



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 3

### Social Media come strumento per rafforzare il Branding Personale

*“Se il contenuto è il carburante per il tuo personal brand, i social media sono il motore”*

*Jayson DeMers - Fondatore di AudienceBloom*





## Contenuti

INTRODUZIONE.....	11
1. SOCIAL MEDIA PER IL PERSONAL BRANDING .....	12
2. I DISOCCUPATI DI LUNGO PERIODO CON PIÙ DI 45 ANNI.....	18
3. COME CREARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI SUCCESSO.....	20
4. ESERCIZI.....	23
5. CONSIGLI PRATICI PER I DISOCCUPATI DI LUNGA DURATA.....	26







## 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

I social media sono considerati un elemento chiave per una strategia di personal branding di successo. Al giorno d'oggi la gran parte delle informazioni si incrocia attraverso il web e i social media, dando ancora più strumenti alle persone in ricerca di occupazione, beneficiando le loro chance sul mercato. Ora i social media sono diventati il vero e proprio centro per un possibile impiego.

Tuttavia, le persone rimaste senza lavoro per più di un anno, i disoccupati di lungo periodo, a causa dell'età e del background o per una bassa motivazione, spesso non hanno familiarità con l'utilizzo degli strumenti digitali nella ricerca del lavoro. A volte, a causa delle scarse competenze digitali e la poca confidenza con internet, i canali di comunicazione come i social media rimangono fuori dalla loro portata.

All'interno del pacchetto formativo EMPOWER, consulenti, professionisti dell'orientamento, orientatori che lavorano con le persone nella fase di ricerca del lavoro possono trovare consigli pratici su come motivare le persone e incoraggiarle nella scelta dell'utilizzo dei social media per una ricerca attiva del lavoro. Seguite il corso e prendete appunti su come sfruttare i social media in maniera efficace per la propria carriera professionale.



commenti ecc. Possono formare o unirsi a gruppi pubblici o privati, inviare messaggi privati e pubblici, seguire pagine pubbliche, ecc.

### Consigli

Facebook è un social network utile per entrare in contatto con persone con interessi simili ai vostri e per seguire gruppi, società ed enti con cui potreste lavorare.

Un profilo Facebook, costruito sulla base di informazioni personali e foto, può essere un "biglietto da visita" buono ed efficiente. Fate attenzione a non pubblicare immagini troppo private e commenti imbarazzanti.



### LinkedIn

LinkedIn è un social network creato nel 2002 e dedicato ai professionisti, che permette di creare un account attraverso il quale create la vostra rete professionale, seguite i gruppi di vostro interesse, aziende, offerte di lavoro. LinkedIn è un ottimo strumento che permette di costruire il proprio curriculum e renderlo pubblico sottolineando i vostri punti di forza. Il profilo LinkedIn è un ottimo biglietto da visita, che vi rende visibili per le aziende, e di conseguenza migliora le opportunità di sviluppo di carriera. Viene utilizzato da tutte le aziende e da tantissimi esperti di recruiting: più il vostro profilo è unico, attraente, più possibilità avete sul mercato del lavoro.

### Consigli

LinkedIn può essere un social media più adatto a professionisti di medio/alto livello con maturata esperienza lavorativa, piuttosto che a persone che si affacciano al mondo di lavoro per la prima volta.



### Twitter

Twitter è un social network lanciato nel 2006. Questa piattaforma permette di comunicare con messaggi molto brevi, i cosiddetti "tweet" (ogni messaggio non può avere più di 140 caratteri). Twitter è un social nel quale la conversazione non è necessariamente reciproca. Ognuno di noi può seguire chi vuole, basta cercare con il motore di ricerca il nome della persona, dell'associazione o dell'azienda che vogliamo seguire e cliccare sul tasto "segui". Da quel momento, ogni volta che queste persone twittano qualcosa, il loro messaggio sarà ricevuto da noi. Twitter è diventato un social media molto amato da chi vuole essere costantemente informato, in tempo reale.

### Consigli

Scegliete Twitter per seguire le notizie dalle aziende che vi interessano.





