



PROFESSIONE MONTAGNE

Social media marketing: il personal branding per i professionisti della montagna

Primo incontro | 27 ottobre 2022

Tsm|adm Accademia della Montagna promuove una cultura diffusa della montagna anche attraverso un programma di formazione continua per i professionisti su temi di carattere generale e trasversale ritenuti importanti per lo sviluppo del territorio. Il ciclo di incontri **"Professione Montagne"** è un'occasione di approfondimento di alcuni argomenti riconosciuti come rilevanti per la costruzione di una visione strategica del futuro della montagna trentina.

L'iniziativa, giunta alla seconda edizione, è organizzata in partnership con l'Associazione Accompagnatori di Media Montagna del Trentino, l'Associazione maestri di sci del Trentino, il Collegio delle Guide Alpine-Maestri di Alpinismo della Provincia di Trento e il Collegio provinciale maestri di sci del Trentino.

La realizzazione dei singoli incontri ha previsto il coinvolgimento di alcuni partner: Cantieri d'Alta Quota, Noetica, S.A.T.-Società Alpinisti Tridentini, Università degli Studi di Trento.

Il 27 ottobre si è svolto il primo appuntamento della seconda edizione del ciclo di seminari **Professione Montagne**, organizzato da Tsm|adm Accademia della Montagna in partnership con l'Associazione Accompagnatori di Media Montagna del Trentino, l'Associazione Maestri di Sci del Trentino, il Collegio delle Guide Alpine-Maestri di Alpinismo della Provincia di Trento e il Collegio Provinciale Maestri di Sci del Trentino. Tutti gli incontri del ciclo, il cui intento è creare un'occasione di confronto tra le diverse categorie di professionisti della montagna, prevedono oltre alla presenza dei moderatori di Tsm e dei relatori, la partecipazione dei rappresentanti degli enti organizzatori.

Al primo incontro, dal titolo **Social media marketing: il personal branding per i professionisti della montagna**, sono intervenuti Gianluca Cepollaro, responsabile di Tsm|Accademia della Montagna che ha presentato la nuova edizione del ciclo di **Professione Montagne** e Andrea Sini, Presidente dell'Associazione Maestri di Sci del Trentino.

Andrea Sini, ricordando che il seminario riprende un lavoro avviato lo scorso anno, ha sottolineato che l'incontro ha l'obiettivo di fornire ai professionisti gli strumenti necessari per decidere consapevolmente di essere online, in maniera tale da approcciarsi alle piattaforme in maniera consapevole.

Simona Bonciani, CEO di Noetica, ha definito il concetto di **personal branding** declinandolo per un professionista della montagna. Per personal branding s'intende ciò che "viene detto, sentito e pensato a livello collettivo dalla gente sulla persona e sui servizi professionali che si offrono". Il personal branding è **l'arte di costruirsi un "nome" nel proprio settore**, è il modo in cui ci si può promuovere partendo da ciò che ci rende unici e degni di nota. Consiste nel mettere a punto e nel comunicare la ragione per cui un cliente o un datore di lavoro dovrebbero sceglierli: una possibilità, quindi, per attivare opportunità professionali.

La **reputazione online** di un professionista è stata definita come capacità di far percepire il proprio valore agli interlocutori. È stata sottolineata l'importanza di mostrarsi agli altri in maniera tale che l'immagine proposta non si discosti troppo dalla realtà.

Si definisce **personal branding** la capacità di influenzare il pubblico, con l'obiettivo di condizionare la persona giusta. Il personal branding pone l'accento sul controllo della propria immagine professionale e riguarda l'influenza che l'immagine ha sul prossimo. Il personal branding è un elemento fondante della **strategia professionale** ed è importante in tutti quei contesti in cui valorizzare l'immagine personale è utile all'organizzazione per cui si lavora.

I punti di attenzione per fare personal branding e gestire in maniera strategica la propria immagine sono quattro:

1. identificarla
2. svilupparla
3. mantenerla
4. monitorarla in tutti i punti di contatto possibili con il proprio pubblico

I passi necessari per costruire una strategia ottimale di personal branding sono:

1. comprendere dove siano gli utenti interessati al tema trattato
2. definire quale piattaforma utilizzare
3. studiare come funziona la piattaforma scelta
4. analizzare come si muovono gli utenti su quel canale

È stata sottolineata l'importanza della costruzione di una **Social Media Policy** interna, con lo scopo di gettare le basi per la costruzione di una vera e propria community online che condivide valori, obiettivi e metodi e autoregola la propria vita digitale. In conclusione è stata svolta un'analisi inerente i **contenuti** del personal branding, poiché questi sono attivatori di relazioni e reputazione e sono particolarmente importanti per monitorare il proprio operato e l'interesse del pubblico.

L'incontro ha fornito numerosi spunti di riflessione e qualche indicazione pratica in merito alla gestione dei canali social, uno strumento prezioso e valido, da gestire con **competenza** e **consapevolezza**.