

# Accademia

[Della Felicità]

## MASTER IN COACHING

LAVORO  
MODELLI 2

# STRUTTURA PER TEMI RIGUARDANTI IL LAVORO

## IL LAVORO CHE AMI

Uno dei segreti della felicità, come anche della produttività e dell'efficienza al lavoro, è trovare un lavoro che ami, che ti appassioni. Un lavoro che tu voglia fare, invece che uno che devi fare.

Ecco qui quello che hai bisogno di sapere per trovare il lavoro che ami:

1. Non verrà lui a trovarti, dovrai essere tu a cercarlo. Fare le solite vecchie cose ogni giorno non è il modo per trovare il lavoro che davvero desideri.
2. Non puoi smettere di cercarlo finché non l'hai trovato.
3. Dovrai cercarlo in molti posti divertenti. Puoi esplorare.

Sperimenta nuovi hobby. Parla con persone nuove. Leggi articoli su blog differenti, su riviste differenti, e libri. L'ispirazione potrebbe arrivarti da dove non te lo saresti mai potuto immaginare.

4. Potresti non amarlo completamente finché non ci avrai preso la mano. Molto probabilmente scoprirai che ami qualcosa una volta che l'avrai trovato... ma a quel punto, devi migliorare in quel campo con tutta la tua determinazione.
5. Una volta che l'avrai trovato, dovrai riversartici dentro. Se trovi il lavoro che ami, è come se avessi ricevuto un dono.

## COSA FARE

1. Esci dalla routine, azzarda e rischia. Devi fermarti e interrompere quello che stai facendo (magari non proprio in questo momento, ma oggi, o domani, o la prossima settimana) ed essere coraggioso abbastanza da chiederti se ami quello che stai facendo. Se così non fosse, beh, cos'è che ami veramente? E nel caso tu non lo sapessi, hai intenzione allora di andare a cercarlo?
2. Spendi del tempo per pensarci. Può essere molto utile prendersi un'oretta o due per pensare seriamente a questa faccenda. Ne vale l'investimento. Pensa davvero a quello che ami, alla tua vita, a quello che vorresti fare.
3. Pensa a quello che stai già amando. Hai degli hobby che ti

appassionano? Che cosa ti piace leggere? Di cosa parli con gli altri? C'è qualcosa che hai sempre voluto fare ma che poi ti sei dimenticato o eri troppo spaventato di intraprendere quella strada?

4. Quali sono i tuoi sogni ? C'è qualcosa che hai sempre voluto realizzare nella tua vita? Quasi tutti hanno un sogno del genere qualche volta nelle loro vite, ma spesso non lo ritengono realizzabile. Pensaci più intensamente adesso.
5. In cosa sai cavartela? Quali sono i tuoi punti forza? Hai delle doti? C'è qualcosa in cui hai sempre eccelso? Insegui quello.
6. Agisci. Se non fai niente, non troverai mai niente. Comincia col fare delle ricerche, delle telefonate, fissare appuntamenti, effettuare dei test sulle carriere. Agisci, adesso.
7. Sperimenta cose nuove. Prova nuovi passatempi che possano sembrarti interessanti. Leggi cose nuove. Trova nuovi modi di esplorare, esci dai tuoi schemi.
8. Una volta che avrai trovato qualcosa di interessante, perseguila. Leggi cose a suo proposito. Impara, provala, falla, e migliora la tua capacità di farla. Non aver timore di perseguirla, è la paura ciò che spesso impedisce alla gente di raggiungere la felicità.
9. E agisci... di nuovo! Adesso che ne sai di più, ritenta! Potresti essere in grado di raggiungerlo con il tuo attuale lavoro, o farlo come lavoro extra, o solo come hobby all'inizio. Scrivi alle persone che lo stanno già facendo per sapere come hanno

cominciato. Dai uno sguardo a qualche libro o a qualche sito web che possa darti qualche dritta su quali possano essere i primi passi da intraprendere e fallo! Insegui i tuoi sogni!

Compra un quaderno e rispondi per iscritto a tutte le domande precedenti.

Inoltre prenditi almeno un'ora e disegna l'albero genealogico PROFESSIONALE DEI TUOI FAMILIARI sì di tutti quelli che ti ricordi!

### **IL CURRICULUM EMOTIVO**

La frase più pericolosa in assoluto è: abbiamo sempre fatto così.  
(Grace Hopper – matematica e progettista di sistemi)

Cominciate col fare ciò che è necessario, poi ciò che è possibile. E all'improvviso vi sorprenderete a fare l'impossibile.

(San Francesco d'Assisi – patrono d'Italia)

Inviare cv con foto: chi non si è affrettato almeno una volta nella sua vita ad accettare questo invito?

Presi dal contenuto dell'annuncio e dall'innesco di immagini ed emozioni che produce, spesso ci si preoccupa più di arrivare primi nel far giungere a destinazione il cv che di curarne la redazione. Curare è, forse, la parola giusta: prendersi cura di sé attraverso la

propria immagine, riflessa in quelle righe, accertarsi che sia fedele alla realtà ma anche che sappia dare il meglio di sé in modo che sia la persona ad arrivare “prima”, e non un file.doc o un esile fascioletto di fogli.

