



# CEO E BRANDING

PLACE AND PEOPLE HUB

Sefora Rosa



# NUOVE FRONTIERE

## GLI STUDI SUL PERSONAL BRANDING VANNO AVANTI

E non solo gli studi.

In un mondo oramai fortemente esposto ed interconnesso, se è vero che non c'è insegnamento migliore se non l'esempio, ecco scendere in campo i vertici. A raccontarci delle proprie Aziende proprio gli Amministratori Delegati, che si scoprono sempre più "esseri social" e testimonial di voci e parole dell'Azienda che rappresentano.

A primo impatto può sembrare un'azione di "marketing non convenzionale" (e chissà che nelle sue intenzioni originarie non fosse così), ma poi è diventato un elemento di unicità ed esclusività che può diventare una buona pratica.



Shape of you - Ed Sheeran



# CEO

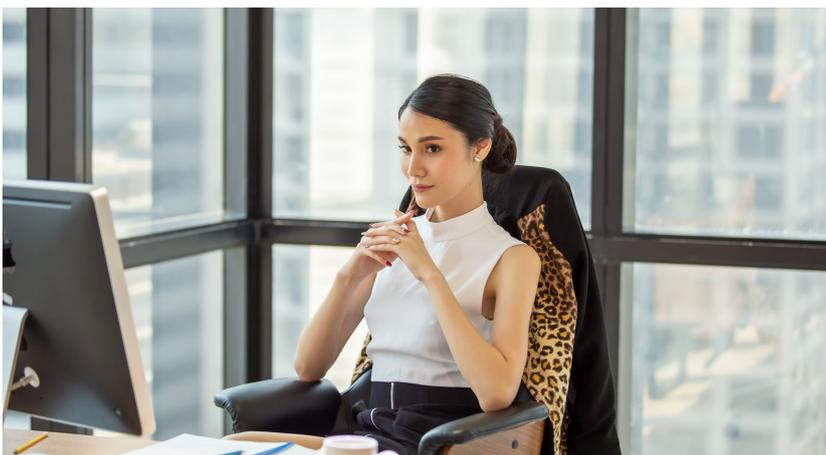
## CHIEF EXECUTIVE OFFICER

O Amministratore Delegato (AD). E' la figura a cui sono stati delegati i poteri del consiglio di amministrazione. Svolge funzioni esecutive ed è il vertice del sistema organizzativo.

Le sue attività e responsabilità sono molteplici, tra esse spiccano il "**decision taking**" e la "**comunicazione interna ed esterna**".

Oltre a:

- Definire strategie
- Definire cultura e valori aziendali
- Costruire e dirigere il team esecutivo
- Distribuire il capitale in centri di controllo
- Definire metriche di controllo
- Aggiornarsi costantemente
- Aumentare la performance e reputazione aziendale



# CEO BRANDING

## E SELF BRANDING

Diretta conseguenza di quanto detto prima è la maggiore attenzione rivolta agli strumenti per la gestione strategica di processi di "Self e Personal Branding per il CEO", definiti come un insieme di:

- segni
- significati
- esperienze
- relazioni
- valori
- **STORIE**

Tutto per creare *engagement*, partecipazione.



