



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

The 2016-1-ES01-KA204-025210 project has been funded with support from the European Commission and the Spanish National Agency of the Erasmus+ Programme. This publication reflects the views only of the authors, and the funding organisations cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

empowering LTU older workers
through coaching & personal branding

EMPOWERING LTUs

Empowering long-term unemployed older workers through coaching & personal branding

**Parte 2: Manuale delle Strategie e degli Strumenti Didattici utili per Aiutare
i Disoccupati di Lunga Durata a Ritornare nel Mercato del Lavoro.**

Modulo 2

Personal Branding

“Personal Branding è quello che dicono di te le persone quando lasci una stanza”

Jeff Bezos – Fondatore di Amazon



Contenuti

INTRODUZIONE.....	11
1. PERSONAL BRAND.....	12
2. PROMUOVERE SE STESSI.....	21

Copyright dei materiali didattici

Questi materiali didattici sono stati sviluppati nell'ambito del progetto "EMPOWERING LTU's Older Workers through Coaching and Personal Branding".

I materiali non hanno nessun vincolo per il loro utilizzo e sono disponibili per chiunque ne sia interessato.

INTRODUZIONE

Chi sono? Che cosa ho da offrire? Quali sono le mie passioni e interessi? E i miei punti di forza? Come posso contribuire perché tutto questo sia in equilibrio? Che cosa mi distingue dagli altri?

Queste sono alcune delle domande che dovrete tenere in considerazione quando iniziate a creare il vostro brand personale. Il brand personale significa tutto quello che trasmettete con il vostro comportamento alle altre persone, ed è quindi molto importante identificare e definire tutto ciò che vi rende unici e diversi da tutti gli altri che sono presenti sul mercato di lavoro.

Innanzitutto, è necessario identificare bene i vostri punti di forza e di debolezza in quanto sono le basi per creare un brand personale unico e coerente con la propria personalità. Le vostre passioni e valori mostreranno il meglio di voi: un brand rispecchia le capacità, le abilità e lo stile di vita dell'individuo. Iniziamo!

Ognuno, al di là della professione, dell'età, della provenienza, possiede il proprio brand, ma non tutti sono consapevoli su come è possibile identificarlo e sfruttarlo al meglio.

1. PERSONAL BRAND

Che cos'è?

Cosa ci viene in mente pensando a un brand? Un simbolo, un progetto, un motivo, un nome, un suono, un'emozione che permette di distinguere quella cosa da ogni altra. Il "personal brand" è, sotto molti aspetti, un sinonimo della reputazione che avete e anche una definizione di chi siete e per che cosa volete essere conosciuti. Si riferisce al modo in cui gli altri ci vedono e percepiscono come imprenditori o rappresentanti di un'idea, di un'organizzazione o di un'attività. Per sviluppare un brand è necessario identificare e comunicare le caratteristiche che ci fanno distinguere dagli altri, ci rendono importanti, diversi e più visibili in un mondo estremamente competitivo e pieno di sfide. Abbiamo tutti, non importa l'età, la professione o gli anni di esperienza lavorativa, un brand personale: dobbiamo quindi cercare di identificarne le caratteristiche per comunicarlo in maniera efficace agli altri.



Foto: pexels

Perché è così importante essere consapevoli del proprio brand?

- ✓ Per distinguersi dagli altri soprattutto per quanto riguarda l'ambito professionale. Al giorno d'oggi, cerchiamo di evidenziare le competenze presentando più titoli di studio, certificati ecc. ma ciò che ci rende unici e più competitivi è invece la conoscenza delle proprie abilità e il modo di comunicarla.
- ✓ Per rendersi più visibili sul mercato del lavoro e all'interno dell'azienda. Un marchio personale ci dà la possibilità di inserirci nel mercato del lavoro e diventare un punto di riferimento per gli altri.
- ✓ Per rendere le proprie abilità più spendibili sul mercato del lavoro ed essere richiesti dalle aziende. Strutturare una strategia di comunicazione delle proprie abilità e competenze aiuta ad attirare l'attenzione e offre opportunità per lo sviluppo della propria carriera professionale.
- ✓ Per attrarre le persone a cui piace quello che facciamo – i possibili clienti. Un brand rende più visibili i servizi che offriamo.
- ✓ Per aumentare il nostro reddito. Il brand personale è una risorsa che aumenta il valore e dà un vantaggio competitivo. Una volta riconosciuti e valutati come professionisti, si possono ottenere condizioni economiche migliori.



