



## LIBRI / SHORT NEWS

FOLLOW:



## “Selfbrand l’evoluzione”: ecco il terzo libro di Donatella Rampado

BY REDAZIONE CMI · 23 NOVEMBRE 2015

Dopo il grande successo di *Selfbrand. Fate di voi stessi un autentico Brand* e *5 modi efficaci per crescere. Dalla Customer Care al Customer Service*, Franco Angeli ha pubblicato **Selfbrand l’evoluzione**, il nuovo libro della scrittrice, formatrice, consulente ed esperta di marketing **Donatella Rampado**, la prima in Italia a parlare e occuparsi di selfbrand.

Il concetto di *brand* è solitamente impiegato per definire un’azienda, una linea di prodotti o dei servizi. Donatella Rampado ha approfondito e ampliato il tema creando il **selfbrand**, ossia il **brand applicato alla persona e alla professione**, perché ognuno di noi può essere riconosciuto, attraverso la reputazione creata, come un marchio di qualità solido e affidabile.

*Selfbrand l’evoluzione* si presenta come uno strumento pratico da utilizzare tutti i giorni per migliorare la propria *reputation* personale e per rafforzare quella aziendale, indispensabile per competere in un mercato sempre più agguerrito.



PREVIOUS STORY

Almaviva lancia GIOTTO, la nuova  
Piattaforma universale per l’IoT

NEWSLETTER

[Iscriviti gratis alla newsletter](#)

ABBONAMENTI

[Compila il form per abbonarti alle sei monografie in spedizione postale](#)

[Ora è possibile acquistare anche la versione PDF on line](#)

GUIDA ALLE SOLUZIONI E AI SERVIZI

[Visita il sito dedicato](#)

CUSTOMER EXPERIENCE FACTORY

CEM ROI, NPS, CEI, Funnel, Journey, Touchpoints, Omnichannels: sono il tuo pane quotidiano? [per saperne di più](#)

LE PARTNERSHIP 2015

AICEX

Assocontact

Non è importante solo occuparsi del core-business dell'individuo, ma anche migliorare la sua posizione, costituita, tra l'altro, dall'opinione che gli altri si fanno di lui e che lui stesso contribuisce a creare, consapevolmente o meno. Grazie alle regole di selfbrand il lettore intraprende un percorso semplice ma efficace – e soprattutto misurabile – adatto per chi deve iniziare una professione e indispensabile per chi è già ai vertici e quotidianamente si trova a dover rafforzare e difendere la propria reputazione.

Quando Donatella Rampado ha scritto, nel 2008, il suo primo libro *Selfbrand. Fate di voi stessi un autentico Brand* – un successo da 9 mila copie – l'idea di adattare agli individui i concetti di marketing nel rispetto delle singole attitudini ed esperienze era del tutto nuova. Da allora, però, molto è cambiato; per questo, con la sua nuova opera, l'autrice ha voluto sottolineare l'importanza di una corretta prospettiva di brand applicata alla persona.

Questa nuova edizione propone **tre fasi di selfbrand** importanti e necessarie, che corrispondono ad altrettanti target:

- **start up**, per chi deve crearsi un selfbrand di successo;
- **mantenimento e crescita**, per chi si è creato un selfbrand ma lo deve potenziare e ampliare;
- **powerselfbrand**, per coloro che hanno raggiunto fama, posizione e potere, e li devono difendere e mantenere sia a livello preventivo sia a fronte di attacchi mirati.

Donatella Rampado ha approfondito la sua esperienza negli ultimi anni, attraverso un attento e continuo dialogo con persone provenienti da culture e settori differenti, acquisendo conoscenze che sono state trasferite in questo suo ultimo libro.

Come lei stessa afferma nell'introduzione, **è difficile trovare degli esperti capaci di insegnare "l'amministrazione di sé stessi"**: quest'opera si presenta come un testo di agile lettura utile per avvicinarsi, mantenere e potenziare anche ad alti livelli il proprio brand, in modo razionale e umano.

In *Selfbrand l'evoluzione* si trovano anche due contributi importanti, quello di **Emanuela Lodolo** e quello di **Stefania Salardi**, che aiutano a chiarire attraverso aneddoti, suggerimenti e best practice come affrontare il mondo social e quello dei media istituzionali (radio, tv e giornali).

Donatella Rampado si definisce una "risolutrice di problemi", e ha maturato una vasta esperienza nel campo della formazione aziendale e del marketing, sviluppando una notevole capacità di empatia con le persone, cuore e vera forza motrice di gruppi e aziende. *"Il successo di una società"* spiega *"può essere fortemente influenzato da un singolo individuo, in modo costruttivo o distruttivo"*: per questo è **essenziale prendersi cura delle persone**, senza dimenticare che *"consapevolezza e verità rendono forti e liberi"* e che l'individuo è un insieme di radici, cultura, valori, credenze, abitudini, visioni, scopi e convinzioni profonde che sono alla base del selfbrand.

Condividi:

CCW 2016

TNS

#### GLI AMICI DI CMI MAGAZINE 2015

Adabus

Awby

Bizmatica

BNova

FR Projects

Idea Technologies

Interactive Intelligence

Interactive Media

Omega 3C

Opensymbol

Oracle

QPX

Reitek

Salesforce

Telesurvey

Transcom

Zendesk