### Instagram

Instagram ha conquistato più di 500 milioni di utenti, che preferiscono comunicare attraverso le immagini piuttosto di utilizzare testi, parole e discorsi. La piattaforma si basa sulla condivisione delle immagini su un particolare tema. Gli utenti di Instagram usano questa app per scattare o importare foto. L'app permette di utilizzare diversi filtri per modificare e descrivere la foto, e poi pubblicarla. Gli utenti possono collegare il proprio profilo Instagram con altri social media e condividere le informazioni attraverso altre piattaforme.

### Consigli

Instagram è un ottimo strumento per la presentazione di un prodotto attraverso le immagini. In caso desideriate presentare al potenziale datore di lavoro o clienti i risultati del vostro lavoro, potreste scattare delle belle immagini. Per un cuoco potrebbe essere la presentazione di un piatto sofisticato, per una parrucchiera l'immagine di una acconciatura particolare, per un architetto un'immagine dal design innovativo.



### YouTube

YouTube è un social media che permette agli utenti di caricare, guardare, dare un voto, condividere, commentare i video. Sulla piattaforma si trovano una grande varietà di video, presentazioni, annunci, tutorial legati a diverse tematiche. YouTube stimola la partecipazione, il dialogo e lo scambio con il pubblico, permettendo di creare un canale personale e pubblicare regolarmente dei video dalla propria casa.

### Consigli

Un video personale è un modo creativo per presentarsi: provate a prepararne uno cercando di tenere in considerazione gli elementi principali del branding.

I social network sono diventati parte della nostra vita quotidiana, sono fonte di informazioni e un canale di condivisione e comunicazione con gli altri. Esistono anche altri social generalisti, come per esempio: <https://www.reddit.com/>, <https://www.tumblr.com/>, <https://it.pinterest.com/>, o con un focus più specializzato, come: [www.funcook.com](http://www.funcook.com), che collega le persone amanti del cibo.



## Per saperne di più su come usare i social media per il branding personale



European Personal  
Branding for Employment

Il progetto European **Personal Branding for Employment** (EPBE) è un progetto internazionale, cofinanziato dal programma Erasmus+ e coordinato da UDIMA - Universidad a Distancia de Madrid, che mira a promuovere la costruzione di un personal brand online e l'utilizzo di tecniche Web 4.0 per la ricerca del lavoro. Il Personal branding si riferisce alle strategie di marketing per la **promozione di se stessi sul mercato del lavoro**. L'uso del personal branding è rafforzato dall'utilizzo crescente dei social media e del Web 4.0 (siti web online e profili personali sui social media). Attraverso i principali risultati del progetto (le linee guida per le scuole sul Personal Branding e Job Hunting 4.0, il corso online "Personal Branding", il corso on line "Job Hunting 4.0" (MOOC), il manuale metodologico sulla formazione a distanza del Personal Branding e il Job-Hunting on line), EPBE **migliora le competenze digitali** necessarie per cercare un impiego adeguato alle proprie necessità, facilitando così l'accesso al mercato del lavoro. EPBE mira, inoltre, a favorire l'apprendimento attraverso un approccio pedagogico incentrato sulle Open Educational Resources (OER). Maggiori informazioni e l'accesso ai corsi sono disponibili su: <http://epbe.eu/project/>.

### ESERCIZIO

Attività suggerite: guardate UNIT 3 "SOCIAL MEDIA and JOB HUNTING 4.0" del corso EPBE su Job Hunting e riflettete su seguenti domande:

Potete guardare il video di EPBE cliccando qui:

<https://www.youtube.com/watch?v=qLy6yn-jFZ8> e rispondere quindi alle seguenti domande:



**Domande:**

1. Quali sono i social media nominati nel video? Quali sembrano più adatti a voi e alle vostre ricerche?
2. Perché è importante includere la vostra immagine nel profilo?
3. Attraverso i social media potete farvi conoscere, presentando il vostro CV a potenziali datori di lavoro, ma anche rimanere aggiornato sulle notizie presentate dalle aziende di interesse. Cercate su Internet le aziende più importanti per il vostro profilo, scoprite i loro canali di comunicazione attraverso i social che usano, e seguite i loro passi (vi permette di essere aggiornato su nuove offerte per posti di lavoro).