Foto: pexels

IL VOSTRO BRAND PERSONALE CONTA



Foto: shutterstock

Il brand personale è:

- ✓ Reputazione.
- ✓ Un biglietto da visita
- ✓ Ciò per cui siamo conosciuti e il modo in cui le persone ci percepiscono
- ✓ L'immagine che trasmettiamo tramite le nostre performance
- ✓ Tutto ciò che ci distingue dagli altri.

Presentare un brand chiaro e coerente con la nostra personalità, ci aiuta a essere ricordati da tutti coloro con cui abbiamo avuto l'opportunità di interagire, e di conseguenza ci apre nuove opportunità. Il nostro brand è fondamentale per ottenere il rispetto e sviluppare la propria reputazione, cioè la percezione che gli altri hanno di noi.

“Ho imparato che le persone possono dimenticare ciò che hai detto, le persone possono dimenticare ciò che hai fatto, ma le persone non dimenticheranno mai come le hai fatte sentire”, Maya Angelou.

Sviluppare il brand



Foto: pexels

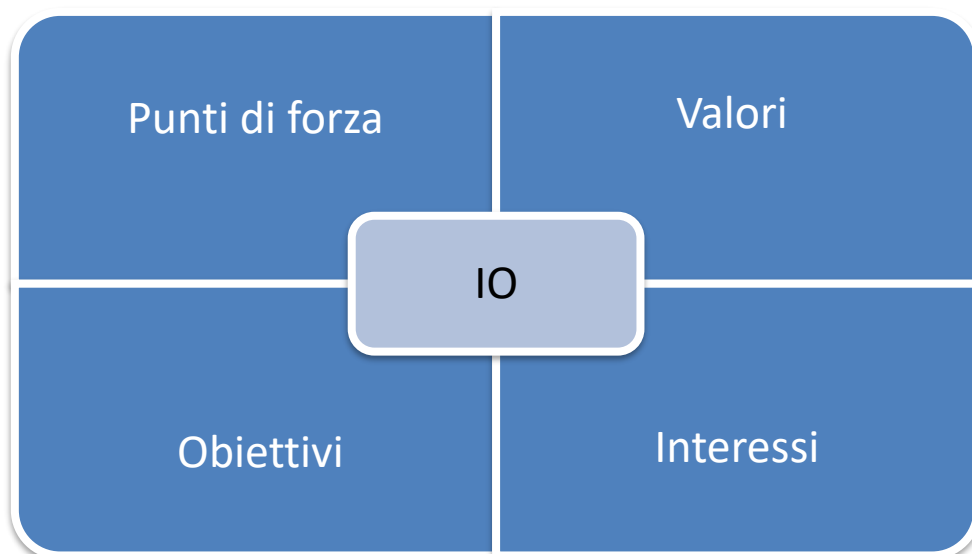
La creazione del brand è un'opportunità per conoscere meglio le proprie abilità, punti di forza e talenti – le caratteristiche che ci rendono unici. È una possibilità per trovare il nostro obiettivo professionale. Tutto questo fornisce la base per definire le nostre priorità personali e ci aiuta a ottenerle. Per ulteriori informazioni, guardate questo video:



<https://www.youtube.com/watch?v=IOayoQr2ksA>

Per identificare il nostro brand personale è necessario raccogliere le informazioni che gli altri hanno di noi. Ma come possiamo farlo? Dividiamo la nostra indagine in 4 aree:

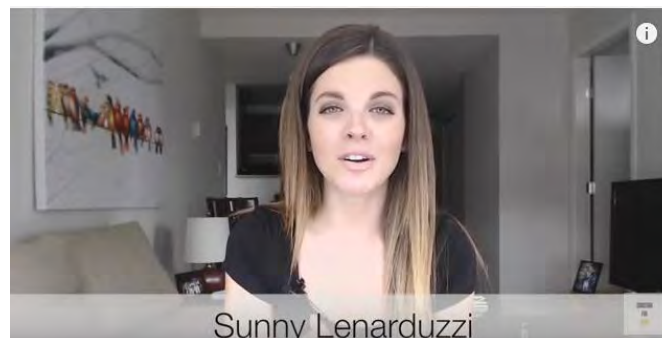
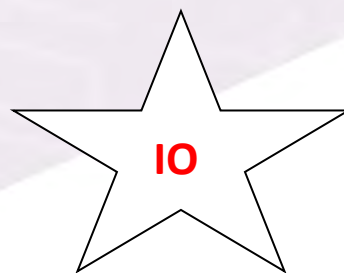
- ✓ Punti di forza
- ✓ Valori
- ✓ Interessi
- ✓ Obiettivi



ESERCIZIO

Punti di forza

Grazie a questo esercizio cercheremo di identificare i nostri punti di forza. Provate a scrivere i vostri punti di forza sulle punte della stella, come per esempio: creatività, comunicazione, pensiero critico. Una volta completato, condividete le vostre caratteristiche con altre persone per ottenere il loro feedback. Quanto corrispondenza c'è tra il vostro e il loro pensiero?



<https://www.youtube.com/watch?v=KxP8hcb1IBI>



<https://www.youtube.com/watch?v=ZT714Pqcmos>

ESERCIZIO

Valori

1. Identificate i vostri valori:
2. Guardate con attenzione l'elenco dei valori e sottolineate quelli che vi definiscono.
3. Esaminate la vostra lista dei valori e scegliete i cinque ai quali tenete di più.
Sentitevi liberi di individuare altri valori non presenti nell'elenco presentato.

<i>Accessibilità</i>	<i>Realizzazione</i>	<i>Responsabilità</i>	<i>Precisione,</i>	<i>Avventura,</i>	<i>Affetto,</i>
<i>Coraggio</i>	<i>Creatività</i>	<i>Curiosità</i>	<i>Affidabilità</i>	<i>Determinazione</i>	<i>Chiarezza</i>
<i>Empatia</i>	<i>Entusiasmo</i>	<i>Eccellenza</i>	<i>Esperienza</i>	<i>Competenza</i>	<i>Equità</i>
<i>Onestà</i>	<i>Umorismo</i>	<i>Immaginazione</i>	<i>Impatto</i>	<i>Indipendenza</i>	<i>Integrità</i>
<i>Velocità</i>	<i>Passione</i>	<i>Pace</i>	<i>Perfezione</i>	<i>Potere</i>	<i>Prosperità</i>
<i>Originalità</i>	<i>Spiritualità</i>	<i>Spontaneità</i>	<i>Stabilità</i>	<i>Forza</i>	<i>Successo</i>
<i>Benessere</i>	<i>Altruismo</i>	<i>Ambizione</i>	<i>Assertività</i>	<i>Equilibrio</i>	<i>Coraggio</i>
<i>Comfort Fede</i>	<i>Impegno</i>	<i>Compassione</i>	<i>Realizzazione</i>	<i>Soddisfazione</i>	<i>Autorità</i>
<i>Intelligenza</i>	<i>Fama</i>	<i>Famiglia</i>	<i>Fedeltà</i>	<i>Flessibilità</i>	<i>Divertimento</i>
<i>Puntualità</i>	<i>Giustizia</i>	<i>Gentilezza</i>	<i>Conoscenza</i>	<i>Leadership</i>	<i>Istruzione</i>
<i>Simpatia</i>	<i>Riconoscimento</i>	<i>Relax</i>	<i>Affidabilità</i>	<i>Ricchezza</i>	<i>Rispetto</i>
	<i>Lavoro di squadra</i>	<i>Comprensione</i>	<i>Visione</i>		<i>Vittoria</i>
<i>Franchezza</i>	<i>Fama Disciplina</i>	<i>Sfida</i>	<i>Carità</i>		
<i>Generosità</i>	<i>Grazia</i>	<i>Diversità</i>	<i>Efficienza</i>		
<i>Affetto</i>	<i>Fedeltà</i>	<i>Crescita</i>	<i>Salute</i>		
<i>Sicurezza</i>	<i>Sensibilità</i>	<i>Consapevolezza</i>	<i>Ottimismo</i>		
			<i>Sincerità</i>		