Non si tratta affatto di mentire: al contrario, è opportuno essere massimamente sinceri, e per farlo è necessario dedicare del tempo a sé stessi, ripercorrere la propria storia personale e lavorativa, soffermarsi su come, in ogni esperienza vissuta, sono state accolte ed elaborate le proprie emozioni. Da qui scaturisce il saper essere di ciascuno, quel sapere non comune, che rende le persone competenti nel quotidiano relazionarsi all'altro e che fa la vera differenza tra un candidato e l'altro. Così, ricordando quell'esperienza lavorativa in cui si è tenuto duro nonostante la tristezza (emozione) provata per il dover svolgere ogni giorno mansioni sempre uguali, magari sognando di organizzare autonomamente il lavoro in modo diverso, si scopre di essere persone tenaci, autonome e creative. Informazioni non da poco, che dicono molto dell'essenza di una persona, in grado di incuriosire il lettore, di sollecitarlo ad andare più a fondo.

Non solo. Una lettura emotiva del proprio cv consente di individuare con più chiarezza gli obiettivi da perseguire. L'allenamento ad ascoltarsi in profondità consente di effettuare scelte lavorative in linea con i bisogni propri e non di altri. Riconoscere il proprio sentire

può inoltre permettere di valorizzare o far emergere esperienze di vita o di lavoro altrimenti poco dettagliate o non inserite nel cv. Conoscersi meglio, quindi, amplia gli orizzonti delle opportunità ed evita molte perdite di tempo, anche ai selezionatori di cui sopra; questi, avendo appunto anche loro un'anima, saranno sollevati nel disporre di profili che ne hanno una, viva, che aspetta di essere contattata.

Questa settimana provate a scrivere il vostro curriculum emotivo e lavorativo, raccontando agli altri quali sono i vostri TALENTI sia professionali che personali. I talenti trasversali che avete acquisito fino ad oggi. Quelli che vi rendono quello che siete.

Ecco un esempio:

**Curriculum emotivo**

- mi piace stare a contatto con gli altri.
- so essere empatica.
- so quando c'è bisogno di parlare e quando invece bisogna tacere.
- amo leggere e so leggere per gli altri.
- amo ascoltare la musica.
- mi piace fare passeggiate e andare in bici.
- mi piace condividere e aiutare.
- mi piace ridere e divertirmi.
- sono paziente.

## Accademia

[Della Felicità]

- sono ottimista.
- cerco di essere sempre consapevole.
- so faticare e impegnarmi per ottenere qualcosa.
- mi incuriosisce tutto quello che non conosco.
- so chiedere aiuto.

### Curriculum lavorativo

- sono molto precisa, attenta e puntuale.
- sono brava a organizzarmi e a pianificare, so dare delle priorità.
- so relazionarmi con tutti: dal grande capo al magazziniere.
- so vestirmi in modo adeguato.
- so ascoltare gli altri, e imparare da loro.
- sono capace di delegare.
- so trasmettere agli altri quello che so fare e come farlo.
- so prevedere i bisogni e le necessità lavorative del mio capo.
- conosco molto bene Office (Word, Outlook, Powerpoint) e soprattutto so sfruttare ogni minima risorsa di Excel.
- so utilizzare le funzioni di base di Photoshop.
- riesco a fare ricerche mirate in Internet.
- so scrivere con la tastiera utilizzando le dieci dita.
- so scrivere delle lettere formali chiare, concise e esaustive.
- leggo e comprendo bene l'inglese, anche il linguaggio tecnico nel campo dell'abbigliamento.

# IL NUOVO MONDO DEL LAVORO + IL TUO CV (1^ PARTE)

## Accademia

[Della Felicità]

Nelle prossime pagine ci focalizzeremo sul tuo livello di impiegabilità.

### COSA FARE

**1° lista titolo** - Io, (il tuo nome) sono un tipo in gamba. Fai la lista di tutto ciò che sei riuscito a fare, dei problemi che hai risolto, di chi hai aiutato e di come lo hai fatto. Non pensare solo ai massimi sistemi o a imprese eroiche, vai a scovare anche le cose che a te sembrano banali del tipo "sono riuscito ad aggiustare l'anta del bagno, a fare la torta senza farla bruciare, ho dato una mano a portare la spesa a quella signora anziana".

**2° lista titolo** - Le mie qualità personali. Sai essere generoso? Ordinato? Puntuale? Ti piace

collaborare con gli altri? La precisione è un tuo must? Sei un tipo creativo? Affidabile? Se hai difficoltà e scovare le tue qualità o non è nelle tue corde prova a chiedere ad alcune persone che conosci per cosa ti apprezzano, cosa li ha colpiti. Scrivi almeno 10 qualità e lascia da parte la modestia.

Come è possibile creare con queste liste un nuovo lavoro?

Con **3 Nuove Strategie**

### **1. Retrofitting-AMMODERNARE**

Aggiungere nuove competenze ad un lavoro già esistente. È la strategia più facile da mettere in pratica. Pensa un attimo al lavoro che stai facendo o che hai fatto. Che altre mansioni si potrebbero aggiungere?

In pratica

- La tecnologia, il web, internet come può aiutarti o entrare in sinergia?
- Che competenze potrebbero essere utili per riposizionarti nel mercato del lavoro?
- Quali nuove competenze, conoscenze puoi imparare per aggiungerle al tuo bagaglio?