## 2. I DISOCCUPATI DI LUNGO PERIODO CON PIÙ DI 45 ANNI

I disoccupati di lungo periodo in età matura sono spesso scettici per quanto riguarda l'utilizzo di Internet e soprattutto i social media. Quindi prima di convincerli a utilizzare i social media come motore di ricerca del lavoro, dobbiamo aiutarli prima a superare il disagio che provano nei confronti delle nuove tecnologie e solo in seguito aiutarli a sviluppare nuove competenze digitali. L'elenco degli ostacoli più comuni che le persone in età matura nominano più spesso nell'utilizzo dei Social Media comprende:

- mancata / scarsa alfabetizzazione informatica (non sono in grado di utilizzare PC ed e-mail);
- mancata / scarsa fiducia nell'utilizzo dei social network o paura di condividere informazioni sul web ("i social media sono pericolosi! Attraverso i social media qualcuno può rubare i miei dati/soldi, o la mia identità");
- scarsa fiducia in sé stessi e nelle proprie capacità (sono troppo vecchio per imparare a usare Internet);
- esperienza lavorativa o prospettiva di un lavoro per il quale l'utilizzo dei social media non sembra significativo (ho lavorato in una ditta di pulizie, i social media non sono utili).

### I benefici dei social media per le persone nella ricerca di lavoro in età matura:

- più esperienze lavorative da raccontare e condividere;
- migliore consapevolezza di sé stessi, dei propri punti di forza e di debolezza;
- ampia rete di conoscenze;
- usando social media dimostrate di essere flessibili, capaci di apprendere e adattarsi.



Foto: pexels

### Per chi ha una minima esperienza nell'utilizzo di un PC

Il personal branding è descritto da molti esperti come una sorta di storytelling, cioè rappresenta un modo per narrare la propria storia. I lavoratori più anziani e i disoccupati in età matura possono avere storie affascinanti da raccontare, e i social media possono essere usati per rendere queste storie ancora più interessanti, arricchendole con immagini e foto, e rendendo la storia più visibile a un pubblico più vasto grazie ai social media.

Per le persone più esperte con Internet, può essere utile creare un blog per raccontare la propria storia professionale e personale, illustrata con foto, grafici, video sulle esperienze professionali passate e sugli obiettivi per il futuro. Un blog può essere utilizzato come uno strumento per condividere contenuti sui social media. Esistono molte piattaforme gratuite per creare un blog, tra le più popolari: [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) e [www.blogger.com](http://www.blogger.com)



Foto: shutterstock



### 3. COME CREARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI SUCCESSO

Non basta più soltanto sentirsi a proprio agio con l'utilizzo di Internet. Per rendere la vostra interazione tramite i social media efficace, bisogna sviluppare un piano d'azione consapevole, cioè una strategia di comunicazione online.

**COME aiutare le persone in cerca di occupazione nella preparazione di una strategia di comunicazione efficace e coerente?**

Roberto Blake è un imprenditore creativo che ha aperto un proprio canale YouTube con obiettivi didattici, su cui condivide il proprio know-how con il pubblico su ciò che riguarda Freelancing, Marketing & Videos. Finora si è guadagnato una grande popolarità: 14.000.000 visualizzazioni e 226.000 persone registrate sul suo canale.

Ogni giorno Roberto pubblica video su diversi argomenti, come: Graphic Design, Design Education, Logo Design, Web Design; Tecnologia (app, software, demo, guide all'acquisto); Fotografia e video; Video di YouTube; Video Marketing; Small Business e Social Media; Vlog, recensioni di libri, video motivazionali, ecc.).