Cercate di definire il significato dei valori

È importante chiarire il significato dei valori che avete scelto. In alcuni casi, due persone potrebbero avere due interpretazioni diverse della stessa parola. Per esempio, per una persona, flessibilità significa essere agili nel proprio stile di lavoro quotidiano; per un altro, potrebbe essere interpretato come la disponibilità a lavorare su diversi temi che possono far perdere la concentrazione. Per iniziare, è necessario elencare i valori in ordine di importanza. Quindi definite come quel valore si presenta nel vostro mondo.

Auto-Valutazione

Avete scelto i vostri cinque valori e avete definito che cosa significano per voi. Cercate di fare questa autovalutazione: “Stai costruendo la tua vita intorno a ciò che è veramente importante per te?”

Per ogni valore, attribuite un punteggio da 1 a 5, dove 1 significa "le mie azioni quotidiane non sono in linea con questo valore", mentre 5 vuol dire "applico questo valore nella mia vita di ogni giorno".

Siate onesti!

#1 Valore

Punteggio

— 1 2 3 4 5

#2 Valore

Punteggio

— 1 2 3 4 5

#3 Valore

Punteggio

— 1 2 3 4 5

#4 Valore

Punteggio

— 1 2 3 4 5

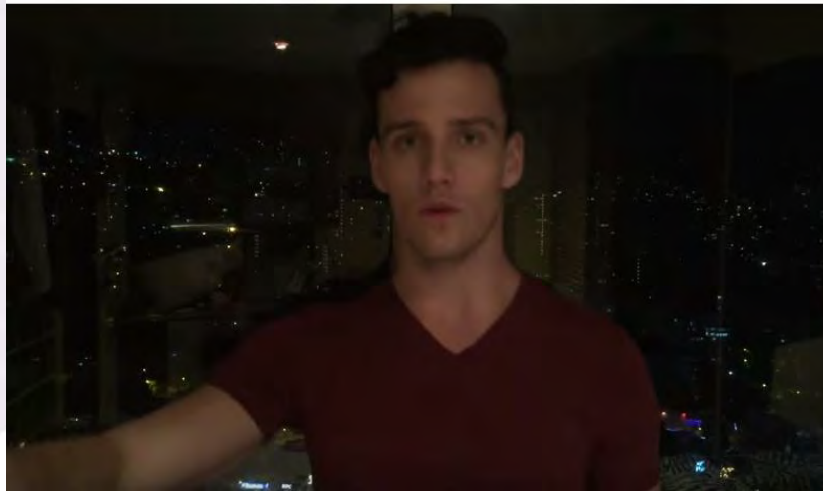
#5 Valore

Punteggio

— 1 2 3 4 5

ESERCIZIO per identificare le proprie passioni e interessi

Questo video permette di identificare le nostre passioni. Guardatelo e rispondete alle seguenti domande. Scoprite le vostre passioni!



<https://www.youtube.com/watch?v=qmiBcHJpKR0>

Riflettete su:

1. Che cosa vi fa perdere il senso del tempo?
2. Per che cosa spendete i soldi?
3. Come reagite alle critiche?
4. Che cosa vi fa battere il cuore più forte?

ESERCIZIO

Obiettivo: Questa attività serve per aiutarci a meglio impostare i nostri obiettivi. "Perché sono qui?" è la domanda che a un certo punto della vita tutti ci poniamo. Cosa mi ha portato qui? Quali sono i miei interessi? Le passioni? Il lavoro? Guardate il video e riflettete sul vostro obiettivo ...