### **2. Blending - combinare**

Combinare funzioni e capacità di diversi tipi di lavoro o combinare aree professionali per creare nuovi profili. Questa strategia è più difficile da applicare e richiede intuizione, creatività, ricerca di informazioni e spirito di innovazione (il chiedersi: perché no?) per costruire nuove connessioni fra aree di attività. Non è necessario essere uno specialista in un campo qualsiasi, anzi, essere uno specialista può essere controproducente. Meglio essere eclettici con una mentalità aperta, pieni di curiosità e disposti a spendere il tempo con persone di culture e discipline diverse.

### **3. Problem solving**

Spendi del tempo per trovare nuove soluzioni. Pensa ad una categoria di persone: ad esempio studenti, mamme, chi cerca lavoro, chi non vuole invecchiare, chi vuole mantenersi sano, chi vuole comprare un bene particolare, chi deve prendersi cura degli anziani.

Trovare una idea nuova non è facile.

- Cosa vuole la gente in riferimento a un determinato problema?
- Quali sono le loro fonti di frustrazione?
- Che aiuto vorrebbero avere?

Una volta che hai messo a fuoco un set di problemi l'obiettivo è cercare una soluzione da proporre e trasformarla in un lavoro.

Spesso la soluzione in un campo si può trovare in un altro settore che, apparentemente, non ha un legame diretto. L'obiettivo di questa strategia è creare un lavoro, inventarne uno nuovo e spesso questo si presta a lavorare in proprio o lanciare una startup che richiede un impegno personale, spirito imprenditoriale e una somma da poter investire da solo o con altri.

### **IL CV PERFETTO E COME UTILIZZARLO**

Qual è la prima mossa che la maggioranza delle persone fa quando inizia la ricerca del primo lavoro o ne cerca un altro dopo un licenziamento? Prendere il CV e aggiornare i dati, controllare le informazioni e poi spedirlo qui e là nella speranza che chiamino per un colloquio.

Aggiornare semplicemente il CV e spedirlo a pioggia nella speranza che ti chiamino per un colloquio non basta. È probabile invece che il tuo curriculum finisca il suo percorso nel nulla.

Per trovare lavoro in questo periodo di crisi serve una diversa strategia che comprende:

- conoscere la propria effettiva impiegabilità
- focalizzare il proprio CV
- conoscere e applicare alcune tecniche di marketing personale per vendere al meglio le proprie competenze, conoscenze ed esperienze

### **L'INGREDIENTE BASIC**

In ogni tipo di lavoro ciò che è importante è il set di abilità specifiche per quel tipo di lavoro. Questo non è sufficiente. Le tue abilità da sole non permettono di fornire il quadro completo di quella che è tua identità professionale.

Molte abilità si possono benissimo imparare o sviluppare (abilità nel campo dell'informatica, abilità linguistiche, tecniche...) e altrettante, chiamate soft skill, possono essere trasferite ad altri tipi di professione (capacità di collaborare con gli altri in modo costruttivo, capacità di motivare, incoraggiare...).

Ma cosa può distinguerti dalla concorrenza?

Il mix delle tue doti personali, il tuo atteggiamento, il tuo valore complessivo. Cos'è il tuo valore complessivo? È il tuo trademark, è quello che alle tue competenze di (esempio) analista contabile aggiunge che sai bene l'inglese perché hai fatto due anni di Erasmus in UK, che sai gestire le persone perché hai fatto il caposervizio in ambulanza, che sei generoso perché ti dedichi al volontariato con i bambini autistici.

Quindi nel tuo cv dovranno essere presenti: quello che sai fare, quello che hai imparato a fare, le tue doti personali, il tuo atteggiamento, le tue conoscenze, la tua esperienza. La somma di tutto questo è infinitamente più efficace che concentrarsi solo



sulle proprie abilità.

Entusiasmo, passione, determinazione, proattività possono surclassare i tuoi concorrenti anche se loro hanno più esperienza.

Immagina per un momento questa scena. Due CV arrivano sul tavolo di un'azienda o di chi deve selezionare il potenziale candidato. Uno illustra semplicemente le capacità un po' come in una lista della spesa. L'altro si focalizza a 360° fornendo al selezionatore un identikit che cattura la sua attenzione (personalità, obiettivi raggiunti, doti personali...). A meno che le capacità siano la sola discriminante, chi credi che verrà chiamato per un colloquio?

In un mercato del lavoro sempre più competitivo conoscere a fondo il proprio capitale (cosa hai da offrire, la tua impiegabilità) e la propria identità professionale (chi sei) è essenziale per un efficace marketing personale. Questo ti fornisce la necessaria chiarezza e fiducia per mettere in luce i tuoi punti di forza.

Il CV deve essere lo specchio della tua Unique Selling Proposition (USP) cioè la tua "argomentazione esclusiva di vendita" un termine preso in prestito dal marketing per definire, in questo caso, il tuo profilo professionale (il tuo brand)

### **LIBRI PER CHIARIRSI LE IDEE**

Seth Godin - La Chiave di Svolta, Sperling & Kupfer

Antonella Spataro - Le 10 Regole per Trovare Lavoro, Armenia

Giuseppe Carelli - Come Trovare il Lavoro Su Misura, Franco Angeli



# CONCETTO DI IMPIEGABILITÀ + IL TUO CV (2^ PARTE)

L'impiegabilità è avere quel mix di competenze sociali (soft skills), capacità tecniche e qualità personali che sono interessa ti per quell'azienda o quel settore professionale.

