

RedAbissi

DigitalDays

Personal Branding:

dall'ABC alla Strategia

A CURA DI:

Giulia Bia, Digital Agency Manager

MER 26 NOV

12:00 - 13:00

WEBINAR ONLINE





[@realtorkaitlin](#)

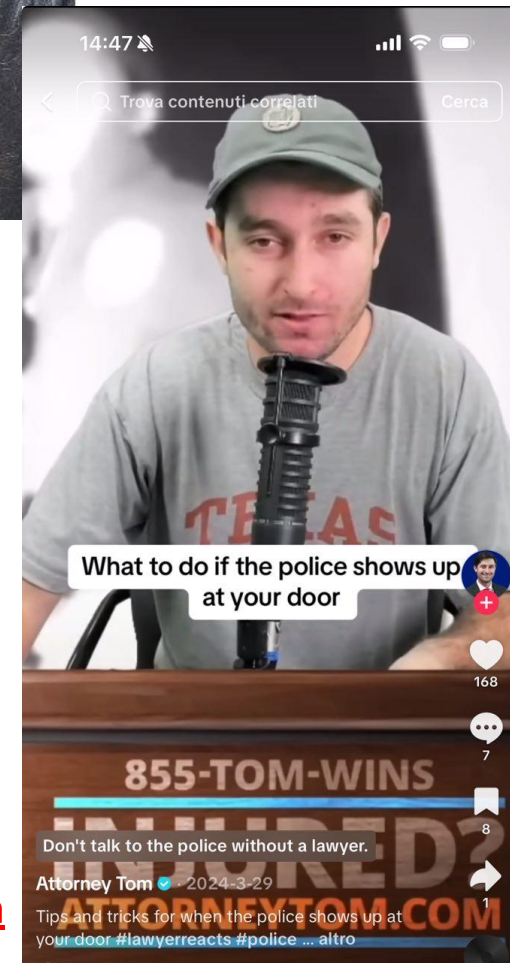


[@annhandley](#)



[@silviagoggi](#)

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



[@attorneytom](#)