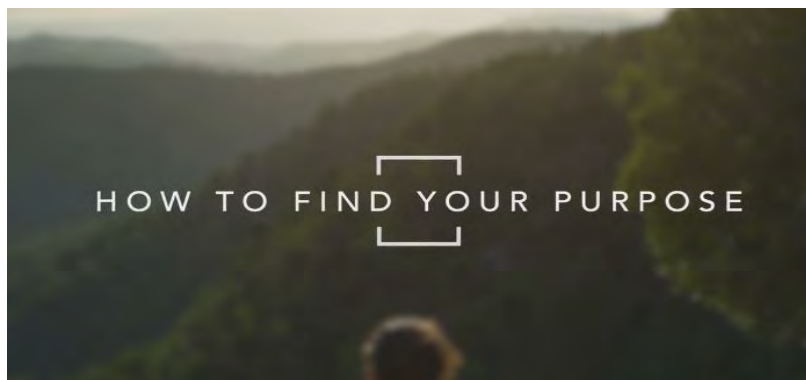


Come Trovare Il Proprio Scopo Nella Vita

192 visualizzazioni

21 0 CONDIVIDI

<https://www.youtube.com/watch?v=-N9VTR0fO34>



<https://www.entrepreneur.com/video/283621>

2. PROMUOVERE SE STESSI

IL PENSIERO CRITICO

Le decisioni prese devono essere attuate a livello personale o professionale. Pertanto, dobbiamo essere intimamente convinti di un'idea o un'azione, per essere poi in grado di presentarla in modo credibile.

Creare un brand personale significa anche prendere delle decisioni. Stiamo facendo questo processo per creare la vostra immagine unica, che dovrebbe aiutarvi a creare un futuro professionale di successo. Dobbiamo essere consapevoli delle nostre abilità e performance per poterle presentare in una maniera chiara e coerente agli altri.

A questo punto dovremmo avere un'idea chiara degli elementi principali su cui si basa il nostro brand: punti di forza, valori, passioni, obiettivi. È il momento di esplorare che cosa offre il mercato, rivalutare le proprie capacità e abbinarle al meglio possibile con le possibilità che ci sono.

RICERCA DI MERCATO

Chiedere consiglio ai nostri amici e parenti non è sufficiente per prendere decisioni. Per ottenere risultati affidabili ci serve una ricerca più profonda.

Guardate il seguente video per comprendere l'importanza della ricerca:

WHY MARKET RESEARCH IS IMPORTANT

<https://www.youtube.com/watch?v=1Fja06iCIE0>

ESERCIZIO: Se fossi un imprenditore...

Migliorate la vostra capacità di pensiero critico analizzando i vostri concorrenti. Immaginate di essere un imprenditore, pensate al tipo di prodotto che vorreste vendere. Studiate i vostri concorrenti e cercate di descrivere le loro strategie e, ancora più importante, come e dove è possibile guadagnare. Cercate di capire le tipologie di clienti a cui indirizzano i prodotti e i motivi per cui vincono o perdono (punti di forza, punti di debolezza).

CONCORRENTI:

LA LORO STRATEGIA:

COME

FANNO

I

SOLDI:

DOVE GUADAGNANO:

CLIENTI:

FLESSIBILITÀ E ADATTABILITÀ

Quando sviluppiamo il nostro brand, è importante essere flessibili e adattabili ai risultati delle ricerche di mercato. Rispondere positivamente al cambiamento non solo ci consente di affrontare le cose nuove e sconosciute in una maniera serena, ma anche apre la strada al successo professionale, alla crescita e alla soddisfazione. Essere flessibili e adattabili ci consente di risalire la scala, creare nuove competenze, aumentare la produttività e raggiungere i nostri obiettivi personali. Inoltre, rende il lavoro interessante e gratificante. In un mondo del lavoro sottoposto a una costante evoluzione, questa abilità di base diventa anche la chiave per il successo.

ESERCIZIO

1. Durante la vostra ultima esperienza lavorativa, ritenete di essere stati flessibili e disposti ad adattarvi alle nuove esigenze e cambiamenti?