Per valutare la tua impiegabilità è necessario analizzare sia il contesto del mercato del lavoro che la tua situazione specifica.

**IL CONTESTO:** cosa accade intorno e i bisogni del mercato del lavoro .

Le domande chiave:

- che cambiamenti sono avvenuti o è probabile che avvengano nel settore in cui vuoi lavorare o in quel ruolo specifico?
- quali sono le opportunità, i problemi di quel tipo di

aziende o di quel settore?

- qual è il trend probabile del mercato del lavoro in quel settore?
- cosa fare praticamente per essere preparato ai cambiamenti?

Analisi della tua situazione:

- in quale ruolo professionale i tuoi punti di forza sarebbero più apprezzati e valorizzati?
- il tipo di lavoro che va meglio per te è anche quello che accende e mantiene la tua motivazione?
- quante fra le tue competenze/punti di forza sono trasferibili a un nuovo lavoro?
- quali punti critici possono rendere problematico il tuo (futuro) lavoro?
- come puoi ridurre o minimizzare i tuoi punti critici?
- come potresti trasformare i problemi in opportunità?

Queste sono le 5 macrocompetenze che la Commissione Europea ritiene di vitale importanza per l'impiegabilità nel mercato del lavoro nei prossimi anni. Queste skill non riguardano profili professionali specifici ma possono essere trasferiti in vari tipi di occupazione in diversi settori.

## **LE 22 SOFT SKILLS**

### **Efficacia personale**

Self-control e resistenza allo stress

Fiducia in se stessi

Flessibilità

Creatività

Apprendimento permanente (Lifelong learning)

Queste skill coprono i vari aspetti del profilo personale e i comportamenti nell'ambiente di lavoro.

### **Rapporti personali e servizi**

Comprensione dei rapporti interpersonali

Orientamento al cliente

Cooperazione con gli altri

Comunicazione

Queste skill permettono di capire i bisogni degli altri e cooperare con loro.

### **Impatto e influenza**

Impatto/Influenza

Consapevolezza organizzativa

Leadership

Sviluppo degli altri

Queste skill riguardano la capacità di influenzare gli altri. Sono parte di questo gruppo le capacità genericamente definite manageriali.

### **Successo e risultati**

Efficienza nell'orientamento al risultato

Interesse per l'ordine, la qualità e la precisione

Iniziativa e approccio proattivo

Problem solving

Pianificazione e organizzazione

Ricerca e gestione e ricerca di informazioni

Autonomia

Queste skill riguardano la capacità di agire per raggiungere un obiettivo stabilito.

## Capacità cognitive

Capacità di analisi

Capacità di pensiero astratto

Queste skill riguardano i processi cognitivi cioè le modalità di pensiero critico, di ragionamento logico, di identificazione del problema o della situazione per formulare ipotesi di interventi concreti e piani d'azione.

Come te la cavi in pochi minuti a vendere il tuo pacchetto competenze? Hai già pronta la tua presentazione?

Molti se la cavano con un riassunto di quello che c'è già nel loro CV, ma una risposta così importante non si improvvisa. Devi imparare a raccontare la tua storia, qualcosa che catturi l'attenzione.

Le storie fanno parte di ognuno di noi. Sentiamo storie dall'infanzia, le ascoltiamo da amici e colleghi e nei commercial pubblicitari costruiti per vendere un prodotto. Chi le racconta e chi le ascolta si mettono idealmente sullo stesso piano. Ogni storia ha una trama, un concept e un'anima. Il concept della tua storia deve convincere chi sta dall'altra parte che tu sei la persona giusta. Deve toccare le corde del suo emisfero sinistro con le parole adatte e il suo emisfero destro con l'originalità per dare la giusta impressione.

## COME VENDERE LA TUA STORIA

Immagina che dall'altra parte ci sia un potenziale cliente al quale devi vendere le tue competenze, le tue qualità personali. Snocciolare le "caratteristiche tecniche" del prodotto (esperienze, formazione...) è inutile. Sono già elencate nel CV.

**Cosa vuole il selezionatore?** Sentire una storia che lo rassicuri e lo convinca che se ti assumerà non farà un errore, non perderà la faccia, non farà la figura dell'incompetente. Non è una questione di logica ma qualcosa che ha a che fare con le emozioni. Chi ti seleziona non ha una sfera magica, chi ti seleziona è umano e ha paura di sbagliare. Se riesci a rassicurarlo emotivamente allora il CV diventerà la tua chiave.

**Cosa dire?** I tre must che valgono sempre: sintesi, chiarezza e precisione. Sei capace di sintetizzare in pochi minuti chi sei e cosa sai fare? È fondamentale preparare prima due o 3 scalette come se fossi un oratore.

**Cosa vuoi offrire?** Focalizzati su 3 o 4 aspetti interessanti rispetto alla posizione; scegli 3 qualità personali e pensa al modo di presentarle con un pizzico di creatività (il tuo obiettivo è ispirare fiducia, affidabilità, spirito di iniziativa, capacità di comunicare e lavorare con gli altri, creatività...); metti in luce un aspetto originale (hai un hobby non comune? un progetto fuori dal coro?)

## **IL SELF BRANDING**

Quando guardi la copertina di un libro puoi sapere subito il contenuto? Forse lo immagini. Supponi allo stesso modo quante persone ti giudicheranno da come appari? Dal modo in cui parli, ti muovi o magari da come rispondi al telefono?