3 PILASTRI del personal branding

IDENTITÀ

Chi sei

- mission
- valori
- unicità

VALORE

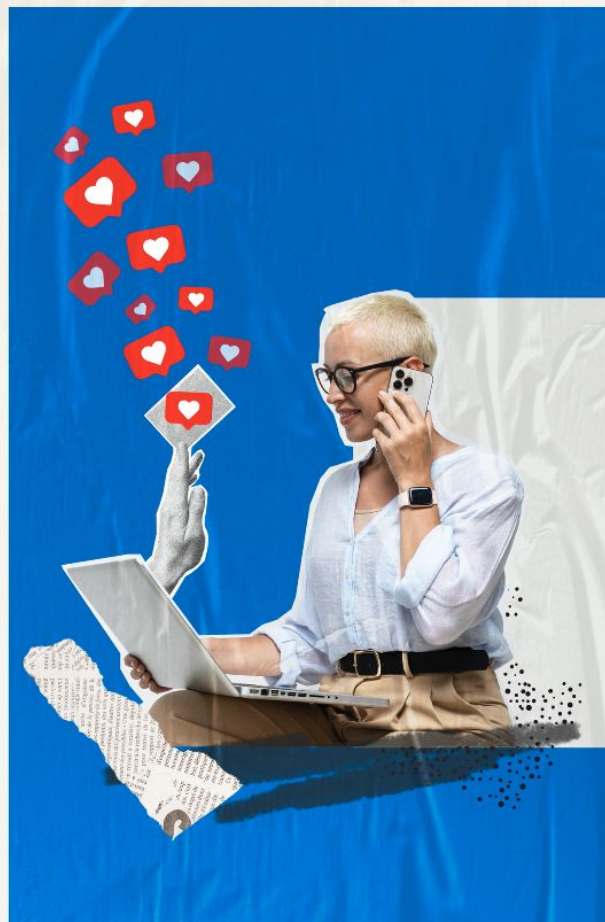
Cosa offri

- beneficio cliente
- posizionamento

VOCE

Come lo comunichi

- tone of voice
- stile
- canali



METODO PASSO PASSO

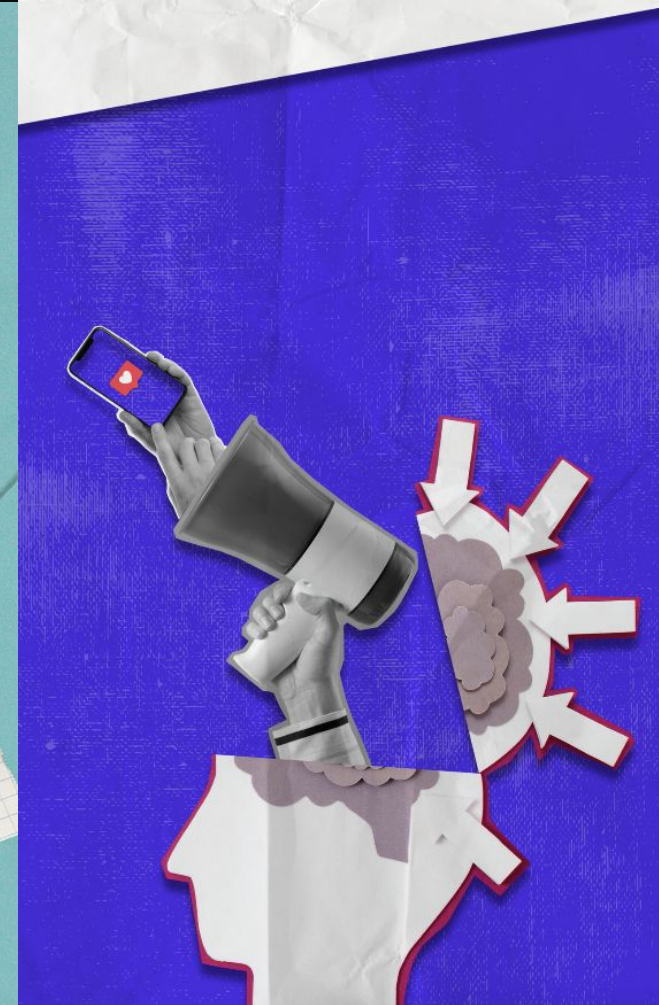
