

# Cosa dicono di te quando tu non ci sei? Personal Branding e vino

scritto da Lavinia Furlani | 25 Gennaio 2022



Se ne sente parlare spesso, ma non tutti sanno esattamente cosa sia, o meglio, come funzioni. Cos'è esattamente il **personal branding**?

**È quello che gli altri dicono e pensano di te quando tu non ci sei.** E si può tradurre nella **ragione per cui un cliente, o un datore di lavoro, possono decidere di sceglierci!** Essere un professionista, in qualsiasi ambito, e nello specifico, nel settore vitienologico, richiede competenze ed esperienza.

**La cosa che riesce a farci distinguere davvero, però, è la strategia con cui definiamo i nostri punti di forza,** che ci rende unici e differenti rispetto ai nostri competitor.

Cosa sappiamo fare, come lo sappiamo fare, quali benefici portiamo, perché gli altri dovrebbero sceglierci.

Fare personal branding, vuol dire innanzitutto saper chiarire e definire questi punti, attirando delle opportunità mirate, rispetto a quello che si sta facendo. Non ha a che fare con il dare un'immagine di sé falsa, o con il far percepire un falso valore del proprio prodotto; non coincide nemmeno con il

Social Media Marketing, o con altri servizi digitali: prima di avventurarsi in queste cose, è necessario assicurarsi di **sapere chi siamo e come vogliamo essere percepiti.**

Il brand si costruisce partendo dalla propria personalità, dall'unicità, dai propri punti di forza, e dalla capacità di costruire relazioni con i propri interlocutori.

È fondamentale riuscire a trasmettere esattamente, e in maniera chiara, le informazioni che possono servire ai nostri clienti, in modo che siano loro a cercarci! Siamo sommersi e continuamente stimolati da contenuti di ogni tipo, tanto da essere assuefatti da una modalità "social" di vivere anche negli aspetti commerciali della nostra professione. Da dove partire?

Chi si occupa di recruiting, come noi con Wine Talent, conosce bene ormai i soliti clichè, e li conoscono anche i nostri potenziali partner commerciali. Raccontare se stessi, è una componente fondamentale, e "fisiologica", soprattutto quando non si parla di vendita tradizionale .

**Tutto è mercato, qualsiasi luogo può essere lo scenario di una trattativa commerciale,** senza che voi ve ne rendiate conto. Il modo in cui vi ponete, esprimete idee, e suggerite il valore della vostra professionalità, della vostra azienda o del vostro prodotto, potrà determinare una decisione positiva o negativa nel vostro interlocutore, ancor prima che "vi sediate a tavolino". Quindi attenzione: state diffondendo più "messaggi commerciali" di quelli che voi riuscite a controllare, siete pronti ad accoglierne le conseguenze?

Definite voi stessi al meglio, e anche il vostro business avrà un raggio d'azione ben preciso. Una volta **individuata l'idea** che volete comunicare, e **i clienti che volete raggiungere, la modalità sarà più semplice e chiara,** e per questo, **più efficace.**

I passaggi sono "semplici" (a parole...):

- Sei in grado di sapere chi sei?
- Sei in grado di definirti e raccontarti in modo chiaro?
- Hai chiaro come vorresti essere percepito?
- Hai capito come invece gli altri ti percepiscono e come mai?
- Che cosa puoi fare per colmare questo gap?

Questi sono i primi passi capire come è il tuo Personal Branding. Vuoi saperne di più?

Noi possiamo aiutarti con i nostri [Campus Branding](#) e [Public](#)

[Speaking.](#)

**Consulta il nostro catalogo di corsi!**