Ognuno di noi si forma la sua opinione sulle persone che vede o ascolta, e anche sulle persone che non ha mai conosciuto direttamente.

L'opinione che gli altri si formano su di te per cosa dici, come lo dici, come cammini, come mangi, è importante. Ti è mai capitato, nel tuo campo professionale, di giudicare qualcuno da come si veste, da come ha il suo ufficio o una azienda dal suo team o da come la receptionist ti accoglie? Non puoi sfuggire alla prima impressione. È sul primo impatto che si costruiscono poi i contatti successivi.

Non importa cosa tu faccia nella vita, tu sei un venditore. Vendi la tua conoscenza, la tua esperienza, le tue idee. Cosa ti occorre per vendere tutto questo al meglio? Il tuo marchio, il tuo brand.

## **COS'È UN BRAND?**

È semplicemente la reazione emotiva legata a un prodotto, servizio o ad una compagnia. Questa reazione emotiva è creata con vari meccanismi di marketing.

Il successo di un brand dipende dalla capacità di distinguersi, di emergere dalla folla, di attirare l'attenzione e guadagnare la fiducia dei potenziali clienti.

Il tuo marchio personale ti dà gli stessi benefici del marchio di una azienda. Il tuo marchio è ciò che tu rappresenti per gli altri, chi sei ogni giorno e chi puoi diventare. Il modo in cui ti vesti, quello che dice il tuo biglietto da visita, le tue parole, il tuo tono di voce, la tua postura. Tutto questo contribuisce a formare l'impressione di te nella mente e nei cuori degli altri. Questa impressione forma il tuo marchio d'immagine.

## **Le aree del marchio d'immagine**

### **IL TUO LOOK**

Che ti piaccia o no tu sei giudicato dalla tua apparenza. Ogni volta che incontri qualcuno scatta nell'altra persona uno scanner che passa in rassegna

- come sei vestito
- come sei pettinato

- che accessori hai
- i colori che indossi

e mille altri particolari dallo stile alla cura che hai del tuo look.

Che immagine proietti? Di persona di successo? sofisticata? Casual? Sicura di sé?

Molti spiriti liberi dicono “Non mi interessano queste cose, giudicare dall'apparenza è superficiale. Come mi vesto esprime la mia personalità!”. Giusto! E quale è in questo caso il messaggio che mandi agli altri? Non mi interessa quello che pensi di me.

Il punto non è avere un guardaroba stravagante, ma avere il tempo di trovare un look appropriato alla situazione. Tu vuoi essere giudicato per le tue capacità e i tuoi meriti ,no? In questo caso se non inizi a dare una impressione positiva a livello fisico è probabile che non riuscirai a darla poi per quanto riguarda le tue capacità e abilità

#### COME COMUNICHI: IL LINGUAGGIO NON VERBALE

Il tuo modo di comunicare è legato al tuo look. Se il tuo look è impeccabile, adatto al contesto in cui ti muovi, se hai fatto una buona impressione ma questa non è supportata da una buona capacità di comunicare chi sei, perdi molti punti a tuo vantaggio.

Hai notato qualcuno che quando si presenta ha uno sguardo sfuggente, non mantiene il contatto con lo sguardo dell'altra persona, ha un tono di voce monocorde? Ogni comunicazione avviene contemporaneamente su due piani: usiamo le parole per

trasmettere delle informazioni (il contenuto, il cosa si dice) e il corpo per scambi di tipo interpersonale (come si dice).

Solamente il 7% di tutte le informazioni di un discorso passa attraverso le parole; il restante è comunicazione non verbale (il 38% viene dal tono della voce e il 55% arriva dai segnali di mani, braccia, gambe, piedi). Chi ascolta è portato istintivamente a dare credito più al corpo che alle parole perché è più difficile che il corpo menta. Ad esempio: per esprimere interesse in quello che una persona dice incliniamo il busto in avanti. Se l'interesse è inferiore o l'altro non intende darlo troppo a vedere, può limitarsi a sollevare un piede e a tenerlo eretto o a tenere una mano come sospesa nell'aria. Se un argomento è piacevole o chi ci ascolta ci trova attraenti o interessanti noteremo alcuni segnali (leccarsi le labbra, passarsi la mano fra i capelli, giocare con un oggetto a portata di mano).

#### CHI SEI

Per costruirti il tuo brand e distinguerti, emergere e proporti sul mercato o stabilire relazioni positive è importante scoprire cosa ti rende diverso dagli altri e unico. Rispondere a questa domanda potrebbe essere facile. Alcuni rispondono elencando i propri ruoli oppure cercano gli aggettivi che meglio mostrano le loro specificità ma queste definizioni non puntano al nocciolo della domanda. Per distinguere il tuo brand da tutti gli altri è necessario partire dall'interno e andare verso l'esterno.

## IL CAPITALE DELLE TUE RISORSE

Cosa è il tuo capitale-risorse? Le tue abilità, capacità, talenti, caratteristiche che hai come dote di base e che puoi sviluppare e implementare, la tua expertise e il know how che hai acquisito e che puoi ancora sviluppare. Se vuoi costruire la tua brand credibility ed essere affidabile in campo professionale devi dare agli altri la percezione e le prove concrete che la loro fiducia in te è ben riposta. La chiave è trovare il giusto mix fra le tue risorse e le esigenze del target della tua nicchia di mercato.

