

**SUPSI**

# Personal branding

## Comunicare e valorizzare il proprio brand personale nell'era digitale

### Modulo breve

#### Presentazione

"Il Personal Branding: 20 anni fa fu una bella intuizione, oggi è questione di sopravvivenza.

Oggi i Social Media sono un grande equalizzatore, ma solo se si ha qualcosa da dire.

Molti li usano semplicemente perché amano il suono della propria voce." (Tom Peters, padre del Personal Branding).

Comunicare il proprio brand oggi significa saper gestire un processo volto a identificare e comunicare nella maniera più efficace la ragione per cui un cliente, un datore di lavoro o un partner dovrebbero scegliere qualcuno tra milioni.

La Rete oggi amplifica il potenziale del proprio Brand Personale grazie alla facilità di accesso, di utilizzo e all'ampiezza di pubblico che caratterizzano i canali di comunicazione digitali.

La stessa Rete, tuttavia, ha allo stesso tempo aumentato il rumore di fondo: chiunque nell'ultimo decennio ha avuto accesso a strumenti di comunicazione potentissimi attraverso i quali trasferire messaggi a una platea molto numerosa e distribuita a livello globale.

In questo scenario, per distinguersi occorre gestire il proprio brand attraverso un processo continuo e strutturato di valorizzazione di sé, delle proprie competenze e della propria reputazione.

Chi vuole attuare una strategia di valorizzazione del proprio brand personale non deve lasciarsi confondere dalla facilità con cui la Rete consente di darsi visibilità: la stessa opportunità è offerta a tutti, per cui nessuno parte avvantaggiato.

Anzi il "rumore di fondo" è assordante. Si rischia di rimanere anonimi.

Per questo è fondamentale una strategia chiara e, soprattutto, disciplinare le proprie azioni in un processo strutturato e continuo.

#### Obiettivi

Gli obiettivi didattici che il corso intende perseguire sono i seguenti:

- Discovering Personal Branding: approfondire finalità e impatti di una strategia di personal branding, intesa come il processo strutturato e continuo di valorizzazione della propria identità professionale.
- Develop your Personal Branding Strategy: sperimentare cosa significa impostare una strategia per individuare e comunicare i propri punti di forza al fine di potenziare la propria visibilità, reputazione e riconoscibilità, on-line ed off-line.
- Plan your Brand: condividere il punto di partenza e la programmazione della propria strategia di personal branding

#### Frequenza

L'accesso alla certificazione di fine modulo e il rilascio dell'attestato di partecipazione, sono entrambi subordinati a una frequenza pari ad almeno l' 80% delle ore di lezione previste.

#### Destinatari

Imprenditori e liberi professionisti. Dirigenti, quadri e responsabili di settore di aziende industriali e di servizi, pubbliche, private e no profit.

#### Requisiti

Nessun requisito.

#### Certificato

Attestato di frequenza.

Crediti di studio

2 ECTS valido per i seguenti percorsi formativi:

- Certificate of Advanced Studies (CAS) in Sviluppo delle competenze
- Diploma of Advanced Studies (DAS) in Skills' Empowerment

#### Crediti di studio ECTS

2 ECTS

## Programma

Introduzione al Personal Branding

- Principi di self marketing
- Cos'è il branding e cos'è il personal branding
- Cosa non è il personal branding
- A chi serve il personal branding

Il personal branding in azienda

- Migliorare la percezione dell'azienda
- Rafforzare la fiducia di collaboratori, fornitori e partner
- Favorire il new business

Come comunicare il proprio brand

- Il PB come processo continuo di valorizzazione di sé
- La mission: il mio golden circle
- I canali on e off line
- Il monitoraggio della personal brand awareness

Le fasi del processo di costruzione di personal branding

- l'analisi dell'arena digitale
- i benchmark
- la scelta dei canali online e offline
- il piano editoriale e il piano di implementazione per il personal branding digitale
- come si monitora e mantiene

Linkedin, strumento di personal branding e reputazione professionale

- Come creare profili personali interessanti per evidenziare competenze, credibilità e integrità
- Il Social Branding: l'utilizzo di LinkedIn come canale per aumentare e sostenere la propria reputazione professionale
- Pianificazione editoriale: come organizzare le proprie azioni e pubblicazioni in funzione del piano di sviluppo del proprio personal brand
- La messa a terra della strategia digitale: sinergia tra canali analogici e strategia digitale
- PB index: come monitorare l'efficacia del PB

## Durata

24 ore-lezione

## Responsabile/i

Alan Righetti, Formazione continua Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale SUPSI, area Economia aziendale

## Relatore/i

Serra Stefano, Digital Transformation Enabler, Innovation Trainer, Change Management Consultant  
Michela Manini, Social and Digital Consultant, Digital coaching, Fractional CMO

## Date

3, 13 e 25 marzo 2020

## Orari

09.00-12.30; 13.30-17.00

## Luogo

SUPSI, Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale  
Stabile Suglio, CH-6928 Manno

## Costo

CHF 1'150.-

La quota comprende il rilascio dell'attestato e la documentazione didattica.

## Osservazioni

Il numero dei partecipanti è limitato a 15.

## Informazioni

SUPSI, Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale  
Stabile Suglio, Via Cantonale 18  
CH-6928 Manno  
T +41 (0)58 666 61 23  
F +41 (0)58 666 61 21  
deass.economia.fc@supsi.ch  
www.supsi.ch/fc

Informazioni tecniche

alan.righetti@supsi.ch

## Termine d'iscrizione

Entro il 10 febbraio 2020.

## Link per le iscrizioni

<https://fc-catalogo.app.supsi.ch/Course/Details/26049>