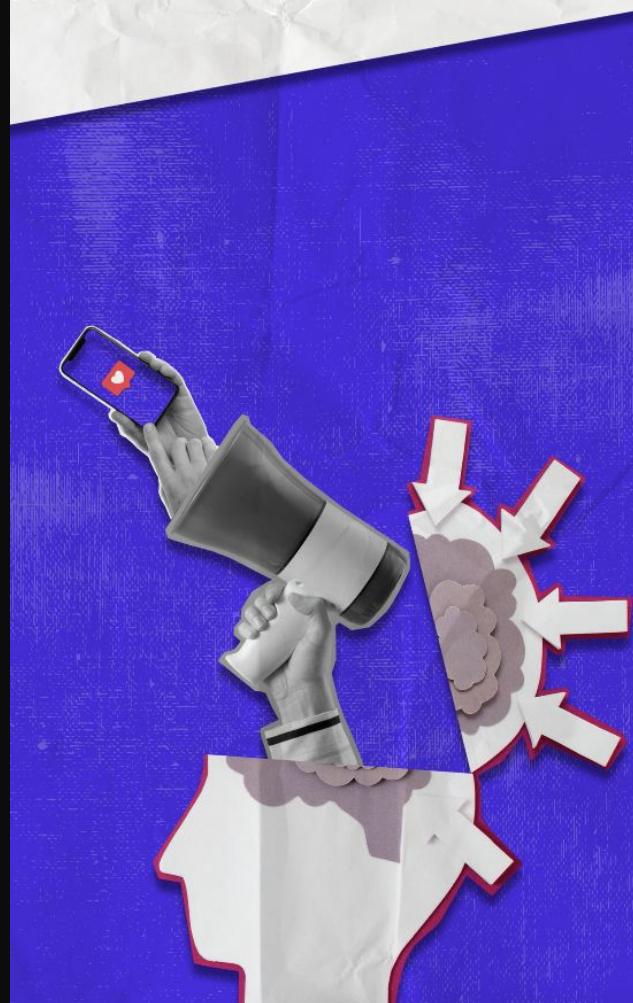
**STRATEGIA**

**CONTENUTI**

**MISURAZIONE**



- Educare
- Dimostrare competenza
- Far vedere risultati
- Mostrare la persona dietro al professionista



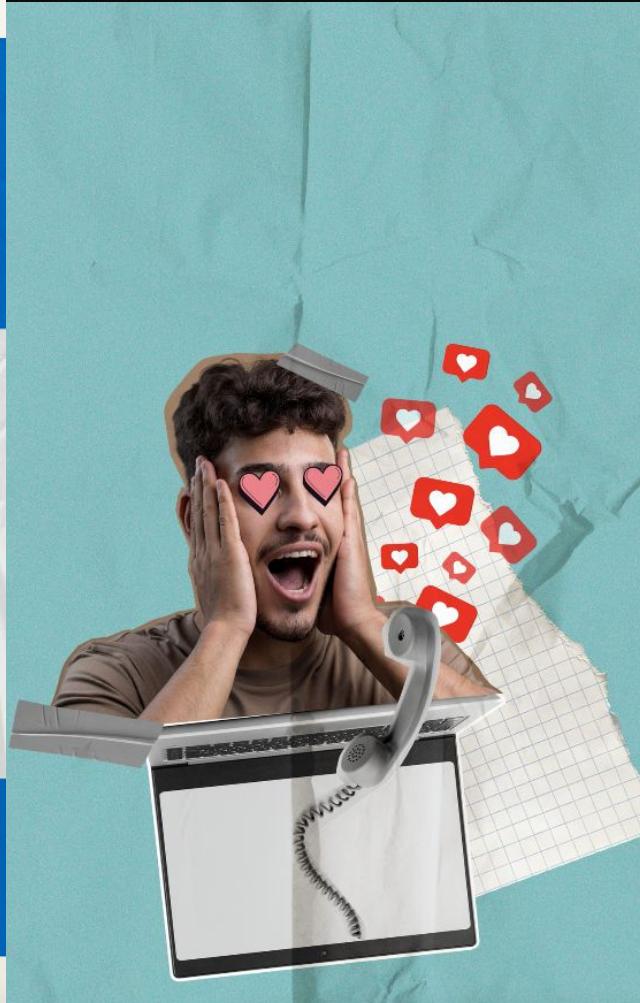
## METODO PASSO PASSO

ANALISI

STRATEGIA

CONTENUTI

MISURAZIONE



- Analizzare cosa funziona
- Potenziare ciò che porta risultati
- Eliminare ciò che funziona poco -> ottimizzare il tempo

## METODO PASSO PASSO

ANALISI

STRATEGIA

CONTENUTI

MISURAZIONE

# CANALI SOCIAL

Il principio base è uno:

**STESSA PERSONA, LINGUAGGI DIVERSI**

Non copiare, ma declinare a seconda del linguaggio di ogni social.