## IL TUO ATTEGGIAMENTO

Il tuo atteggiamento è la prima cosa che le persone recepiscono quando comunichi con loro. L'entusiasmo, la curiosità, l'empatia, la coerenza nel mantenere ciò che prometti.

## IL SELF MARKETING

Il self marketing fa parte della promozione e vendita del tuo prodotto sul mercato del lavoro. Trovare lavoro, dal CV alla lettera di accompagnamento, dalla ricerca al colloquio quello che fa la differenza è il self marketing.

## COSTRUISCI IL TUO INFOMERCIAL

Sai come farti pubblicità? Sai come essere convincente in 60 secondi o meglio in appena 30 secondi? Pensa di trovarti per caso in

ascensore con chi potrebbe assumerti (un selezionatore, il boss di una azienda...); per convincerlo mentre l'ascensore sale, cosa dici?

### 1. L'apertura: il gancio

Devi catturare, incuriosire in modo da essere ascoltato. Naturalmente il pitch può essere anche in forma scritta. Per catturare l'attenzione ci vuole qualcosa che attrae, un gancio per acchiappare l'ascoltatore e prepararlo al punto centrale del discorso.

### 2. Il punto centrale

Dopo aver catturato l'attenzione devi essere rapido come un fulmine a dire chi sei, cosa vuoi e cosa sai fare.

### 3. La fine : cosa chiedi

Qui viene la richiesta. Di senza giri di parole quello che vuoi senza temporeggiare e far perdere tempo a chi ti ascolta.

Le 3 parole chiave: precisione, sintesi, chiarezza. Chi ascolta deve farsi una immagine di te come (esempio) Operations Manager. Sei un organizzatore nato? Usa le parole chiave per scolpirgli nella mente l'immagine di organizzatore!

- la tua voce è convincente, chiara, col giusto tono assertivo?
- senti delle incertezze?

- ci sono delle pause inutili?
- le parole sono efficaci?
- sei sicuro di quello che stai dicendo?
- il messaggio è facile da capire?

Un elevator pitch vincente non è semplice da creare, ma deve essere semplice da comprendere. Usa il tuo CV come starter e inizia un po' di brainstorming per farti venire l'ispirazione. Cosa ti rende unico, speciale, diverso?

Secondo te basta avere un buon prodotto per venderlo? Purtroppo non basta. Non sempre i prodotti più venduti sono i migliori. Vendono quelli che hanno il migliore marketing e un marchio conosciuto.

Come faresti la tua campagna di marketing? Le persone che emergono sono quelle capaci di affermare il proprio marchio, la propria personalità, quelle che non aspettano di essere scoperte ma curano la propria immagine, la preparazione tecnica e culturale e la comunicazione.

Il tuo personal brand è come tu agirai e darai il tuo contributo professionale come nessun altro può fare. Tutto contribuisce a costruire il tuo personal brand:

1. ogni cosa che dici... o non dici
2. le parole che usi

3. il tuo look
4. il tono della tua voce
5. le espressioni del tuo viso
6. il modo in cui dai una stretta di mano
7. come tieni il tuo spazio
8. come comunichi con gli altri
9. la qualità del tuo lavoro
10. la tua capacità di collaborare, di negoziare
11. la tua sensibilità di ascoltare
12. la tua flessibilità nel decidere

Rifletti su questi punti:

- Quali sono i tuoi punti di forza? E i tuoi limiti? I tuoi punti di forza sono il tuo CAPITALE. Trova il giusto modo di mettere in secondo piano i tuoi limiti e le tue lacune
- Che bisogni del mercato del lavoro puoi soddisfare TU? Fai un elenco di quelle specifiche abilità e competenze che possono interessare il mercato
- Come può la tua immagine comunicare il tuo marchio? Fai una lista di tutte le risorse che puoi trovare per concretizzare il tuo personal brand. Assicurati che tutto quello che fai sia di sostegno a questa strategia.



Il primo passo è una buona e onesta autovalutazione.

- chi sono?
- come sono arrivato qui?

Il secondo passo:

- come ti vedono gli altri?
- come ti vedono i tuoi amici? la tua famiglia? Il networking delle persone che conosci?

Il terzo passo (più importante):

- come vuoi essere visto dagli altri?

## STRUTTURA PER TEMI RIGUARDANTI IL POTENZIALE

Nulla accade se non è stato prima un sogno. Solo un sogno infatti può diventare un progetto e quindi accadere nel reale.

Prima però dovremo fare insieme un percorso attraverso le varie tipologie di “sogni” e il loro potenziale di realizzazione. In particolare dovremo capire se quel sogno è proprio il nostro e se ci appartiene non per stanchezza o per noia ma per vera vocazione. Insomma, in questo percorso di potenziale umano dobbiamo per forza partire dai nostri sogni.

Molti di noi hanno disimparato a sognare pensiamo che “sognare” significhi immaginare una spiaggia in un giorno di pioggia, pensare di aprire un chiringuito in Brasile quando ci è andata

male la riunione, mollare tutto e andare a vivere a New York quando abbiamo litigato con il partner... Bene, questi non sono sogni; sono solo DISTRAZIONI!

Un sogno è una idea evocativa che ci appartiene e ha il potenziale di diventare progetto e di essere realizzata.