ANALISI

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

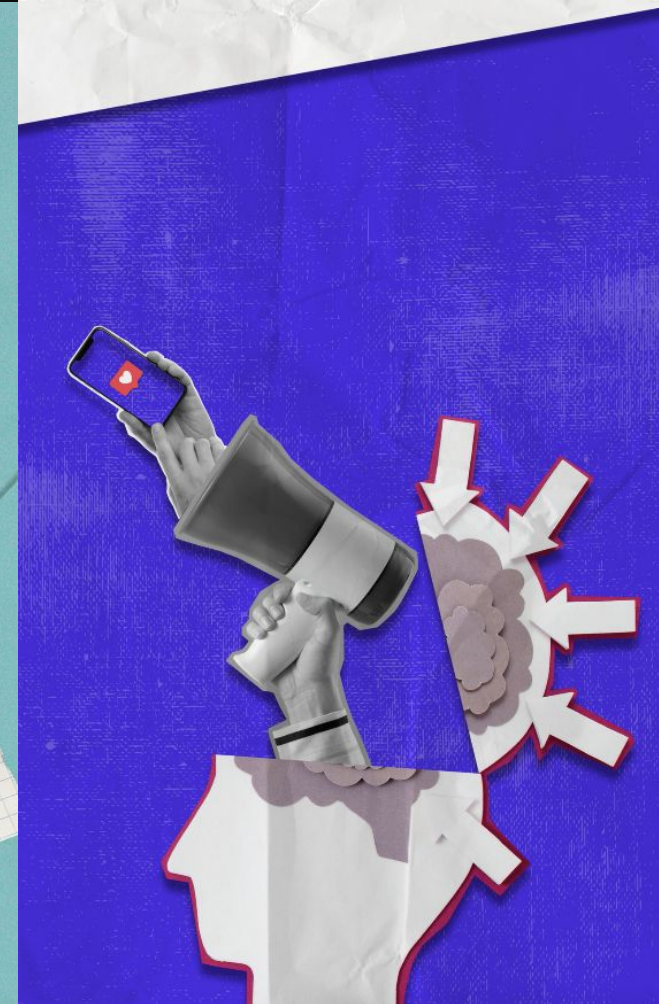
CONTENUTI

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



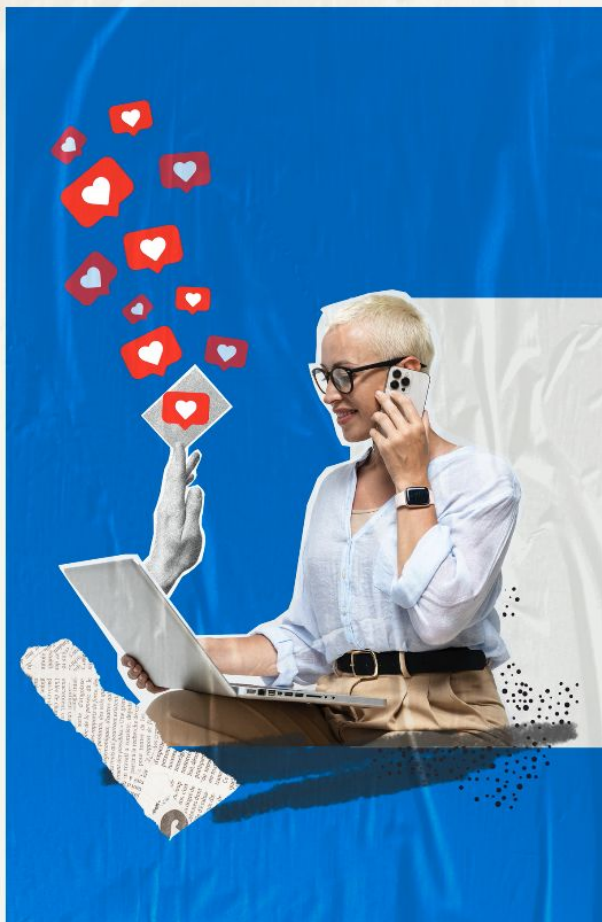
METODO PASSO PASSO

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?



