

Rassegna stampa

**Tu puoi cambiare il mondo. La reputazione personale:
promuovere il talento, condividere il valore (Marsilio, 2021)**

Gennaio 2021

AGENZIE

The ANSA logo consists of the word "ANSA" in white, bold, uppercase letters, centered within a solid green rectangular background.

25 ottobre 2021

Libri: Comin e Giansante, Tu puoi cambiare il mondo Come crearsi una reputazione per aiutare se stessi e gli altri (ANSA) - ROMA, 25 OTT - GIANLUCA COMIN-GIANLUCA GIANLANTE, TU PUOI CAMBIARE IL MONDO. LA REPUTAZIONE PERSONALE: PROMUOVERE IL TALENTO, CONDIVIDERE IL VALORE (MARSILIO, PP. 192, 18 EURO). La Regina Elisabetta II e Tim Cook, Elon Musk e Papa Francesco, e poi Banský, Bebe Vio e Francesco Totti: sono solo alcuni dei personaggi di cui il libro "Tu puoi cambiare il mondo" di Gianluca COMIN e Gianluca Giansante, edito da Marsilio, racconta la storia per affrontare il tema di come sia possibile crearsi una buona reputazione. Concepito come una sorta di manuale, con un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande utili a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi, il volume si propone non solo di aiutare il lettore ad avere successo nel mondo del lavoro, ma soprattutto a sfatare un pregiudizio: la costruzione di un "brand" di qualità non è infatti un mero lavoro di autopromozione, ma rappresenta un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. "Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano COMIN e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi". (ANSA). Y8M-CA 25-OTT-21 13:10 NNNN

25 ottobre 2021

Libri: esce 'Tu puoi cambiare il mondo' di Comin e Giansante = AGI0263 3 SPE
0 R01 /

Libri: esce 'Tu puoi cambiare il mondo' di COMIN e Giansante = (AGI) - Roma,
25 ott. - Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita
e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. E' il tema del nuovo
libro di Gianluca COMIN e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo",
pubblicato da Marsilio Editori. COMIN e Giansante, rispettivamente presidente
e partner di COMIN & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il
tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni
sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di
qualita' non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attivita' che alimenta la
propria comunita' di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e
condividendo il sapere. (AGI)Ila (Segue) 251137 OCT 21 NNNN

25 ottobre 2021

Libri: esce 'Tu puoi cambiare il mondo' di Comin e Giansante (2)= AGI0264 3 SPE 0 R01 / Libri: esce 'Tu puoi cambiare il mondo' di COMIN e Giansante (2)= (AGI) - Roma, 25 ott. - "Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non e' solo un modo per promuovere le proprie capacita' ma puo' essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali. Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualita' e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi. "Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano COMIN e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi". (AGI)lla 251137 OCT 21 NNNN



28 ottobre 2021

Esce "Tu puoi cambiare il mondo", libro su reputazione personale di Comin e Giansante Esce "Tu puoi cambiare il mondo", libro su reputazione personale di COMIN e Giansante In libreria e negli store online, il testo edito da Marsilio.

Roma, 25 ott. (askanews) - Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca COMIN e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori.

COMIN e Giansante, rispettivamente presidente e partner di COMIN & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. "Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

"Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano COMIN e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi". Red 20211025T112031Z

QUOTIDIANI

Domani

18 ottobre 2021

LA LEZIONE DEL CASO STARBUCKS

Per un'azienda i migliori influencer sono i dipendenti

GIANLUCA COMIN E
GIANLUCA GIANSANTE
comunicatori

Il caffè americano va sorseggiato con calma. Lo sanno bene Rashon Nelson e Donté Robinson, che amano il caffè e amano prenderlo da Starbucks, la catena che ha fatto della qualità delle sue miscele e del comfort dei suoi negozi un marchio di fabbrica. Nelson, 23 anni, sta seduto con un amico al solito tavolo, aspettando un'altra persona per un appuntamento di lavoro. È un pomeriggio come tanti e Nelson scherza con Robinson. Ma quel giorno c'è un nuovo manager nel caffè, vedendoli seduti senza consumare si infastidisce. Chiama la polizia. Gli agenti si avvicinano ai due ragazzi, non fanno domande. Li invitano subito a uscire. Nelson e Robinson spiegano che stavano aspettando una persona per un incontro di lavoro, ma vengono portati fuori dal locale in manette. Un cliente filma la scena e il video dell'arresto dei due ragazzi viene visto da undici milioni di persone in poche ore, suscitando un'ondata di indignazione. C'è un unico motivo per cui vengono trattati in quel modo: Nelson e Robinson sono due ragazzi afroamericani. La risposta di Starbucks non tarda ad arrivare. L'amministratore delegato, Kevin Johnson, si scusa per l'accaduto e annuncia che tutti i locali sparsi negli Stati Uniti sarebbero rimasti chiusi per un giorno, per consentire a circa 175mila dipendenti di partecipare a un corso finalizzato a prevenire la di-

