



# Social Impact Play

## Attori di scelte

Attivamente

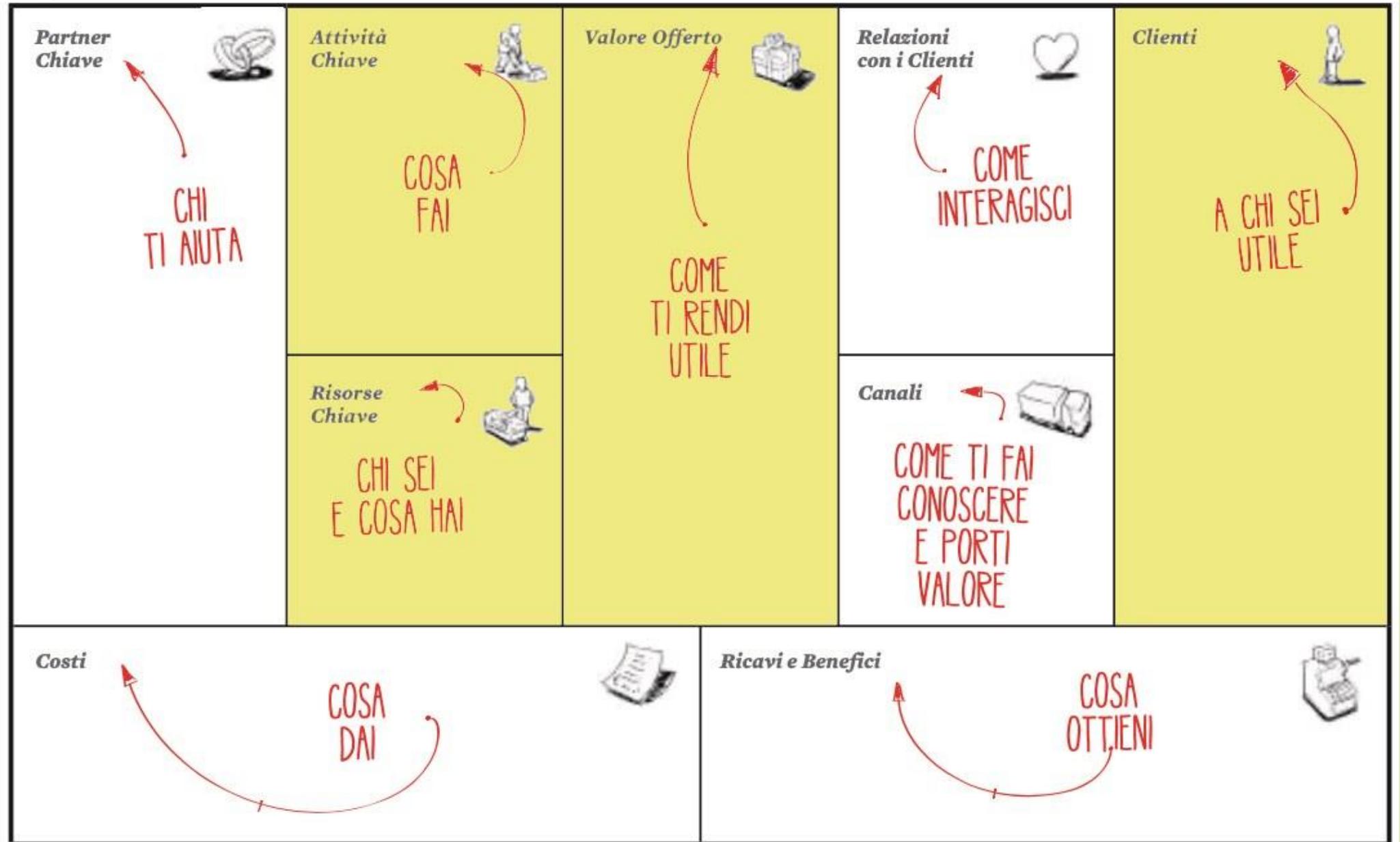
Confcooperative Rovigo - Zico

**Personal Business Model Canvas e Personal  
branding**



# Il Personal Business Model Canvas

# PERSONAL Il Business Model Canvas





# Risorse chiave

- E' il tema del primo e secondo incontro.
- Sono le nostre competenze, i nostri talenti, i nostri sogni e le nostre passioni, i valori, i desideri, gli obiettivi. E' **chi siamo!** E' il nostro scopo, il nostro perché.
- E' importante che conosciamo chi siamo perché siamo soddisfatti di un lavoro, di un'attività quando è in armonia con noi stessi e con i nostri valori.
- E quando facciamo un'attività che ci piace, in cui crediamo, siamo anche **più motivati** e **più ispirati**. E siamo anche **più interessanti!**