Un sogno è personale, trasversale, etico, polivalente, interscambiabile (esempio se voglio aprire un chiringuito perché mi piace l'idea di vivere al mare e di servire cocktail posso valutare anche la Spagna o il litorale adriatico così come devo valutare anche i ritmi di vita che sottendono questo tipo di lavoro, i potenziali clienti, la stagionalità... ma torneremo su questo argomento).

Prendetevi mezz'ora e scrivete su un quaderno (non al computer) **cosa vorreste fare nella vostra vita se non ci fossero problemi di soldi, di tempo e di realizzazione.**

Bene, ora dopo averlo letto **RISCRIVETELO** con più **PAROLE** e **DETTAGLI POSSIBILI.**

Ora riunite 3 persone importanti della vostra vita (possibilmente **NON** tutti famigliari o parenti stretti) in un ambiente protetto e rilassante e leggete loro ad alta voce il vostro sogno completo; non fatevi intimidire da sorrisi e commenti: leggete fino in fondo e poi

chiedete ad ognuno di loro di chiedervi tutti i chiarimenti necessari e di **FARVI 3 DOMANDE DIRETTE:** una positiva, una negativa e una neutra.

Esempio: voglio aprire una libreria a Cremona può diventare un progetto?

**DOMANDA POSITIVA/OTTIMISTICA:** assumerai del personale?

**NEGATIVA:** ma in questo momento di crisi nessuno compra libri perché vuoi aprirla?

**NEUTRA:** hai già controllato la concorrenza?

Se avete più di un sogno fate la stessa cosa con tutte le idee che avete. Alla fine della sessione chiedetevi:

- Quale sogno ha un migliore significato?
- Quale ho difeso di più?
- A quale mi sento più attaccato?
- Quale mi sembra più reale?

Rispondete per iscritto sul quaderno.

### **È UN BISOGNO, È UN DESIDERIO, È UN SOGNO**

Al mattino quando mi sveglio **HO BISOGNO** di bermi un caffè. Il sabato mattina se non lavoro di solito **DESIDERO** andare a bere un caffè con le mie amiche. È da quando sono bambina che **SOGNO** di aprire un caffè letterario perché amo moltissimo la convivialità del momento ed i libri.

Per realizzare il PROGETTO del mio caffè letterario ho bisogno di RISORSE, di un'idea innovativa e di UN TARGET di RIFERIMENTO

A questo punto hai capito sicuramente il significato di BISOGNO DESIDERIO e SOGNO; il PROGETTO (per iniziare) deve rispondere a queste caratteristiche:

1. Sono presenti delle RISORSE: economiche e di tempo
2. È presente una IDEA INNOVATIVA e per realizzarla abbiamo tutte o una parte delle competenze
3. Abbiamo in mente un TARGET di RIFERIMENTO ovvero delle persone interessate

Sempre sul tuo fido quaderno fai per iscritto questo esercizio: scegli 2 sogni tra tutti quelli che hai e verifica se sono applicabili le variabili di UN PROGETTO.

## **SULLE PAURE**

“Si muore per non aver osato”. Proverbio Indù

Spesso realizzare un nuovo progetto di vita (o di lavoro) comporta il superamento di una serie di paure innate o, molto più spesso, indotte da fattori famigliari, sociali e culturali.

A partire da questo faremo un approfondimento sulle paure. Per trasformare una paura in un punto di forza ci sono tre tappe essenziali:

1. la presa di coscienza (non si può cambiare nessuna reazione di cui non siamo coscienti);
2. l'accettazione (si tratta qui di riconoscere, di ammettere la situazione qual è. Fino a che non ammettiamo onestamente di aver bisogno di aiuto, non passiamo all'azione per chiederlo). Le prime tappe del percorso degli alcolisti anonimi consistono nell'accettare di essere alle prese con un problema di alcolismo, e nel riconoscere la propria incapacità a liberarsene da soli;
3. l'azione (non è quello che sappiamo che può cambiare il nostro modo d'essere, ma ciò che facciamo con quello che abbiamo scoperto).

Queste tre tappe sono fondamentali in tutto il processo di trasformazione o di guarigione; puoi dunque servirtene per liberarti delle tue paure o delle tue fobie.

La maggior parte delle paure che proviamo sono inconsce. Vediamo qualche esempio. Ecco un semplicissimo esercizio per sviluppare la presa di coscienza: scrivi spontaneamente tutto ciò che ti viene in mente e che comincia con “non vorrei”. Ad esempio, non vorrei essere malato, non vorrei perdere il lavoro, eccetera. Poi rileggi queste tue frasi sostituendo il “non vorrei” con “ho paura”, e ti sarai fatto un'idea piuttosto precisa delle paure che hai.

Hai un nuovo lavoro, e hai paura di non essere all'altezza. Puoi ripeterti cento volte “dentro di me ho tutte le carte in regola per riuscire, e ho successo in tutto”; ma puoi anche crearti un'immagine mentale: ti rilassi per bene e ti visualizzi con il tuo datore di lavoro

che ti fa i complimenti. Se non riesci a vederti, cerca di immaginare almeno la sua voce. Il risultato sarà altrettanto buono.

Puoi rifare l'esercizio anche se già ne conosci il significato; ciò che importa, una volta che avrai scoperto la paura che porti in te, è di accettarla, di concederti il fatto che puoi aver paura. Ammettere una difficoltà o una debolezza significa essere già in cammino per superarla.