scriminazione razziale. Starbucks si rende conto che l'unico modo per garantire che episodi del genere non si ripetano più è tramite la formazione dei propri dipendenti, i primi ambasciatori del brand. Ai fatti di Philadelphia, Starbucks risponde con un'azione potente di *employee branding*, il processo tramite cui le persone dell'azienda interiorizzano i valori del marchio e sono motivati a proiettarli ai clienti e a tutti gli stakeholder con cui vengono a contatto. Si tratta di un importante strumento di comunicazione. Sottovalutarne il potenziale può portare a seri danni di reputazione. Un singolo dipendente, infatti, può creare un danno di immagine che si riverbera su tutti i colleghi fino all'ad e al marchio stesso. Al contrario, il comportamento positivo di un collaboratore può proiettare una luce positiva su tutta l'azienda. In questo contesto il *personal branding* di un dipendente non è più solo uno strumento di autopromozione ma anche un mezzo con cui tutta l'azienda può crescere. Ecco perché le imprese hanno iniziato a cercare collaboratori in grado di valorizzare al meglio la propria reputazione tramite i propri canali di comunicazione. Il mondo aziendale si è reso conto che il valore di una persona non si esprime solo nei contesti professionali ma anche nella sua proiezione esterna. Allo stesso tempo i dipendenti riconoscono i vantaggi di accreditarsi come esperti del settore in cui lavorano. Nel suo blog, Roope Heinilä, amministratore delegato di

Smapr, piattaforma per l'*employee branding*, lo spiega: «Le aziende hanno cercato per decenni di convincere influencer esterni, come testimonial e celebrità, a rappresentare i loro marchi, ma hanno scoperto solo di recente che i migliori influencer potrebbero essere proprio i loro dipendenti: hanno un interesse e una comprensione dell'azienda migliore di chiunque altro». Ovviamente questo ha un impatto positivo sull'*employee branding*, nome simile ma significato diverso: indica infatti la reputazione dell'azienda come luogo di lavoro. Se un'impresa ha la fama di un posto piacevole riesce infatti anche ad attrarre e trattenere i collaboratori migliori. (...) Oggi più che mai per le imprese è diventato fondamentale trasmettere le giuste percezioni e presentare con trasparenza i propri valori. In questo modo sarà possibile attrarre i talenti migliori e spingerli a contribuire non solo con il proprio lavoro ma anche con la propria partecipazione attiva agli obiettivi aziendali.

Questo testo è estratto dal libro *Tu puoi cambiare il mondo - La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore* (Marsilio)



26 ottobre 2021

**In libreria «Tu
puoi cambiare
il mondo»**

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi nel mondo del lavoro che cambia. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, «Tu puoi cambiare il mondo» (Marsilio Editori). Comin e Giansante, presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un «brand» non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza. Il volume attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione può utilizzarsi per far crescere i risultati aziendali, stimolare un cambiamento culturale o dare voce a temi sociali.

ItaliaOggi

26 ottobre 2021

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Esce «Tu puoi cambiare il mondo», libro su reputazione personale di Comin e Giansante. Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione: è il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, «Tu puoi cambiare il mondo», pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners nonché docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un brand di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

— © Riproduzione riservata — ■



26 ottobre 2021

IN BREVE

ESCE IL LIBRO DI COMIN E GIANSANTE

■ Come costruire una reputazione per la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in evoluzione. È il tema del libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori.

Editoria Esce “Tu puoi cambiare il mondo”, il libro sulla reputazione personale di Comin e Giansante

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, “Tu puoi cambiare il mondo”, pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un “brand” di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma

È in vendita a 18 euro in libreria e negli store online, il saggio di 192 pagine pubblicato da Marsilio Editori

un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. “Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali. Il testo contiene anche

l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.





27 ottobre 2021



**ROBERTO GUALTIERI
E IL SUO ALTER EGO**

Il neo sindaco di Roma Roberto Gualtieri nella sua prima uscita non strettamente istituzionale era al fianco di Carlo Verdone alla Festa del Cinema di Roma. Verdone, presentando la serie *Vita da Carlo*, racconta la sua improbabile candidatura a primo cittadino della Capitale. «Concorrenza? Al massimo a Gualtieri potrà dare qualche consiglio», si schermisce l'attore.

**PER ALBERTO BIASI
VIP E COLLEZIONISTI**

Al Museo dell'Arte Pubblica Alberto Biasi ha scatenato non solo il desiderio di tuffarsi nel suo arcobaleno psichedelico, ma anche la voglia di rivedersi tra gli assidui frequentatori dei vernissage, da Anna Boccaccio a Innocenzo Cipolletta, Valeria Licastro e Federica Tittarelli Cerasi.

