

Indice

Introduzione	1
1 Personal brand e personal branding: prospettive e applicazioni	7
1.1 Un necessario punto di partenza	7
1.2 Gli ambiti di applicazione del personal brand	12
1.3 Il personal branding oggi	16
1.4 La natura dialettica del personal branding	17
1.5 Il personal branding in action: una possibile mappa da seguire	25
2 La personal brand identity	29
2.1 Le due anime della personal brand identity	29
2.2 Self-professionale e identità	35
2.3 Self-personale e identità	46
3 Il personal brand positioning	73
3.1 Gli obiettivi del personal brand positioning	73
3.2 Il significato di positioning per il personal brand	76
3.3 Le strategie per il personal brand positioning	79
3.4 Definire e stabilire il personal brand mantra	86
3.5 Il quadro di riferimento	94
3.6 La natura della concorrenza	103
3.7 Gli elementi di parità (PoP) e di differenza (PoD)	105
4 Personal brand value proposition	113
4.1 Una proposta di valore	113
4.2 Il modello Johari	114
4.3 La componente identificativa: i personal brand element	120
5 Personal brand value proposition: storytelling e transmedia storytelling	147
5.1 La componente espressivo-percettiva: lo storytelling	147

5.2	La componente diffusiva: il transmedia storytelling	173
5.3	Fare personal branding attraverso il digitale e i social media	177
6	Personal brand KPI's	205
6.1	La misurazione del valore del personal brand	205
6.2	Il significato di KPI	208
6.3	I passaggi fondamentali del processo di personal branding	211
6.4	Personal brand scorecard: la metodologia	212
6.5	Personal brand dashboard: un ulteriore passo metodologico	215
6.6	A ciascuno la sua personal brand dashboard: dal metodo ai KPI	224
Allegati Capitolo 2		243
Allegato 2.1	Questionario di self-assessment sulle competenze possedute	243
Allegato 2.2	Misurazione dei valori personali (Scala RVS-Rokeach Value Survey)	248
Allegato 2.3	Misurazione dei valori personali (Scala LOV-List of Values)	249
Allegato 2.4	Misurazione della Brand Personality (Scala BPS-Brand Personality Scale)	249
Allegato 2.5	Valutazione dell'archetipo che è in te	252
Allegati Capitolo 3		261
Guida alla compilazione e all'interpretazione		261
Allegato 3.1	Misurazione dei valori personali (Scala RVS-Rokeach Value Survey)	264
Allegato 3.2	Misurazione dei valori personali (Scala LOV-List of Values)	265
Allegato 3.3	Questionario di assessment sulle competenze possedute	265
Allegato 3.4	Misurazione della Brand Personality (Scala BPS-Brand Personality Scale)	271
Allegato 3.5	Valutazione dell'archetipo che è in te	276
Ringraziamenti		285