# i Clienti (A chi sei utile)

- **Partiamo dai bisogni dei clienti**, sia che siamo imprenditori o professionisti, sia che vogliamo lavorare per un'impresa (in questo caso i "clienti" sono i datori di lavoro a cui forniamo i nostri servizi).
- E' la **formula per trovare lavoro, per svolgere una professione o per creare un'attività**: fare qualcosa di cui c'è **bisogno**, che risolve un **problema** o che porta dei **benefici**.

# La mappa dell'empatia

**Cosa pensa e sente realmente**

Cosa conta realmente per lui

Le preoccupazioni principali

I problemi e le aspirazioni

## **COSA SENTE?**

Cosa dicono gli amici

Cosa dice il capo

Cosa dicono gli influencer

Chi lo influenza?

## **COSA VEDE?**

Ambiente

Amici

Cosa offre il mercato

## **COSA DICE E FA?**

Atteggiamento in pubblico

Aspetto

Comportamento nei confronti degli altri

## **DISAGIO**

Paure

Frustrazioni

ostacoli

## **GUADAGNO**

Desideri/bisogni

Misure del successo



# Valore offerto (Come ti rendi utile)

- Quali sono i **bisogni** dei tuoi clienti o dei tuoi datori di lavoro (che tu soddisfi)?
  - Quali sono i loro **problemi** (che risolvi)?
  - Quali **benefici** porti ai tuoi clienti o ai tuoi datori di lavoro?
  - Come **aiuti** i tuoi clienti o il tuo datore di lavoro?
- 



# Attività chiave (Cosa fai)

- ▶ E' semplicemente l'attività che facciamo. O le varie attività che svolgiamo (dalla mattina alla sera). Qual è quella chiave?
- 



Dall'Attività chiave al Valore  
offerto



# Dall'Attività chiave al Valore offerto (1)

- Chris è laureata in giornalismo. Con la crisi dei giornali tradizionali si iscrive ad un corso di giornalismo scientifico e inizia un lavoro part-time come **correttrice di bozze** per professori universitari.
- Ad un certo punto **si rende conto che il suo vero lavoro è più che correggere testi: è aiutare** i docenti universitari a essere pubblicati nelle più importanti riviste accademiche.
- Da quel momento decide di aumentare sensibilmente il suo compenso orario e di farsi pagare anche le ore dedicate alle ricerche. **Risultato?** Ha ottenuto **più clienti di prima**.



## Dall'Attività chiave al Valore offerto (2)

- **All'inizio** Chris si focalizzava sulla **mera attività**, facendo sì che i suoi clienti la vedessero solo come un “migliorare la leggibilità e lo stile” dei testi.
- Quando Chris si è concentrata sul **valore che portava**, ha cominciato a **fare percepire** ai suoi clienti che il loro obiettivo era essere pubblicati, e che in questo poteva **aiutarli**. Il suo **valore** così è decollato insieme alla sua **reputazione** (e ai suoi **compensi**).



# Il Personal branding

# Personal branding

- ▶ Il personal branding è “quello che dicono di noi quando siamo usciti dalla stanza” *Jeff Bezos*
- ▶ Chris, la giornalista, ha saputo migliorare la sua reputazione, riflettendo su di sé e sul valore che portava.
- ▶ Anche noi possiamo migliorare la percezione che le altre persone hanno di noi, facendo leva sui nostri **punti di forza** e sul **valore** che portiamo (**benefici**, problemi che risolviamo, come **aiutiamo**).  
**Distinguiamoci**, creiamo il nostro **stile** (non occorre che sia “urlato”).
- ▶ **Specializziamoci** in qualcosa (che ci interessa). Diventiamo **esperti** in un settore. Saremo **riconoscibili** e visti come esperti.