**COME COSTRUIRE
UN SUCCESSO**

Tu puoi cambiare il mondo, Marsilio editore, è il prezioso volumetto che Gianluca Comin e Gianluca Giansante hanno scritto per «promuovere il talento e condividere il valore» tratta della regina Elisabetta e di papa Francesco, ma sarà utile anche a politici e manager.

IL GAZZETTINO

28 ottobre 2021

Carriera e impresa, quando la reputazione ti cambia la vita

IL LIBRO

Non è solo una questione di immagine e di reputazione. Oggi, in quella che il giornalista e gran comunicatore Gianluca Comin definisce la «moderna agorà» dei media e del digitale, conta moltissimo raccontare quello che sei, che vuoi, che sogni. La tua visione dell'azienda e del mondo che intendi costruire insieme ai tuoi collaboratori e al tuo ecosistema d'impresa, di studio, di vita. «Tu puoi cambiare il mondo», l'ultimo libro che Comin ha scritto col socio, sociale e ricercatore Gianluca Giansante (edito da Marsilio), è un approfondimento del tema della reputazione personale che smonta alcuni luoghi comuni e che analizza il successo comunicativo di tanti personaggi famosi, dalla regina Elisabetta II a Tim Cook (Apple), da Elon Musk (Tesla) a Papa Francesco, passando per il «misterioso» artista Banksy e la campionessa veneziana Bebe Vio fino a numero 10 Francesco Toti. Ma è anche una cassetta di consigli per chi vuole affermarsi nel mondo. «Dallo studente all'amministratore delegato tutti devono avere cura sempre di più della propria immagine, perché in un'agorà moderna dominata dai media e dal digitale è fondamentale raccontarsi nella maniera più efficace», spiega Comin, docente all'università Luiss Guido Carli. «Il libro offre esempi ed esperienze di persone che sono riuscite a creare valore per se e per le aziende con cui lavorano - evidenza il fondatore della società di comunicazione Comin&Partners - ma è anche una sorta di manuale di istruzioni per rafforzare la propria reputazione personale perché oggi non basta la competenza, bisogna anche trasmetterla nel modo migliore perché gli altri l'apprezzino. Il libro può servire allo studente che si deve costruire la carriera e al manager; a chi gestisce organizzazioni non go-

vernative e a tutti quelli che in qualche modo mettono la loro faccia al servizio di una causa», spiega Comin. Anche ai politici? «Non prendiamo in esame la politica, anche se è vero che con la crisi dei partiti la personalità e il personalismo a volte hanno preso il sopravvento», risponde con un filo d'ironia l'esperto di comunicazione.

GLI ERRORI

Gli errori più frequenti in questo campo per uno studente? «Deve pensare che tutto ciò che posta in Rete rimarrà a lungo e qualche volta per sempre - l'avvertimento di Comin -. Bisogna curare fin dal principio l'immagine, per esempio come ci si veste. È importante entrare nel mondo del lavoro col piede giusto». Una foto sbagliata e sei segnato per sempre.

L'errore dell'imprenditore? «Per esempio non avere la consapevolezza del proprio ruolo nell'impresa. L'azienda oggi viene sempre più identificata con chi la rappresenta, che sia il presidente, il socio, l'Ad. Visionario, innovativo, internazionale, con i piedi per terra, ogni imprenditore ha un aspetto che lo caratterizza e che ha portato al successo la sua azienda. Questo aspetto deve essere valorizzato. Social, media, libri, convegni e manifestazioni, tutto deve essere gestito con attenzione e coerenza per disegnare la figura dell'imprenditore al meglio». Comin fa due esempi di successo nel Nordest. «Giovanni Rana ed Ennio Doris». Oggi però al governo c'è un comunicatore parco e attento come Mario Draghi. È finita l'era degli showman? «Draghi ci mostra che anche l'uso del silenzio e il controllare la presenza è utile per rafforzare la propria immagine. Ma questa riservatezza non va bene per sempre: ci sono momenti in cui bisogna spiegare al pubblico situazione e progetti». Per riuscire a cambiare il mondo.

Maurizio Crema

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IMPRENDITORE Elon Musk

30 ottobre 2021

IL LIBRO | "TU PUOI CAMBIARE IL MONDO"

Da Totti a Bebe e la Regina: star diventate brand

ROMA - Altro che dimenticato tra vent'anni, Francesco Totti resterà in eterno nella storia del calcio. Uscita a vuoto di Cassano lascia ormai il tempo che trova, l'ex capitano della Roma guarda avanti e prosegue nel suo percorso lavorativo senza nemmeno commentare le parole del barese. Ed è anche a volte nell'indifferenza la forza di Totti, diventato nel corso degli anni un vero e proprio brand, riuscendo a sfruttare in modo strategico le proprie caratteristiche personali: tanto i pregi, quanto quelli che vent'anni individuali come possibili difetti da detrattori. Dal libro delle barzellette, studiato per rispondere alle critiche sulla sua "semplicità" fuori dal campo, passando per le numerose (e spesso silenziose) iniziative di beneficenza e al suo impegno come ambasciatore Unicef, fino al racconto della sua vita privata con tanto di autobiografia, film e serie tv. Un lungo percorso di personal branding arrivato da una strategia vincente.

