

# Indice

<b>Introduzione</b>	<b>1</b>
<b>1 Personal brand e personal branding: prospettive e applicazioni</b>	<b>7</b>
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
<b>2 La personal brand identity</b>	<b>29</b>
2.1 Le due anime della personal brand identity	29
2.2 Self-professionale e identità	35
2.3 Self-personale e identità	46
<b>3 Il personal brand positioning</b>	<b>73</b>
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
<b>4 Personal brand value proposition</b>	<b>113</b>
4.1 Una proposta di valore	113
4.2 Il modello Johari	114
4.3 La componente identificativa: i personal brand element	120
<b>5 Personal brand value proposition: storytelling e transmedia storytelling</b>	<b>147</b>
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
<b>6</b>	<b>Personal brand KPI's</b>	<b>205</b>
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
<b>Allegati Capitolo 2</b>		<b>243</b>
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
<b>Allegati Capitolo 3</b>		<b>261</b>
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
<b>Ringraziamenti</b>		<b>285</b>