

# quaderno degli esercizi

Prosegue il nostro lavoro insieme. Questa volta non sarà un'attività introspettiva, ma oggettiva e analitica, ovvero "come ci siamo comunicati fino ad oggi" e dunque come ci possono percepire gli altri attraverso la nostra comunicazione.

## ESERCIZIO N. 2

### *Che tipo di comunicazione mi ha rappresentato fino ad oggi?*

Ovviamente parto avvantaggiata perché questa attività e analisi l'ho fatta qualche anno fa ;-)  
Dunque la comunicazione che mi ha rappresentata fino a oggi è quella che corrisponde al mio desiderio e alle caratteristiche elencate. Ma quello che voglio condividere con te è il fatto che siamo in costante trasformazione e quello che poteva andare bene fino a due anni fa oggi è diverso. E' diverso l'ordine delle priorità, è diverso ciò che oggi è funzionale per me. Dunque, se prima mi focalizzavo moltissimo sulle performance oggi mi focalizzo molto di più sul tempo che ritaglio per me. Il valore per me oggi è il tempo che posso dedicare ai viaggi, alle letture, alle passioni personali, alle relazioni e dunque le performance sono sicuramente un aspetto importante (devo garantire ai miei clienti di essere sempre io con le mie competenze, esperienza e qualità) ma non la narrazione principale che mi rappresenta. Dunque voglio trasmettere l'importanza dei valori, del tempo per noi, della crescita personale che impatta anche su quella professionale. Ovviamente tutto questo ho deciso di raccontarlo su IG, mentre su LinkedIn continua la mia presenza professionale tout court.

### *Come mi definisce?*

Rileggendo tutti i contenuti del passato vedo sicuramente l'importanza di mostrare le competenze, di "essere all'altezza". C'è un tempo per tutto e il mio è stato quello e oggi è questo che comincia con una nuova narrazione. Mi definiva una professionista nell'ambito del digitale, e oggi mi definisce nello stesso modo ma con nuovi valori aggiunti.

### *Che tipo di percezione può avere il tuo cliente e il tuo potenziale cliente?*

Il mio cliente o potenziale cliente per essere tale deve avere delle caratteristiche e dei valori simili ai miei. Ciò che trova è una comunicazione consapevole e responsabile, leale, orientata alla sostenibilità. Attraverso queste parole, frasi, valori avrà tutti gli elementi per comprendere l'approccio e dunque decidere se posso essere il partner ideale. Costruire una comunicazione su un target preciso significa esattamente questo, avvicinare professionisti in sintonia con cui costruire un percorso di crescita. Se pensiamo al servizio come un percorso di fiducia verso una crescita comune le caratteristiche dovranno essere chiare fin da subito; proprio per una questione di lealtà.

**Adesso tocca a te**

## Scrivi

**1) Che tipo di comunicazione ti ha rappresentato fino ad oggi?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**2) Come ti definisce?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3) Che tipo di percezione può avere il tuo cliente o potenziale cliente?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 4) Come lo sto facendo?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rileggi

Adesso rileggi quello che hai scritto e prova a pensare a come puoi migliorare questa comunicazione rispetto a oggi, ovvero a come sei oggi e a come ti posizioni. Molto spesso rileggendo i contenuti di tempo fa i professionisti si rendono conto di avere bisogno di riposizionarsi e dunque ricreare una nuova immagine più strutturata e di un livello superiore.

1. Ti ritrovi in questa comunicazione?
2. Ti ritrovi in queste parole?
3. Cosa vorresti migliorare?