IL LIBRO. Totti è soltanto uno degli esempi proposti dal nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Gianforte, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Gianforte, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale mostrando come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti come appunto quello di Totti ma anche Bebe Vio, Tim Cook fino a Papa Francesco e la Regina Elisabetta II. Insomma, la reputazione si costruisce con il duro lavoro e una strategia ben studiata. Proprio come quella di Totti.

lac.all.

© COMIN & PARTNERS

IL TEMPO

1 novembre 2021

TRA MARKETING, AZIENDE E POLITICA

L'ultimo libro dei comunicatori Comin e Giansante: ecco come valorizzare il proprio brand personale

Con reputazione e talento si può cambiare il mondo

Da Elisabetta II a Greta e Musk, storie e segreti per vincere la sfida social

Di ALBERTO DI MAJO

Non hai letto ancora la metà del libro che ti assale un dubbio: e se anche io potessi cambiare in un colpo solo me stesso e il mondo? Non tutti avranno la forza e l'ottimismo di vedere nuove strade aprirsi di fronte a sé, eppure l'ultimo saggio di Gianluca Comin e Gianluca Giansante sulla reputazione personale ha l'effetto di un'iniezione di fiducia in un tempo piuttosto magro di speranze. Con «Tu puoi cambiare il mondo», edito da Marsilio, i due comunicatori-docenti alla Luiss mostrano che ognuno può raccontare la propria storia e diventare, come si dice nel marketing, un love brand. Basta «promuovere il talento e condividere il valore», recita il sottotitolo del testo in questi giorni in libreria.

Un'avvertenza è d'obbligo: i malati dell'ego, i pompieri del Social, i fissati dell'immagine fine a se stessa comprassero qualche altro manuale. Qui siamo agli antipodi della Bestia, tanto per capirci. Non è un caso che ancora prima del prologo Comin e Giansante riprendano Francesco d'Assisi: «È nel dare che riceviamo». Né che la prima figura che si incontra nel testo sia quella di una ragazzina che con determinazione e passione ha ingaggiato una battaglia per il clima che ha coinvolto tutto il mondo. Ecco, proprio Greta Thunberg è l'esempio della generosità e della gratuità di un impegno: era sola quando ha cominciato a scioperare. Non aveva bisogno di essere riconosciuta da un gruppo, di essere leader. Ha sposato un tema e il suo coraggio è diventato contagioso. «Il suo esempio ci mostra che, come spesso accade,

le migliori reputazioni personali nascono non quando si

lavora alla propria autoproduzione ma quando si perseguono obiettivi più alti con generosità e coerenza», scrivono i due autori. Succede per i marchi commerciali, allo stesso modo la reputazione personale fa la differenza. Dunque il proprio personal brand può essere decisivo nella società liquida e dell'informazione dove le connessioni sono illimitate. In un'epoca in cui la reputazione si impone solo come relazione, occuparsi del proprio brand diventa un guardare agli altri. «Siamo amministratori delegati della nostra azienda, la "Me Spa". Per essere sul mercato oggi il lavoro più importante è essere capo del marketing del brand chiamato "Tu"».

Dall'autopromozione di Leonardo da Vinci verso il duca Ludovico il Moro, passando per le multinazionali che hanno saputo valorizzarsi seguendo battaglie o storie autentiche condivise (la Nike o la Patagonia anti-black friday), la regola è che «il pubblico non vuole connettersi con le aziende ma con le persone». La reputazione è un asset fondamentale del nuovo mondo del lavoro e offre un vantaggio competitivo. Ecco perché, insieme con la presenza online, il target giusto e l'autenticità, rappresenta un ponte verso gli