# CEO BRANDING

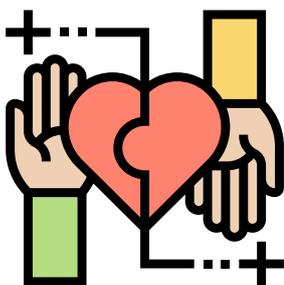
## FATTORI CHIAVE



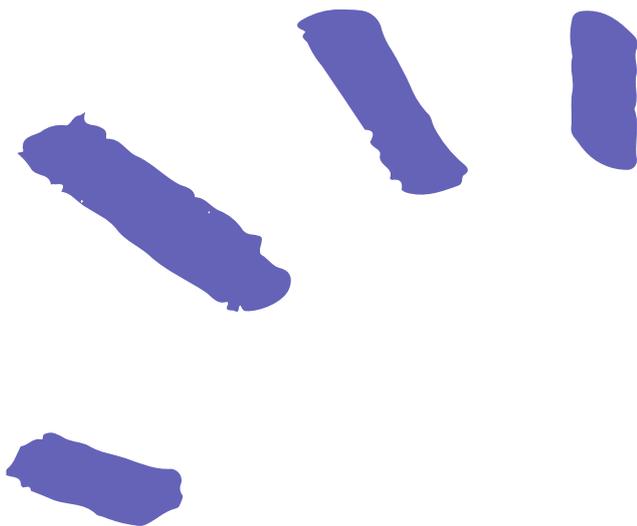
**Personalità**



**Carisma**



**Impatto**



# CEO BRANDING

## STRUMENTI CHIAVE



**Biografia personale**



**Profilo Social e  
podcast**



**Blog e presenza  
on line**



# SOCIAL CEO

## UN FOCUS

Quale vantaggio per il CEO ad utilizzare i canali digitali - in particolare i social media - per comunicare se stesso e la sua Azienda?

Molteplici.

I social (Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, Instagram) sono canale di visibilità e investimento molto importante.

Ciò nonostante, è ancora bassa la percentuale di CEO utilizzatori. E se sono attivi on line per lo più su LinkedIn.

Sta avvenendo una trasformazione in tal senso. Si sta iniziando a comprendere il valore in termini di leadership sul mercato di questo tema.

***Quanti e quali vantaggi per il business a vedere il proprio CEO diventare influencer dello stesso?!***



# SOCIAL CEO

## BRAND RISK

L'idea di esporsi può comportare emozioni quali paura, diffidenza, vergogna.

Tanti possono essere i vantaggi, certo è che bisogna conoscere e gestire anche possibili criticità.

Le informazioni e le dichiarazioni condivise circolano. Le opinioni e i rumors altrettanto. Inevitabilmente ed inesorabilmente. Obbligo è avere una certa "educazione e disciplina comunicativa" (ma aggiungerei anche emotiva e personale) che non metta a repentaglio la reputazione di persone e business e supporti la credibilità e fiducia.

Ricordate il caso Abercrombie & Fitch o Dolce&Gabbana? Se non li conoscete sono molto interessanti da studiare.

*Ottenere consenso richiede tempo, perderlo un attimo, recuperarlo molto difficile.*



# CEO BRANDING

## STRATEGIE

Nanton e Dicks nel 2015 hanno suggerito cinque strategie con le quali si possono supportare nella creazione di un branding per il CEO.

Le 5C:

1. *Candor* (candore): inteso come credibilità, positività, gestione emotiva
2. *Communication* (comunicazione): sviluppo relazioni sociali
3. *Consultation* (esperienza): cosa ho fatto, cosa faccio. Storytelling condiviso
4. *Contrast* (differenziazione): rispetto al target market
5. *Control*, inteso come frequenza comunicativa utile a rafforzare messaggio e brand

A questi elementi si aggiunge anche la capacità di conoscere e riconoscere il contesto culturale di riferimento e d'azione.



# TOP MANAGER ITALIA

## CLASSIFICA

La ricerca di Top Manager ci presenta questa situazione - relativa a Novembre 2020:

1. John Elkann - FCA
2. Francesco Starace - Enel
3. Carlo Messina - intesa San Paolo
4. Claudio Descalzi - Eni
5. Urbano Cairo - Cairo Communication
6. Fabrizio Palermo - Cassa Depositi e Prestiti
7. Giorgio Armani - Giorgio Armani
8. Remo Ruffini - Moncler
9. Matteo del Fante - Poste Italiane
10. Brunello Cucinelli - Brunello Cucinelli

Quanto la reputazione di questi CEO impatta sulla performance aziendale? Basta anche solo la nostra personale percezione per risponderci: "molto".

**Ed è a partire da qui che nasce il desiderio di rinforzare un filone di consulenza direzionale focalizzata.**





**GRAZIE**

PLACE AND PEOPLE HUB

Sefora Rosa