In questo video Roberto spiega come costruire una strategia di comunicazione coerente sui social media. Guarda il video su YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=BW-4XV2HbIA>



Personal Branding: How to Be Consistent

### Gli elementi chiave di una strategia di comunicazione

Per sviluppare una strategia di comunicazione efficace, dobbiamo prendere in considerazione i seguenti elementi:

<b>L'obiettivo da raggiungere con la strategia</b>
Trovare un lavoro come cuoco in un ristorante/ inaugurare un'attività di catering
<b>A chi ci si rivolge? Destinatari da raggiungere</b>
Ristoranti, mense, servizi di catering
<b>Il nostro messaggio (una frase breve che racconta di noi)</b>
Sono un bravissimo cuoco, creativo, veloce, preciso al lavoro. I miei piatti riescono a soddisfare i gusti più sofisticati. Sono esperto di cucina biologica e vegetariana. Mi piace parlare attraverso le immagini: guardate il mio profilo Pinterest.
<b>I canali/strumenti di comunicazione</b>
Per esempio, Funcook, Facebook, Instagram, etc.

### Raccomandazioni per gli orientatori

Per sostenere i disoccupati a lungo termine nella realizzazione di una propria strategia di comunicazione, si consiglia agli orientatori di seguire i seguenti passi:

- Analisi preliminare:
  - Digitate il nome della persona sul Web. Verificate quali contenuti sono presenti e quale impressione forniscono su di lei:
    - Risultati della ricerca. La persona è presente/assente sui social media?
    - Se sì:
      - Che immagine sulla persona mostrano?
      - Chi parla di questa persona e perché?
      - Se no: dedicate un po' di tempo a spiegare quali sono e come funzionano i maggiori social network e il concetto dell'identità digitale.
- Progettate un piano di comunicazione (seguendo i punti inclusi nella precedente tabella):
  - Il ruolo di un orientatore è in questo caso molto vicino alla figura di un coach – cercate di accompagnare la persona nello sviluppo della strategia aiutandola ad abbinare il più

possibile i propri obiettivi professionali con i propri punti di forza (il vostro feedback costruttivo conta!);

- Identificate i vostri destinatari, cioè a chi deve arrivare il tuo messaggio.
- Selezionate i canali / piattaforme più appropriati per arrivare ai destinatari.
- Disegnate un piano realistico, tenendo in considerazione:
  - il messaggio che volete mandare;
  - la foto da allegare e una breve biografia;
  - cosa, quando e quanto spesso volete pubblicare delle informazioni.
- Monitoraggio periodico e revisione del piano:
  - Ricordatevi di monitorare e riflettere sui risultati del piano. Cercate di analizzare i risultati a base della regolarità di comunicazione, il numero delle persone che avete contattato o che vi hanno contattato attraverso i social media.

## REPUTAZIONE ONLINE

La reputazione online è l'immagine della persona sul Web, costruita su due elementi di base:

- informazioni che pubblica su se stesso.
- informazioni che altre persone dicono su di lei.

Per quanto riguarda i social media, siate prudenti con il contenuto: è importante non pubblicare foto imbarazzanti sulla propria vita privata ed evitare di assumere posizioni politiche forti o esprimere opinioni negative su persone o fatti pubblici.

D'altra parte bisognerebbe evitare i post e le immagini troppo generici, in modo da tenere il contenuto dinamico e interessante.

Non è facile trovare il giusto equilibrio, ma cercate di usare il buonsenso.



## 4. ESERCIZI

Leggete i seguenti casi di esempio e per ognuno di essi analizzate i principali ostacoli che impediscono alle persone di utilizzare i social network e i possibili principali benefici che potrebbero ottenere grazie al loro utilizzo. Per ciascuno di essi sviluppate una strategia di comunicazione seguendo il modello presentato prima.

### 1. Il caso di Michele (55 anni)



Foto: Pexels

Michele ha lavorato per molti anni come camionista, ma ha dovuto lasciare il lavoro a 40 anni a causa di un problema di salute (mal di schiena). A quel tempo, aveva due bambini piccoli e siccome sua moglie aveva un lavoro ben retribuito e a tempo pieno, ha deciso di fare il "casalingo".

Ora i bambini sono cresciuti e vuole trovare una nuova occupazione.