2. Perché? Pensate di poter migliorare?

3, Descrivete un esempio di una situazione in cui siete stati costretti a essere flessibili.

LE TECNICHE DI COMUNICAZIONE

La comunicazione è il processo che consente di trasmettere informazioni. Comunicare in modo efficace significa sapersi esprimere in ogni situazione con qualunque interlocutore sia a livello verbale, scritto (libri, email) e visivo (tramite loghi, grafici), sia non-verbale (espressioni facciali, tono di voce, postura), in modo chiaro e coerente.

Comunicare in modo efficace significa fare in modo che il messaggio che io (emittente) desidero comunicare all'altro (ricevente) arrivi in modo da poter essere compreso. Sviluppare e costantemente migliorare le competenze comunicative potrebbe aiutarci in tutti gli aspetti della nostra vita quotidiana. La capacità di comunicare le informazioni in modo accurato, chiaro e comprensibile è un'abilità chiave e non dovrebbe mai essere sottovalutata. Non è mai troppo tardi per lavorare sulle nostre abilità comunicative, perché rafforzano il nostro brand e migliorano la qualità di vita.

COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

Le competenze interpersonali si usano quando abbiamo a che fare con una comunicazione diretta con una o più persone.

COMUNICAZIONE VERBALE

La comunicazione verbale riguarda tutto ciò che diciamo ed è un modo importante per trasmettere il nostro messaggio. Le parole che scegliamo possono fare una grande differenza, bisogna sceglierle con attenzione. Prendete in considerazione, per esempio, la comunicazione con un bambino piccolo o con qualcuno che non parla correttamente la nostra lingua. Dobbiamo usare un linguaggio semplice, frasi brevi e controllare regolarmente di essere stati compresi. È molto diverso da una conversazione con un vecchio amico che conosciamo da anni e con cui non abbiamo neppure bisogno di finire le frasi.

COMUNICAZIONE NON-VERBALE

La comunicazione verbale è solo la punta dell'iceberg. La maggior parte della comunicazione si svolge in una maniera non-verbale, viene percepita dai nostri gesti, dall'espressione facciale, dal linguaggio del corpo, dal tono di voce, dall'aspetto (segnali che mandiamo inconsciamente).

ASCOLTO

L'ascolto è una capacità cruciale per comunicare in un modo efficace. Comunicando passiamo il 45% del nostro tempo ad ascoltare. La maggior parte delle persone dà per scontato di essere capace di ascoltare, mentre invece spesso ci si limita a “sentire”. L'ascolto deve essere considerata una vera e propria abilità.

ALTRI ELEMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Ricordiamoci che comunichiamo anche attraverso il nostro stile, il modo in cui ci vestiamo. Il messaggio che trasmettiamo con il nostro stile dovrebbe essere in linea con i nostri valori, interessi, modelli di vita. Tenete in mente ciò che volete trasmettere e cercate di abbinare il vostro dress code in base a esso. Provate a indossare abiti neutrali, lavorate con colori rilassanti. Tuttavia, ricordatevi che l'immagine è importante, ma non è l'unica cosa a cui stare attenti.

Linguaggio del corpo

Attraverso il linguaggio del corpo cercate di trasmettere al vostro interlocutore:

- ✓ Cortesia – comunicare con gentilezza verrà percepito dal vostro interlocutore e gli darà una sensazione di accoglienza. Cercare di usare il nome della persona con la quale parlate almeno due volte durante la vostra conversazione aiuterà di stabilire un rapporto personale.
- ✓ Cordialità - sorridere mentre parlate si riflette nel tono della nostra voce e la rende più amichevole.
- ✓ Ascolto attivo – mostrare attenzione e interesse rende la vostra conversazione più partecipativa.
- ✓ Sicurezza – parlare in un modo sicuro aiuta a dare al vostro interlocutore l'impressione di avere conoscenze, esperienza, professionalità.
- ✓ Vocalizzazione - mentre parlate, ricordatevi di separare le parole per pronunciarle correttamente e scandire la parola tutta intera.

