

INDICE

- 9 Prologo
- 11 Introduzione
- 13 Cos'è e a cosa serve la reputazione personale
 - 13 Perché oggi è più che mai importante occuparti del tuo brand
 - 16 Cosa impariamo dal marketing dei prodotti
 - 19 Uno strumento indispensabile, il racconto di storie autentiche
 - 22 Il pubblico non vuole connettersi con le aziende ma con le persone
 - 25 La reputazione nel mondo del lavoro
 - 28 Non solo competenza
 - 32 In sintesi. Prima di iniziare a lavorare alla tua reputazione personale
- 35 Definire e comunicare il tuo brand
 - 35 Come iniziare: l'analisi del brand attuale
 - 38 La rete non dimentica: l'analisi del web
 - 42 Identifica il tuo target
 - 46 Il tuo percorso su misura
 - 50 Definisci la tua brand identity
 - 56 Gli strumenti del personal branding
 - 60 Un'immagine vale più di mille parole
 - 69 L'arte di tacere
 - 74 In sintesi. La strategia di costruzione della reputazione
- 77 La sfida del digitale
 - 77 La tua immagine online: da dove cominciare
 - 80 La scrittura per il web
 - 89 I social media mainstream: LinkedIn, Twitter, Facebook e Instagram
 - 99 L'esplosione del video e il ritorno all'ascolto: da YouTube e Tik Tok ai podcast
 - 105 Ripulire la reputazione sul web
 - 110 In sintesi. Il vademecum del personal branding online

INDICE

- 113 Come la tua reputazione può aiutarti a guidare il cambiamento
 - 113 La reputazione dei manager: dal *Ceo branding* al *Ceo activism*
 - 120 Attrarre clienti con la tua reputazione personale
 - 123 Evoluzioni della professione del giornalista: dalla “firma” al personal brand
 - 128 La vita personale scende in politica
 - 133 *Employee activism*: coinvolgere le persone per promuovere la reputazione aziendale
 - 136 Il *career change*: un nuovo brand per reinventarsi professionalmente
 - 140 Quando errori e crisi diventano opportunità
 - 146 In sintesi. Usare la reputazione personale per contribuire alla vita sociale

- 149 Il personal branding in azione
 - 149 Regina Elisabetta II, una vita dedicata al servizio del paese
 - 150 Tim Cook, l'importanza dell'autenticità
 - 151 Elon Musk, coinvolgere il pubblico e sorprendere i media
 - 153 Papa Francesco, gesti e parole di vicinanza
 - 154 Banksy, il personal branding oltre l'identità personale
 - 155 Alexandria Ocasio-Cortez, una storia personale che spinge all'azione
 - 157 Marco Alverà, comunicare la transizione energetica
 - 158 Megan Rapinoe, il successo sportivo al servizio delle cause sociali
 - 159 Francesco Totti, la forza dell'autoironia
 - 161 Bebe Vio, un esempio per superare i propri limiti

- 163 Il decalogo della reputazione personale

- 165 Appendice. Come costruire la tua reputazione personale

- 167 Letture per approfondire: una selezione

- 175 Bibliografia

- 191 Ringraziamenti