Michele è bravo nell'aggiustare le cose (si prende cura della casa e dell'intero edificio) e ha ottime capacità sociali (a scuola dei figli ha partecipato alle associazioni dei genitori). Vorrebbe un lavoro che lo tenga in contatto con le persone, magari in un bar o in un ristorante. Non può tuttavia fare un lavoro fisico troppo pesante.

Michele ha competenze informatiche, ma non utilizza alcun social media. Pensa di essere troppo vecchio per i social media.

Disegnate una strategia di comunicazione per Michele usando il precedente modello.

Cercate di riflettere su:

- Quali sono i principali ostacoli per Michele nell'utilizzare i social media nella ricerca di un lavoro?
- Come possono essere risolti questi ostacoli?
- Definite una strategia di comunicazione per Michele.

## 2. IL CASO DI MONICA (54 ANNI)



Monica ha lavorato come parrucchiera da quando ha compiuto 20 anni. È stata costretta a smettere di lavorare per poter prendersi cura prima dei suoi figli e poi della sua mamma anziana. Durante questi anni ha lavorato come baby sitter e occasionalmente in un bar. Ora i bambini sono cresciuti e ha bisogno di trovare un lavoro.

Monica è molto brava come parrucchiera, ma è passato tanto tempo e non si sente competitiva con i più giovani. Monica è anche brava a cucire e cucinare. Con l'aiuto di sua figlia, Monica ha imparato a navigare sul Web e usare la posta elettronica.

Cercate di riflettere su:

- Quali sono i principali ostacoli per Monica nell'utilizzare i social media nella ricerca di un lavoro? Come è possibile risolverli?
- Come potrebbe sfruttare i social media per la promozione del proprio brand? Quali benefici potrebbero portarle?
- Disegnate una strategia di comunicazione per Monica.

### 3. Il caso di Luca (42 anni)



Foto: Pexels

Luca è un grafico molto abile. Ha lavorato per un lungo periodo in una società, ma quando questa è stata venduta a un nuovo proprietario, Luca a 38 anni ha lasciato il proprio posto di lavoro perché la missione e stile del nuovo proprietario non erano in linea con le sue aspettative.

Negli ultimi anni Luca ha cercato di avviare un proprio progetto imprenditoriale da solo, ma senza successo e alla fine lavora come libero professionista.

Interessi e abilità: Luca non è solo bravo in design grafico ma anche in interior design e falegnameria. Gli piace rinnovare i vecchi mobili e sogna di aprire un B&B.

Luca utilizza i social media (principalmente Facebook e Instagram) per rimanere in contatto con i suoi amici.

Cercate di riflettere su:

- Quali sono i principali ostacoli per Luca nell'utilizzare i social media nella ricerca di un lavoro? Come è possibile risolverli?
- Come potrebbe sfruttare i social media per la promozione del proprio brand? Quali benefici gli potrebbero portare?
- Disegnate una strategia di comunicazione per Luca.

## 5. CONSIGLI PRATICI PER I DISOCCUPATI DI LUNGA DURATA

### Cinque passi per sviluppare il brand personale attraverso i social media

Secondo gli esperti di marketing online, ci sono alcune regole da seguire per costruire una strategia di personal branding di successo sui social media. Potete trovare sul web diversi articoli, video ed esercitazioni su questo argomento. Tra tutti abbiamo scelto i seguenti cinque passaggi, suggeriti dagli esperti di BUFFER (<https://buffer.com/app>)

#### 1- SCEGLIETE DUE-TRE AREE DI ESPERIENZA

- Per che cosa vorreste essere conosciuti?
- Cercate di specificare il più possibile il vostro campo di esperienza. Invece di scegliere aree troppo generiche, come “marketing” o “risorse umane”, scegliete una specializzazione.
- Fate una ricerca (usando le parole chiave) collegata alle aree prescelte e scoprite le tematiche di attualità.
- Identificate chi ne parla di più, ENTRA IN CONTATTO con gli influencer.

#### 2- CREATE UNA VISIBILITÀ COERENTE

- Mantenere la visibilità coerente aiuta gli altri a trovarvi e ricordarsi di voi.
- Scegliete e utilizzate lo stesso nome e le stesse foto del profilo su tutti i canali social.
- Create un design attraente: un taglio brillante, un titolo originale, una grafica creativa.
- Definite un vostro stile di pubblicare sui diversi canali.
- (Se necessario) potreste mantenere separati il profilo personale e professionale usando diversi alias.

