



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