



*in collaborazione con*



# **PERSONAL BRANDING**

## **COME PROMUOVERSI & FARSI CAPIRE NEL MONDO DEL LAVORO**

**Fausto Ciarcia (Direttore HR W. Astoria Hilton)**  
**Stefano Biscioni (Presidente ESI)**

**Giovedì' 13/03/2014 – Salone delle Fontane**

# AGENDA





# BRAND



## Un po' di teoria

I marchi sono segni utilizzati nel commercio per identificare i prodotti. Nel quadro giuridico della proprietà intellettuale, sono molto utili.

I marchi hanno grande impatto visivo e sono quindi indispensabili per l'attività di un'impresa.

Gli Stati membri dell'Unione europea hanno armonizzato il diritto dei marchi: da Tallinn a Toledo, le regole sono le stesse.

In tutta l'Unione, i marchi registrati hanno la stessa definizione giuridica:

*"Possono costituire marchi di impresa tutti i segni che possono essere riprodotti graficamente, in particolare le parole, compresi i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, la forma del prodotto o il suo confezionamento, a condizione che tali segni siano adatti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese."*

**[Art. 2 della direttiva 2008/95/CE del Parlamento europeo e del Consiglio](#)**

# BRAND



In pratica, significa che...

Il marchio è il simbolo grazie al quale vostri clienti riconoscono una specifica azienda, i prodotti e servizi che offre e le emozioni che vuole esprimere.

Il marchio distingue l'impresa dalla concorrenza. Registrando il marchio, lo si può proteggere e consolidarlo.

In alcuni paesi è possibile ottenere la protezione anche se il marchio non è registrato, a condizione che sia usato. Tuttavia, è sempre consigliabile registrare il marchio della propria azienda per avere la migliore protezione.

L'unica condizione per la registrazione di un marchio è che deve essere definito chiaramente, altrimenti nessuno - né voi né i vostri concorrenti - avrà la certezza di ciò che comprende la registrazione.

# BRANDING



Qual è il  
marchio  
della mia  
azienda?

Per cosa  
voglio  
che sia  
nota?

# BRANDING



# PERSONAL BRANDING

Qual è il  
mio  
marchio  
distintivo?

Per cosa  
voglio  
essere  
noto?

# PERSONAL BRANDING

**Tu hai un marchio anche se non lo sai ancora!**

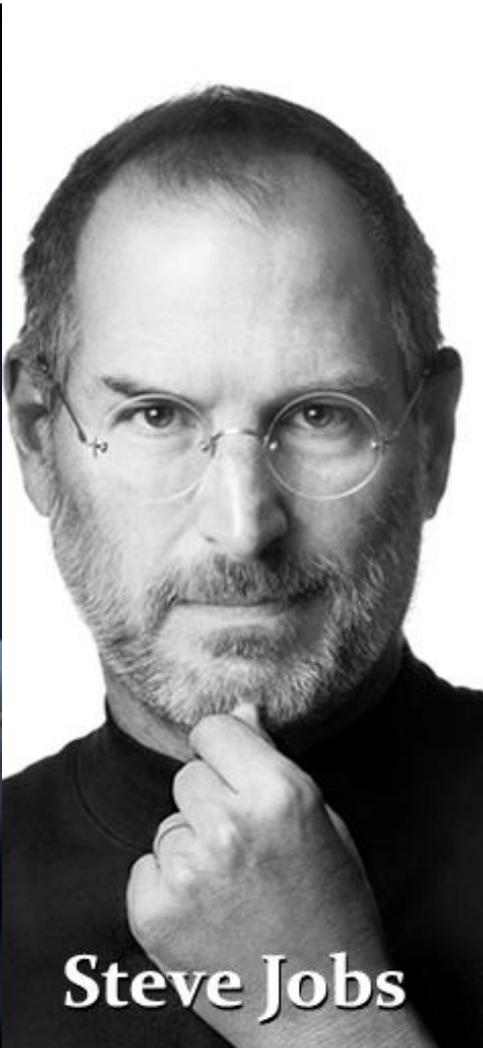


# PERSONAL BRANDING

**Tu hai un marchio anche se non lo sai ancora!**



# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING

## Choose well.

**La vostra Brand Promise**

**I vostri Contributi Unici / Talento**

**Il Marchio che avete per Default**

**I vostri comportamenti e punto di vista**

# PERSONAL BRANDING



**TOYOTA**



GIORGIO ARMANI



VERSACE



HILTON  
WORLDWIDE



InterContinental Hotels Group

# PERSONAL BRANDING

“Un grande marchio trasmette emozioni. Le emozioni governano quasi tutte le nostre decisioni. Un marchio proietta moltissime esperienze di valore. Si tratta di una connessione emotiva che il marchio ha e che va oltre il prodotto”

**Scott Bedbury, Nike/Starbucks**

# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING

- Quali sono I miei obiettivi?
- Cosa mi piace veramente?
- Quali sono i miei punti di forza, le mie competenze, capacità, esperienze professionali e personali?
- Qual è il mio interlocutore ideale?
- Cosa mi rende credibile?
- Cosa mi rende affidabile?
- Che cosa posso dare io e solo io che gli altri non potranno mai (il mio talento)?
- Su che arco temporale voglio ragionare?