#### 3- PUBBLICATE CON REGOLARITÀ SUI SOCIAL PIÙ IMPORTANTI PER LA VOSTRA PROFESSIONE

- Fatevi conoscere – è il primo passo del grande brand.
- Siate prudenti per quanto riguarda le informazioni e immagini pubblicate – mai aggressivi o imbarazzanti. Fidatevi del vostro buon senso e cultura personale. Pubblicando sui social create la vostra reputazione online – ha importanza cosa dite e cosa dicono di voi.
- Condividete la vostra esperienza con gli altri.
- Pubblicate su tematiche varie, in formati diversi, immagini e video, ma ricordatevi che tutti fanno parte del vostro messaggio, e quindi sceglieteli in modo consapevole.



#### 4- ALLARGATE LA VOSTRA RETE – PARTECIPATE A GRUPPI E NETWORK

- Sui social media conta l'approccio attivo, cercate di essere coinvolti nelle discussioni del vostro gruppo.
- Non esitate di chiedere consiglio alle persone che ritenete più esperte.
- Siate disponibile con gli altri. Chiedete agli altri membri del gruppo se c'è qualcosa che potete fare per loro.
- Fate tante domande.
- Siate interattivi.

#### 5- MONITORATE LA VOSTRA REPUTAZIONE ON-LINE

- Che cos'è la reputazione online?
- Che cosa dicono di voi sul web? quali informazioni trovate?
- Come vi presentate sul web?

#### Consigli per migliorare la reputazione online



Quando pubblicate qualcosa sui social, cercate di rendere il vostro messaggio interessante, in modo da coinvolgere i vostri contatti in un dialogo e partecipazione attivi. Dovreste cercare di vedere come reagiscono e rispondere a tutti commenti (sia positivi che negativi). Inoltre, dovreste monitorare periodicamente la vostra reputazione cercando il vostro nome su Google per vedere cosa si dice di voi sul web.

Uno strumento utile è gratuito che permette di tenere sotto controllo la vostra presenza online è la piattaforma My Reputation: <https://www.my-reputation.it/>.

## BIBLIOGRAFIA

1. EPBE European Personal Branding for Employment Project web site <http://epbe.eu/project/>
2. How to Build Your Personal Brand — Videos on Sujan Patel YouTube Channel:
3. [https://www.youtube.com/watch?v=Kd5Xno8ucxE&index=1&list=PLvpUyy95uwJx2\\_YsECXjwQfPU3LMtS23w;](https://www.youtube.com/watch?v=Kd5Xno8ucxE&index=1&list=PLvpUyy95uwJx2_YsECXjwQfPU3LMtS23w;)(Part 1)
4. [https://www.youtube.com/watch?v=Pi0\\_q0eXudl&index=2&list=PLvpUyy95uwJx2\\_YsECXjwQfPU3LMtS23w](https://www.youtube.com/watch?v=Pi0_q0eXudl&index=2&list=PLvpUyy95uwJx2_YsECXjwQfPU3LMtS23w) (Part 2)
5. Twitter Job Hustle- Video on Vimeo <http://vimeo.com/25812909>
6. If You're An Over-50 Worker, Are You Too Old For Personal Branding? Article by Tony Faustino on Social Media Reinvention <http://www.socialmediareinvention.com/over-50-worker-too-old-personal-branding/>
7. How to build your personal branding Video on YouTube ICON Network Channel <https://www.youtube.com/watch?v=MaP7ofAHoc4>
8. Social Media and the Older Worker Job Hunt- by Kerry Hannon in Forbes
9. <https://www.forbes.com/sites/kerryhannon/2012/10/13/social-media-and-the-older-worker-job-hunt/#2e602f1643c8>
10. The 5 keys to building a Social Media strategy for your Personal Branding by Kevan Lee on Buffer Social <https://blog.bufferapp.com/social-media-strategy-personal-branding-tips>