La velocità della comunicazione cambia in base alla modalità del contatto diretto o indiretto con interlocutore. Parlando con una persona al telefono siamo svantaggiati, non possiamo aiutarci con il linguaggio del corpo per capire e verificare meglio il suo messaggio. La velocità di voce è significativa per la comprensione delle informazioni. Utilizziamo le pause, per evidenziare le parole importanti e dare un ritmo alla conversazione.

ESERCIZIO

Elevator Pitch

“Discorso da ascensore” (Esercizio di presentazione: raccontami di te in soli 30 secondi).

Oscar Wilde – “Non avrai una seconda occasione per fare una prima buona impressione”.

L'ELEVATOR PITCH è un breve discorso utilizzato per catturare l'attenzione di un interlocutore o per convincere un'azienda che si è la persona giusta durante un colloquio di lavoro. Viene descritto come un male necessario per chi è alla ricerca di lavoro, una tecnica utilizzata nel processo di job hunting dai professionisti del lavoro. Le domande, "Allora parlami di te / che cosa fai? / chi sei?" sono inevitabili durante un colloquio di lavoro.

Le regole da seguire e i punti da tenere in considerazione durante un colloquio sono:

1. Contano i primi 30 secondi, sfruttateli bene.
2. Valorizzate le vostre competenze (cosa sai fare?)
- 3, Definire i settori in cui avete lavorato (in quali contesti hai applicato le tue competenze?)
- 4, Presentate il vostro obiettivo in maniera chiara.
- 5, Descrivete il vostro progetto professionale (Che professionista vorrai essere nel futuro?)
6. Chiedetevi “che cosa puoi fare per loro?” (Quale valore aggiunto puoi dare all'azienda?)
7. Cercate di attirare la loro attenzione e aiutate il recruiter a sceglierVi perché potete fare la differenza.

Vi sentite in grado di rispondere a queste domande e presentare il vostro brand il meglio possibile in 30 secondi?



https://www.youtube.com/watch?v=-t1ar_lpmUU



<https://www.youtube.com/watch?v=M1Jg7RgIJKg>



<https://www.youtube.com/watch?v=XvxtC60V6kc>

<https://idealistcareers.org/guide-elevator-pitch/>

<https://www.adamiassociati.com/ricerca-selezione-del-personale-cose-lelevator-pitch/>

Preparate il vostro elevator pitch e presentatevi a un vostro amico/collega/parente. Chiedetegli di usare la seguente scheda per valutare la vostra presentazione.

Nome			
Comunicazione verbale	Scarso	Medio	Elevato
Introduzione			
Durante il discorso tiene presente il tema			
La presentazione è chiara			
Utilizza un vocabolario collegato alla tematica			
È capace di mantenere l'interesse dell'interlocutore			
Dimostra sicurezza			
Voce chiara e fluente			
È stato convincente			
Suggerimenti su che cosa potreste cambiare o migliorare			

BIBLIOGRAFIA

1. <https://cazaturabajo.com/que-es-marca-personal/>
2. <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-la-marca-personal/>
3. <http://www.brandonhall.com/blogs/critical-thinking-the-difference-between-good-and-great-leaders/?lang=es>
4. <http://www.contunegocio.es/estrategia/estimula-el-pensamiento-critico/>
5. <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/como-hacer-un-estudio-de-mercado>
6. <http://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
7. <http://www.vidaprofesional.com>
8. <http://www.puromarketing.com>
9. <http://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/7425042/03/16/Las-claves-para-hacer-un-elevator-pitch.html>
10. http://cincodias.com/cincodias/2012/11/12/emprendedores/1352970107_850215.html
11. <https://www.pwc.com/us/en/careers/campus/assets/img/programs/personal-brand-workbook.pdf>
12. <https://www.entrepreneur.com>
13. <https://www.skillsyouneed.com/>
14. <http://www.myelevatorpitch.es/>
15. <http://idealistcareers.org/a-quick-guide-to-writing-your-elevator-pitch-with-examples/>

