

Documento – 24/03/2014

Seminario sul Personal branding: follow up

L'incontro, co-organizzato da Unindustria con Confindustria Perform ed ADA Lazio, si è tenuto lo scorso giovedì 13 marzo. In allegato la presentazione dei relatori

Nell'ambito del turismo Unindustria ha sempre insistito sull'esigenza di formare professionisti che sappiano immaginare, proporre e costruire nuovi mix di servizi e nuovi standard di accoglienza, maneggiando con padronanza argomenti quali la sostenibilità ambientale e il turismo naturalistico, le riqualificazioni di aree dismesse o sottostimate, la promozione della creatività e delle unicità del food e fashion, le campagne di fund raising e il marketing reputazionale, fino alle opportunità offerte dal comparto congressuale.

Il nostro seminario sul [Personal Branding](#) (particolarmente gremita la sala Foyer del Salone delle Fontane), co-organizzato con Confindustria Perform ed ADA Lazio, rappresenta quindi un tassello di quel percorso che **mira a facilitare l'incontro** tra la domanda e l'offerta di lavoro di qualità.

Il capitale umano, a tutti i livelli di responsabilità, rappresenta il maggiore asset dell'impresa turistica e può aumentare le capacità competitive della singola azienda, ma più ancora dei sistemi territoriali che costituiscono la spina dorsale dell'offerta italiana.

Nel mezzo di un passaggio importante nella cultura imprenditoriale turistica, in cui è ormai chiaro a tutti gli operatori che è necessario un salto di qualità per rimanere competitivi con altre mete turistiche, fare Personal Branding significa influenzare positivamente gli altri facendo in modo che le informazioni su di noi che riteniamo più importanti giungano in anticipo e siano rintracciabili anche quando non si può prevedere dove e da chi saranno ricercate. Anche perché il turista è sempre più alla ricerca di una esperienza di viaggio soddisfacente in ogni singolo aspetto del suo soggiorno ed oggi ha tutti gli strumenti per non fare salti nel buio.

Ecco perché **fare Personal Branding significa scegliere di farsi scegliere**.

Ricordiamo i temi trattati durante il seminario:

- L'importanza del Personal Branding: come proporsi, cosa non fare, in che modo evitare le incongruenze e le esagerazioni;
- Identificare e conoscere il proprio brand: definire il Personal Brand Profile, individuare il giusto target audience, sapere come distinguersi;
- Comunicare il proprio brand: scegliere gli strumenti più efficaci, promuovere la propria reputazione online, conoscere l'importanza della comunicazione non verbale;
- Controllare l'ecosistema del proprio brand: focalizzare gli sforzi su specifici segmenti-obiettivo, costruire e coltivare il proprio network.

In allegato è disponibile la presentazione dei relatori Fausto Ciarcia (Direttore HR W. Astoria Hilton) e Stefano Biscioni (Presidente ESI).

Allegati

» [Personal Branding - Come promuoversi & farsi capire nel mondo del lavoro](#)

Sito di provenienza: UNINDUSTRIA – <https://www.un-industria.it>