altri. Parliamo di un tema che si specchia nella natura degli uomini: Winston Churchill sosteneva che «il problema del nostro tempo consiste nel fatto che gli uomini non vogliono essere utili ma importanti». Così il libro diventa un vademecum per costruire la propria reputazione. Consigli di puntare sulla qualità e non sulla quantità, cioè di non confondere il proprio obiettivo con la visibilità, di definire pubblico e posizionamento. Poi di elaborare una strategia su misura e avere sempre come bussola la generosità. «Di quali temi parliamo, quali invece evitiamo? Per aiutarci a decidere è utile ricordare che il personal branding non riguarda il vendersi, il vantarsi o la celebrità fine a se stessa. Significa, al contrario, aiutare il nostro pubblico di riferimento». Su questa strada diventano fondamentali, accanto al lavoro, l'associazionismo, le attività private (la velocità o la gentilezza con cui rispondiamo alle email, ad esempio), la forza delle immagini e, soprattutto, convincersi che il silenzio è una straordinaria forma di comunicazione: non bisogna intervenire in modo costante ma selezionare gli argomenti. Il saggio si concentra anche sulla sfida del digitale dando spunti interessanti per la creazione di contenuti. Si sofferma sui linguaggi dei diversi social network e dà alcune «dritte» per rafforzare la propria presenza (si passa dalle foto e i v i d e o all'ascolto, ovvero da Youtube e Tik Tok ai Podcast). Un capitolo



si focalizza pure sul modo di ripulire la reputazione sul web. Un'altra parte del libro è destinata ai top manager, bandiere viventi delle aziende in cui lavorano, troppo spesso concentrati solo sugli azionisti e non sui dipendenti (sono questi ultimi i

migliori influencer, non serve guardare ai testimonial più costosi). Tra gli esempi da seguire, analizzati da Comin e Giannante, ci sono la regina Elisabetta II, Tim Cook, Elon Musk, Papa Francesco, Banksy, Francesco Totti, Bebe Vio. Conclude il saggio un decalogo della reputazione personale e una selezione di letture per approfondire. Un libro destinato anche agli studenti, che non smette di spronare tutti a tenere i piedi per terra. Un imperativo categorico per

i comunicatori. Come ricordò lo scrittore David Foster Wallace nella storiella raccontata ai laureandi in Marketing di un'università americana: «Ci sono due pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: "Salve, ragazzi. Com'è l'acqua?". I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa "Che cavolo è l'acqua?". Ecco, sarebbe bene non dimenticarlo.

DEPREZZAZIONE ANONIMA



Il Mio
 Sopra, la copertina di «Tu puoi cambiare il mondo», scritto da Barbara Comin e Gianluca Giannante e pubblicato da Marsilio (192 pagine, 18 euro). A sinistra, la regina Elisabetta. Due esempi di personal branding analizzati nel saggio

Corriere Adriatico

3 novembre 2021

Sonar

LIBRI



La guida Gli autori Comin e Giansante docenti alla Luiss Guido Carli affrontano un tema oggi centrale superando numerosi luoghi comuni

Da Bebe Vio a Musk e Totti I casi di buona reputazione

Quello della cosiddetta "reputation" è un argomento ormai centrale, molto più di quanto si possa pensare, anche nella vita di tutti i giorni. Fra social e mezzi di comunicazione che hanno la capacità di amplificare in maniera spesso incontrollata, diventa fondamentale saper costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. Allora è una preziosa guida il nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento.

I casi di studio
"Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona repu-

tazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, o stimolare un cambiamento culturale. Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banský a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualità. «Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'in-



Tu puoi cambiare il mondo

di Gianluca Comin
Gianluca Giansante
Marsilio Editori
pp. 192, euro 18

formazione».

Chi sono
Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione. Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.

Marco Chiatti
© IMPLICAZIONE INDEBITATA

Capital

25 novembre 2021

La ricostruzione tratta da *Tu puoi cambiare il mondo, il nuovo libro sulla reputazione personale* di Gianluca Comin e Gianluca Giansante

La comunicazione secondo Musk

Non solo autopromozione, ma capacità di alimentare la propria comunità di riferimento attraverso la condivisione della conoscenza: è questo il ruolo di una buona reputazione personale secondo Gianluca Comin e Gianluca Giansante, autori di *Tu puoi cambiare il mondo. La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore*. Edito da Marsilio Editori, il volume racconta come la reputazione sia un elemento fondamentale non solo per i professionisti ma anche per le imprese. Se per decenni, infatti, le aziende hanno evitato di prendere posizione sui temi più sensibili, oggi sono chiamate a trasmettere all'esterno le giuste percezioni anche attraverso il ruolo dei collaboratori e dei top manager, che sempre più spesso intervengono su questioni sociali, politiche e ambientali.

Come insegna il caso di Elon Musk, analizzato nel libro, la reputazione del ceo assume un ruolo centrale nel far crescere, o al contrario nel far diminuire, il valore dell'azienda, non solo in termini di comunicazione, ma anche economici. Di seguito un estratto dal libro.