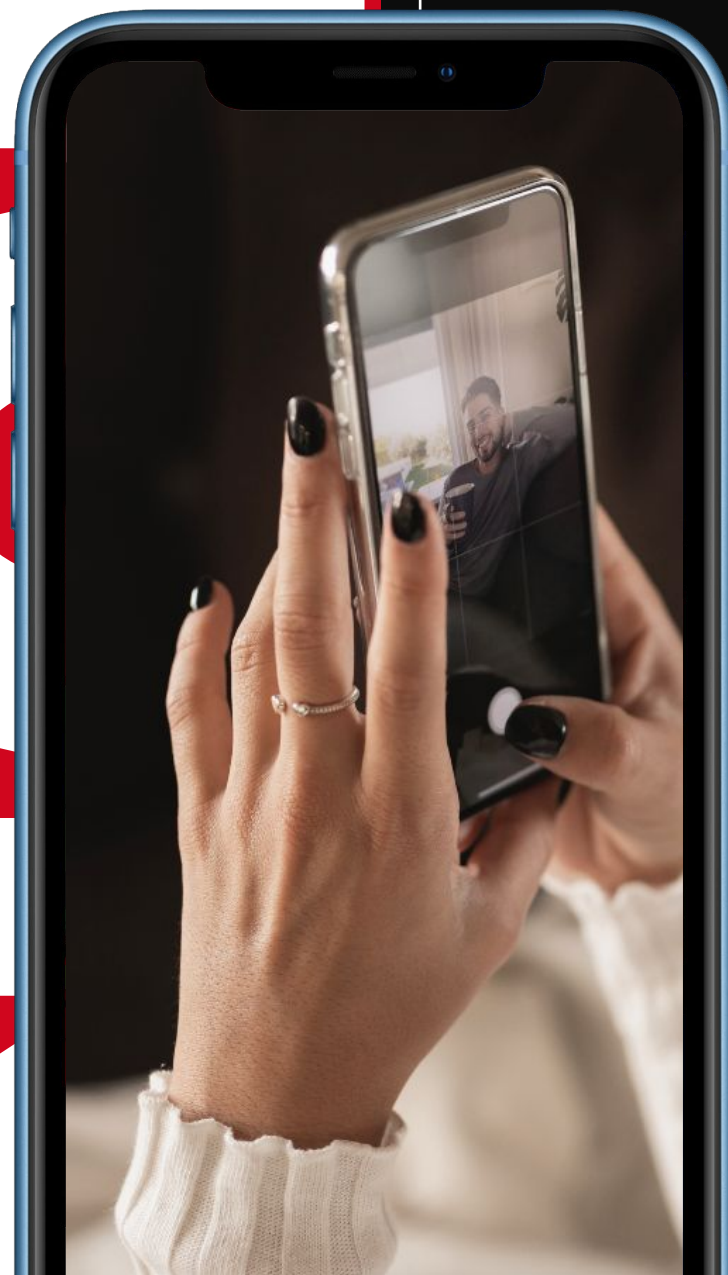
SOCIAL PROOF
Testimonianze
Case studies



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

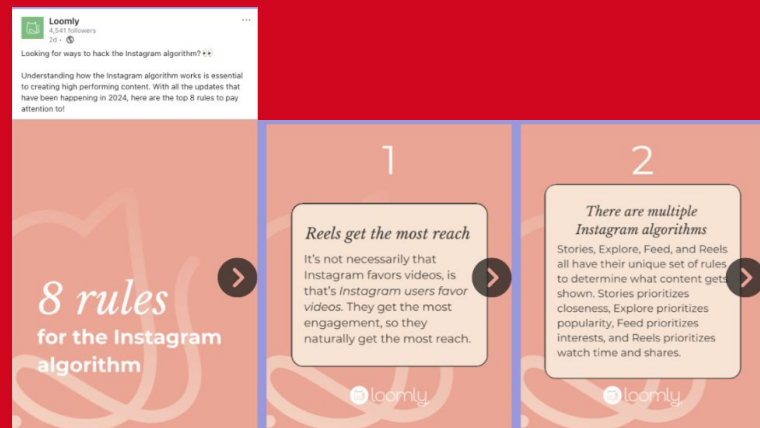
5 EVIDENZIA CONTENUTI CHIAVE

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



THOUGHT LEADERSHIP

Opinioni su trend
Analisi



EDUCATIONAL

Mini lezioni
Checklist
Schemi

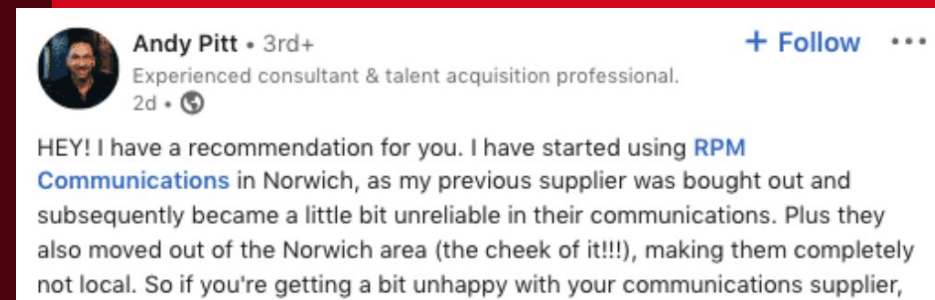
LINKEDIN

Quali contenuti?



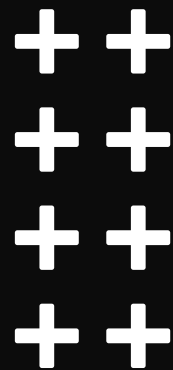
PERSONAL STORY

"Lessons learned"
Riconoscimenti
Case studies



NETWORKING

Collaborazioni
Menzioni
Ringraziamenti

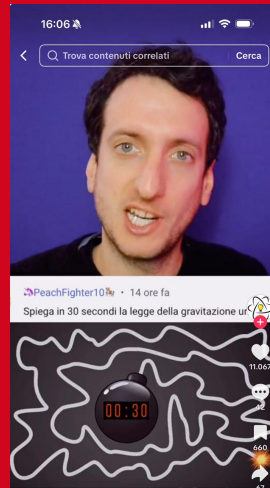


LINKEDIN LINEE GUIDA

- 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

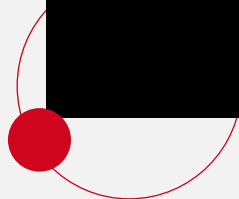
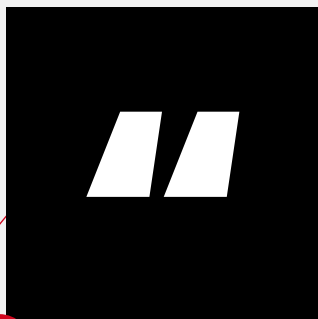
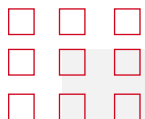
2 LESS IS MORE
Ragiona per "micro argomenti": non essere prolisso!

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

PERSONAL



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