**BE**  
yourself  
authentic  
different  
consistent  
original  
helpful  
patient  
responsible  
available  
exciting  
visible  
memorable  
everywhere

# PERSONAL BRANDING



**Personal brand is what  
people say about you  
when you leave the room.**

- Jeff Bezos, Founder, Amazon.com

# PERSONAL BRANDING

- Curriculum Vitae
- Social curriculum vitae
- Network
- Raccolta delle informazioni
- La conoscenza del mercato
- Aggiornamento continuo
- Essere coerenti con il proprio marchio (coerenza a se stessi).  
L'immagine esterna deve corrispondere alla propria vision

I ❤️  
BRAND

# PERSONAL BRANDING



# PERSONAL BRANDING

## ACTION : PARTECIPA ALLA SELEZIONE

- Il colloquio di selezione è la fase di valutazione in cui vengono vagliate le tue competenze per definire se sei il candidato migliore per ricoprire un determinato profilo professionale.



- Il colloquio è la fase centrale e determinante della selezione del personale in cui hai l'opportunità di illustrare le tue competenze per far capire di essere un buon candidato.

# PERSONAL BRANDING

La preparazione al colloquio prevede:

- raccolta di quante più informazioni possibili sull'albergo/compagnia alberghiera e sulla mansione. Più informato sarai più avrai modo di impressionare il datore: denota interesse, competenza e spirito d'iniziativa;
- preparazione alle domande del selezionatore;
- definizione di una lista di domande che desideri porre al selezionatore;
- l'identificazione della sede del colloquio. Perdersi alla ricerca della sede e giungere in ritardo spesso vuol dire giocarsi l'occasione;
- decidere cosa indossare: la prima impressione è molto importante e il modo in cui ti vesti ha un forte impatto. Non ci sono regole generali se non quello di indossare abiti sobri e adatti all'albergo/compagnia alberghiera e al ruolo che vuoi ricoprire (evita qualsiasi eccentricità).

# PERSONAL BRANDING

L'atteggiamento generale da tenere durante un colloquio:



- ricordati che sei lì per offrire qualcosa (in cambio dello stipendio) e non per elemosinare il lavoro che ti possono offrire;
- attenzione ai primi momenti del colloquio: rispondi brevemente e chiaramente, parlando per non più di 2 minuti alla volta, non lasciare mai cadere il silenzio;

# PERSONAL BRANDING

- non criticare mai ex datori di lavoro, clienti, fornitori, colleghi;
- esponi il lato positivo anche dei tuoi difetti (“... mi dica, quali sono i suoi lati deboli sul lavoro?” Rispondi: “Amo il lavoro fatto bene fino in fondo e a volte sono un po’ troppo esigente...” );
- **NON mentire, MAI.**



# PERSONAL BRANDING

Domande tipiche di un colloquio di lavoro:

Domande personali

- mi parli di Lei
- quali sono i Suoi obiettivi professionali?
- quali sono i Suoi principali difetti e le principali qualità?
- descriva una Sua giornata di lavoro tra 5, 10 anni;
- qual è stato il Suo più grande fallimento e il Suo maggior successo?
- quale è il Suo lavoro ideale?
- quali sono le occasioni in cui litiga con le persone, e perché?
- come prende una decisione importante?
- quali libri legge?
- che hobby ha?

# PERSONAL BRANDING

## Esperienze professionali e formazione

- riassuma brevemente il Suo curriculum
- come ha scelto il corso di studi? che materie di studio ha preferito? se ricominciasse, quale corso di studi sceglierebbe?
- perché sta cercando un altro lavoro? perché ha accettato l'ultimo lavoro?
- cosa pensa del Suo attuale datore di lavoro?
- che cosa pensa dei Suoi colleghi?
- che cosa Le piaceva di più e cosa di meno del Suo impiego precedente? ed in quello attuale?
- mi parli del Suo peggiore e del Suo migliore datore di lavoro.

# PERSONAL BRANDING

- Lavoro proposto
- che cosa pensa di questo lavoro?
- perché si è candidato?
- cosa conosce del nostro albergo/compagnia alberghiera?
- mi spieghi le ragioni per le quali dovremmo assumerla.
- che cosa pensa di avere in più degli altri?
- quanto vuole guadagnare? quanto guadagna attualmente?

# PERSONAL BRANDING

Gli strumenti utilizzati possono essere:

- test psicoattitudinali che mirano a testare le tue abilità logico-matematiche, linguistiche ed operative;
- questionari di personalità che analizzano le tue caratteristiche emotive e caratteriali;
- prove di gruppo che valutano le tue capacità di lavorare in un team ed alcuni tratti di personalità come la leadership, l'autonomia, la capacità di contatto, la creatività ecc.



# PERSONAL BRANDING

**“.....Se continui a fare le cose così' come hai sempre fatto non farai che ottenere sempre gli stessi risultati che hai sempre ottenuto.....”**