Elon Musk, coinvolgere il pubblico e sorprendere i media

È possibile che la visibilità del fondatore di un'azienda superi quella di un grande brand globale? Ed è possibile che la popolarità di un marchio cresca in modo molto rapido grazie a un efficace uso dei media e con pochissimi investimenti promozionali? La risposta è sì, se sei Elon Musk. L'imprenditore di origine sudafricana, fondatore di PayPal, SpaceX e Tesla, è uno dei casi più riusciti di Ceo branding



IL DECALOGO DELLA REPUTAZIONE PERSONALE di Gianluca Comin e Gianluca Giansante

Dopo aver attraversato nel dettaglio le diverse dimensioni della reputazione personale vale la pena provare a proporre una lettura sintetica dei principali elementi da tenere in considerazione: dieci regole essenziali per un posizionamento di qualità. Non è un elenco esaustivo, tanti altri consigli potrebbero essere aggiunti ma è un tentativo di distillare alcuni fra gli aspetti più rilevanti per un buon lavoro di costruzione del tuo brand personale.

- 1** Curare la propria reputazione offre un vantaggio competitivo. Come accade ai marchi aziendali, il personal branding consente di distinguersi dai propri competitor e valorizzare al meglio la propria offerta.
- 2** Se non racconti chi sei, qualcun altro potrebbe farlo per te (e potrebbe non piacerti). Curare la propria reputazione personale è un modo per raccontare in modo diretto le proprie attività e per evitare distorsioni

nella costruzione della propria immagine.

- 3** Il personal branding non è solo competenza ma anche relazione. La qualità del lavoro va sempre accompagnata con l'attenzione e il rispetto verso gli altri.
- 4** Costruire un marchio personale significa lavorare sulla qualità, non sulla quantità. Lavorare alla definizione del proprio profilo significa definire un'immagine che risponda ai nostri obiettivi e non produrre visibilità fine a se stessa.
- 5** L'autenticità è indispensabile in ogni comunicazione, anche tu puoi cambiare il mondo con il tuo racconto personale. Valorizza le tue qualità uniche, non cercare di assomigliare ad altri o pretendere di essere qualcosa di diverso da quello che sei.
- 6** Il target e il contesto sono fondamentali. La reputazione non esiste

associato a una costante attività di guerrilla marketing, ovvero all'uso di tecniche di promozione non convenzionali, basate sull'effetto sorpresa del pubblico e dei media. Applicate alla strategia di comunicazione di Elon Musk, queste tecniche hanno generato un valore eccezionale per le sue aziende, in particolare per Tesla. Un esempio di questa modalità di promozione è stato l'evento di presentazione del Cybertruck, il pick-up elettrico annunciato dallo stesso Musk in via informale ai suoi follower, coinvolgendoli prima del lancio in un sondaggio sulle aspettative rispetto al nuovo prodotto. Un modo per far partecipare il pubblico e far crescere l'attesa. Mentre sui social rimbalzavano commenti e ipotesi sul nuovo veicolo, il giorno della presentazione ufficiale Musk riuscì ancora una volta a stupire tutti e non solo perché il design del pick-up era molto diverso da quanto avesse lasciato immaginare l'imprenditore nei suoi tweet. Durante l'evento, infatti, il pick-up non superò il test di sicurezza: sottoposto al lancio di una palla di acciaio sul finestrino, contro ogni aspettativa la superficie si frantumò in diretta, suscitando ilarità e stupore. Al contrario di quanto si possa immaginare, la presentazione fu comunque un grande successo: il Cybertruck riuscì a riscuotere una copertura mediatica eccezionale e l'incidente diede anche un tocco di autenticità alla presentazione.

In seguito all'evento, Musk postò su Twitter un video in cui il nuovo Cybertruck gareggiava – vincendo – contro il veicolo reputato suo diretto concorrente sul mercato: il modello F-150 della Ford. Il video raggiunse la quota record di 15 milioni di visualizzazioni in pochissimo tempo, generando commenti e condivisioni tali da convincere un manager della Ford ad accettare la sfida e rilanciare, con la richiesta di una rivincita. Elon Musk, naturalmente, non lasciò la provocazione inascoltata e accettò con entusiasmo. Una scelta che testimonia la grande padronanza e consapevolezza delle dinamiche dei social network e dei media. L'esempio di Elon Musk dimostra come la comunicazione possa diventare per i manager un'arma strategica, di cruciale importanza per accrescere la visibilità e le performance dell'azienda. Il suo esempio funziona per un brand e un manager con caratteristiche molto definite e potrebbe non valere allo stesso modo in altri contesti. Come sempre, adottare un tono di voce e strumenti adatti al nostro posizionamento e al target è l'arma vincente. Ma in ogni caso per un manager sapere come coinvolgere il pubblico e stupire i media può essere un ottimo modo di contribuire alla crescita del proprio brand aziendale. 



A sinistra, la copertina di *Tu puoi cambiare il mondo*. La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore. Sotto, gli autori Gianluca Comin e Gianluca Giansante.