L'azione riguarda il mezzo da usare per far fronte alla tua paura, per liberartene, per acquisire più fiducia in te e nella vita. La fiducia è il miglior antidoto contro la paura. Ci sono paure che potrai affrontare, altre che dovrai addomesticare, e altre ancora per le quali bisognerà che tu ti conceda il tempo necessario a liberartene. Ciò che importa, è scegliere il mezzo più adeguato alla situazione in cui ti trovi.

Ti sei appena comprato una casa e hai paura che ti manchino i soldi; puoi chiederti: "Mi è mai mancato il necessario, fin qui?". Convinciti allora che, se non ti è mai mancato, non ti mancherà mai. Ed è giusto così. Se una delle tue lezioni di vita fosse collegata alla mancanza del necessario, non avresti più soldi da un pezzo.

Un altro modo di prendere coscienza delle tue paure sta nel fare attenzione a tutto ciò che ti fa esitare, a ciò che non osi dire o fare.

Ad esempio, se ti propongo di parlare di un tuo progetto durante una serata dedicata alla raccolta di fondi per un'opera umanitaria, ecco che ti prende l'angoscia: non sai se devi accettare.

Vuoi certamente contribuire all'opera umanitaria, ma non ti senti in grado di parlare davanti a un pubblico così numeroso. Puoi soffermarti a cercare la paura che ti angoscia e ti fa esitare; è la paura d'essere criticato? Di ciò che gli altri possono dire o pensare? Di venire ridicolizzato? Di fare delle gaffes?

Forse nella tua memoria emozionale c'è un ricordo del tipo: dovevi parlare davanti a tutta la classe, e hai detto una scemenza; i compagni si sono messi a ridere e tu ti sei sentito ridicolo.

La paura di perdere una persona che ci è cara può molto spesso renderci possessivi e soffocanti. È proprio ciò che conduce chi amiamo a volersene andare per respirare. Ricordati che l'amore, per essere sano e vivo, ha bisogno di respirare: se soffoca, l'amore muore. La fiducia permette all'amore di fiorire. Per superare questa paura, accetta semplicemente che le persone che incrociano il tuo cammino si presentano a te per farti evolvere, e tu, a tua volta, per aiutarle nel loro cammino.

Trattenere la persona che ami, significa spingerla ad andarsene. Approfittare degli istanti in cui l'altro è presente, ringraziare di tutto ciò che si condivide giorno per giorno può invece solo rinforzare il legame che vi unisce. Se un giorno la persona che ami dovesse andarsene (perché muore o per un'altra ragione) quegli istanti privilegiati che ti avranno colmato la coppa del cuore ti permetteranno di dare quest'amore a un altro. Se invece dedichi tutti questi momenti alla paura, la persona amata se ne andrà e la tua coppa sarà vuota, dopodiché ti aggrapperai a qualcun altro,

con la speranza di riempirla di nuovo. Di fatto riproduciamo sempre la stessa sceneggiatura, fino a che la nostra maturità affettiva sarà sufficiente per smettere d'amare come fa il bambino che è mamma-dipendente.

Per superare la paura di ciò che può capitarti, accetta che, qualunque sia il cambiamento, è sempre per il meglio.

Quanto all'opinione altrui, sappi che, qualsiasi cosa tu faccia, non potrai mai impedire agli altri di pensare. Permetti loro di non essere d'accordo, di non capire, ma agisci secondo il tuo sentire e le tue aspirazioni, perché non sei venuto a questo modo per rispondere alle aspettative altrui, ma per la tua evoluzione personale. La paura dell'opinione altrui è collegata alla paura di non essere amato e apprezzato. Apprezzandoci e rispettandoci, attireremo necessariamente amore e rispetto. Quest'affermazione può aiutarti: "Sono una persona formidabile, diversa dagli altri ma altrettanto importante. Mi rendo conto che posso molto, e che gli altri mi apprezzano molto. D'ora in poi agirò in funzione delle mie aspirazioni e del rispetto che ho per me". Osare è l'antidoto migliore contro la paura!

## **PROGETTO**

Come fare? Prendi il tuo solito quaderno e scrivi:

Per realizzare \_\_\_\_\_

I MIEI ALLEATI SONO (amici conoscenti contatti )

\_\_\_\_\_

I MIEI NEMICI SONO

\_\_\_\_\_

DEVO SMETTERE DI FARE

\_\_\_\_\_

DEVO INIZIARE A FARE (attività conoscenze abitudini)

\_\_\_\_\_

E poi

\_\_\_\_\_

LE RISORSE A MIA DISPOSIZIONE SONO

\_\_\_\_\_

GLI OSTACOLI SONO

\_\_\_\_\_

Accademia S.r.l.  
Sede Legale  
Corso di Porta Romana 100, Milano - Italy  
C.F. e P.IVA 07438510963  
R.E.A. 1958690

all rights reserved AccademiadellaFelicità©2018

Tutti i materiali delle lezioni (ove altrimenti non indicato) sono proprietà di Accademia S.r.l. o del creatore originario. Anche testi, dati e loghi sono coperti da copyright.

È possibile stampare, copiare e distribuire i contenuti delle lezioni solo a fine personale, non commerciale, a patto che:

- 1) non ne venga modificato il contenuto
- 2) sia riportata la fonte, Accademia della Felicità