## INSTAGRAM

Brand, fiducia,  
community

## LINKEDIN

Autorevolezza,  
networking,  
credibilità

## TIKTOK

Personalità,  
velocità,  
competenza  
accessibile



**EDUCATIVI**  
Reel brevi  
Caroselli  
Mini guide



**RELAZIONE**  
Storie quotidiane  
Domande  
Sticker interattivi



# INSTAGRAM

## Quali contenuti?



**SOCIAL PROOF**  
Testimonianze  
Case studies

**HUMAN BRAND**  
Day in the life  
"Backstage"



# INSTAGRAM – LINEE GUIDA

## 1 OCCHIO ALLA BIO

Dev'essere chiara, avere una CTA, parlare alla tua nicchia

## 2 COERENZA VISIVA

Importante per rimanere nel ricordo dei tuoi utenti e "fermare lo scroll"

## 3 PROCESSO + RISULTATI

Prima, dopo, durante per interessare ("seguimi per parte 2")

## 4 USA LE STORIE

Tante CTA, uso di sticker, link ecc

## 5 EVIDENZIA CONTENUTI CHIAVE

Fissa i 3 post più importanti, usa le storie in evidenza

 Mary Kyriakidi  • 3° e oltre  
Global Thought Leader at Kantar  
1 giorno •

Are you still marketing just for people?

Today, brands are noticed not only by individuals, but also by the algorithms and systems shaping our choices. At [Marketing Next](#) in Limassol, I shared some thoughts on how brands can stay relevant in this new reality.

## THOUGHT LEADERSHIP

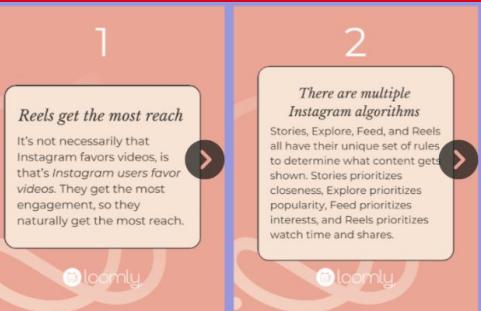
Opinioni su trend  
Analisi

 Loomly  
4,541 followers  
2d •

Looking for ways to hack the Instagram algorithm?

Understanding how the Instagram algorithm works is essential to creating high performing content. With all the updates that have been happening in 2024, here are the top 8 rules to pay attention to!

**8 rules for the Instagram algorithm**



1  
*Reels get the most reach*

2  
*There are multiple Instagram algorithms*  
Stories, Explore, Feed, and Reels all have their unique set of rules to determine what content gets shown. Stories prioritizes closeness, Explore prioritizes popularity, Feed prioritizes interests, and Reels prioritizes watch time and shares.

**EDUCATIONAL**  
Mini lezioni  
Checklist  
Schemi

+ Segui ...

 Elena Carella ha pubblicato questo post • 1m

 Siamo stati ad Amsterdam e siamo tornati con le valigie un po' più pesanti. Non per lo shopping, ahimè, ma per due kg abbondanti di argento e bronzo. Due i progetti firmati da [The6th](#) premiati ai [PENTAWARDS....](#)

108

## PERSONAL STORY

“Lessons learned”  
Riconoscimenti  
Case studies

# LINKEDIN

## Quali contenuti?

 Andy Pitt • 3rd+  
Experienced consultant & talent acquisition professional.  
2d •

HEY! I have a recommendation for you. I have started using [RPM Communications](#) in Norwich, as my previous supplier was bought out and subsequently became a little bit unreliable in their communications. Plus they also moved out of the Norwich area (the cheek of it!!!), making them completely not local. So if you're getting a bit unhappy with your communications supplier,

**NETWORKING**  
Collaborazioni  
Menzioni  
Ringraziamenti



++  
++  
++  
++

# LINKEDIN LINEE GUIDA

- 1 PROFILO OTTIMIZZATO**  
Immagine di copertina  
“parlante”, presentazione  
completa
- 2 CHIAREZZA**  
Contenuti chiari, leggibili,  
1 idea per post
- 3 ENGAGEMENT STRATEGICO**  
Poniti e commenta come  
“leader di settore”
- 4 IMPORTANZA DEI DM**  
Non affidarti solo ai messaggi  
standard di LinkedIn: studia  
cosa dire nel tuo primo  
approccio

**SPIEGAZIONI VELOCI**  
“In 30 secondi ti spiego”



**TRUCCHI E TIPS**  
Metodo X per fare Y



# TIKTOK

## Quali contenuti?



**STORYTIME PROFESSIONALI**  
“Un cliente mi ha detto”



**DUETTI/STITCH**  
Risposte ad altri video



# TIKTOK – LINEE GUIDA

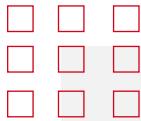
- 1 **AGGANCIA L'ATTENZIONE**  
Hook nei primi 1-2 secondi

- 2 **LESS IS MORE**  
Ragiona per "micro argomenti": non essere proliso!

- 3 **CTA "SOFT"**  
Esempio: "vuoi la parte 2? Fammelo sapere nei commenti"

- 4 **NON ESSERE PERFETTO**  
La naturalezza paga più della perfezione

- 5 **SFRUTTA I TREND**  
Utilizzali in modo intelligente per posizionarti e sfruttare l'algoritmo



# DEDDEONAI



Il personal branding **non è essere ovunque**.

È essere **riconoscibili**, con messaggi **coerenti**,  
adattati al **linguaggio** di ogni piattaforma.



TAKEAWAY 



# BRANDING

**WEBINAR ONLINE**

**MER 26 NOV**

**GRAZIE**