(C'riproduzione riservata)

in assoluto ma in relazione a una comunità. Quello che in alcune situazioni è efficace, in altre può risultare inopportuno.

7 La bussola è la generosità. Il personal branding non è vantarsi o la celebrità fine a se stessa. Significa invece aiutare il nostro pubblico di riferimento. Non è mostrare il saper fare, ma come le nostre qualità possono essere messe al servizio degli altri.

8 Non esiste una strategia per tutti. La scelta degli strumenti e del tono di voce con cui comunicare discende direttamente dal proprio posizionamento e dal pubblico di riferimento, oltre che dalle nostre preferenze personali. Assecondare le proprie inclinazioni è fondamentale per scegliere attività a cui sia più facile dare continuità.

9 Dosa il tempo e le risorse che vuoi investire. Meglio scegliere un numero limitato di azioni e curarle con attenzione piuttosto che aprire

tanti fronti e poi lasciarli abbandonati.

10 Non solo comunicazioni pubbliche. La costruzione di una reputazione personale non è rumorosa autopromozione ma attenta cura della relazione con l'altro. Può essere costruito non solo nelle attività pubbliche ma anche con le interazioni individuali.

Questi elementi costituiscono alcune linee essenziali che sintetizzano il punto di vista illustrato nel testo. Ma la costruzione della reputazione personale è un tema in continua evoluzione su cui ci fa piacere avviare un dialogo, raccogliendo dalla comunità dei lettori stimoli e spunti. Saremo felici quindi di ragionare sui commenti e le riflessioni che riceveremo nei dibattiti sul libro, nei nostri profili social e in rete, nei contenuti con l'hashtag #tupuoicambiareilmundo.

IL LIBRO DI COMIN E GIANSANTE

Con reputazione e talento si può cambiare il mondo

In libreria l'ultimo lavoro dei due comunicatori su come valorizzare il proprio brand personale che può essere decisivo nella società liquida e dell'informazione dove le connessioni sono illimitate

Pubblichiamo il prologo e l'introduzione del libro "Tu puoi cambiare il mondo. La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore" di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, edito da Marsilio (pp. 192, 18 euro).

PROLOGO

La sala è gremita. Al loro posto i grandi della terra ascoltano con attenzione. Dal podio arrivano parole dure, scandite a voce alta, con chiarezza. Un severo atto di condanna e un invito ad agire subito. A parlare con questo coraggio non è un capo di stato o un noto leader politico. È una ragazza di sedici anni. Con la sua passione e la sua determinazione ha avviato una mobilitazione che ha coinvolto più di un milione e mezzo di ragazze e ragazzi in oltre cento paesi. La sua voce raccoglie il desiderio di cambiamento di un'intera generazione. Come molti avranno capito stiamo parlando di Greta Thunberg, attivista svedese conosciuta in tutto il mondo per la sua azione a difesa dell'ambiente. Mentre parla molti si domandano come sia possibile che una ragazza così giovane sia diventata capofila di

un movimento globale così ampio. Fra le tante ragioni che hanno contribuito a questo risultato, una merita di essere sottolineata. Per coglierla dobbiamo andare all'origine del suo impegno, a Stoccolma, nell'agosto 2018.

Greta vive con la sua famiglia e frequenta le scuole superiori. Ama studiare e ha ottimi voti. Ma, insieme al suo amore per la scuola, è cresciuta nel tempo la sua sensibilità per il futuro dell'ambiente e in particolare per il cambiamento climatico. Inizia a frequentare gruppi di ambientalisti e propone di manifestare il proprio dissenso alle politiche ambientali del governo con uno sciopero. Nessuno aderisce alla sua idea, decide quindi di farlo lo stesso, da sola. Annuncia l'inizio della sua protesta con un tweet e un post Instagram. Lo scrive così: «Noi bambini di solito non facciamo quello che ci dite di fare, facciamo quello che fate voi. E visto che a voi adulti non importa nulla del mio futuro, lo faccio anche io. Farò uno sciopero della scuola per il cambiamento del clima fino al giorno delle elezioni». In quel messaggio, che ha raggiunto in poche ore migliaia di condivisioni, erano già racchiuse la forza e la fer-

mezza che oggi sono associate alla figura di Greta. Ma a colpire chi la osserva è soprattutto la generosità e la gratuità del suo impegno.

Greta è disposta a sacrificare il suo futuro scolastico per le idee in cui crede ed è pronta a farlo anche da sola. Non ha bisogno di essere a capo di un gruppo, non chiede di affermarsi come leader ma solo di mostrare quanto quel tema sia importante per lei. Il suo coraggio sarà contagioso. La sua risolutezza la accompagnerà nei suoi discorsi in alcuni fra i luoghi più prestigiosi del mondo, come il forum di Davos e la conferenza per il clima delle Nazioni Unite, davanti ai più grandi leader del pianeta. In nessun caso risparmierà le sue critiche. Non proverà a compiacere i suoi interlocutori – per quanto importanti siano – né a vantare i propri meriti, ma solo a chiedere un'azione immediata per cambiare le politiche sul clima. Il suo esempio ci mostra che, come spes-



so accade, le migliori reputazioni personali nascono non quando si lavora alla propria autopromozione ma quando si perseguono obiettivi più alti con generosità e coerenza.

INTRODUZIONE

Quante volte ci domandiamo come ha fatto quel manager a essere così apprezzato, quel collega a fare carriera così rapidamente, quell'esperto ad avere un così ampio seguito, quel personaggio pubblico a mantenere così viva e nota la sua immagine. Osservando i loro comportamenti ci accorgeremo che spesso dietro a questi risultati c'è - oltre alla qualità del lavoro svolto - anche una gestione strategica, costante e coerente della comunicazione e della propria reputazione.

Proprio come accade per i marchi commerciali, la reputazione personale è sempre più una qualità che consente di distinguersi dai propri competitor e valorizzare la propria offerta professionale. Questo vale ancora di più in un mercato del lavoro profondamente mutato, dove cambiare il luogo o addirittura il tipo di attività svolta sono azioni sempre più frequenti. In questo contesto il proprio personal brand può dare un contributo fondamentale, specie nella società dell'informazione, dove le interconnessioni sono praticamente illimitate e le informazioni disponibili su scala globale e in tempi rapidissimi. Una buona reputazione viene subito notata e, viceversa, un'immagine negativa è più difficile da nascondere.

Analizzare il proprio posizionamento, progettare una strategia di costruzione della reputazione, utilizzare gli strumenti a disposizione per diffondere il proprio brand. Sono alcuni dei temi trattati nel testo, che mette al centro la capacità di promuovere un'immagine autentica e di dare contenuti di valore al proprio pubblico di riferimento.

Prima di iniziare vale la pena chiarire un punto. Quando si pensa alla costruzione della repu-

tazione si immagina l'attività autopromozionale di chi racconti la qualità del lavoro fatto o quanto sia bravo nel proprio mestiere. Ma il personal branding è veramente efficace non quando si focalizza sulle proprie capacità e sull'alimentazione della propria immagine ma quando dà alla propria comunità di riferimento elementi utili di conoscenza, quando condivide il sapere, quando aiuta a risolvere problemi. In altre parole, il personal branding è efficace non quando lavora alla costruzione dell'ego ma quando si concentra sul dare all'altro. La reputazione personale, infatti, non esiste senza una relazione, senza il riconoscimento della comunità. Se è fine a sé stessa, se è l'attività narcisistica di un individuo alla ricerca di applausi non nutre il gruppo e, di conseguenza, non aumenta nemmeno il riconoscimento della propria immagine. Viceversa, se è un'attività finalizzata ad alimentare la crescita della propria comunità, consente a chi la svolge di diventare un punto di riferimento per un gruppo e, quindi, di guadagnare autorevolezza e stima, che porteranno anche riconoscimenti personali e professionali.

Inoltre è bene ricordare che una buona reputazione non è solo un modo per promuovere il proprio talento ma può essere utilizzata per rappresentare il lavoro della propria azienda, per stimolare un cambiamento culturale o per dare voce e forza a temi sociali.

Anzi la reputazione è più forte proprio se viene messa al servizio di un progetto di miglioramento della società. Se è uno scopo fine a sé stesso è effimera e debole, mentre se è utilizzata come strumento per raggiungere un obiettivo più alto cresce e si rafforza. Il volume si rivolge quindi a manager, imprenditori, studenti e a chi lavora nel mondo delle istituzioni e delle associazioni, così come a chiunque voglia migliorare la propria reputazione personale per aumentare la qualità del proprio contributo alla vita della comunità.



Gianluca Comin



Gianluca Giansante



ONLINE

23 ottobre 2021

<https://formiche.net/2021/10/estratto-tu-puoi-cambiare-il-mondo-comin-giansante/>

Perché la Regina Elisabetta è così popolare? Ecco il suo segreto

Di Gianluca Comin e Gianluca Giansante | 23/10/2021
- Cultura



È il personaggio più apprezzato nel suo paese e uno dei più ammirati a livello globale. La sua popolarità continua a crescere da quasi settant'anni, nonostante gli scandali che hanno attraversato la storia della sua famiglia. La sua immagine è riprodotta su gadget di ogni tipo e la sua figura attrae ogni anno centinaia di migliaia di turisti. Per questi e molti altri motivi la regina Elisabetta II è un esempio interessante di costruzione della reputazione personale.

Per comprendere alcune delle ragioni che si celano dietro questo apprezzamento è utile osservare un episodio. Siamo nel 2012, Elisabetta festeggiava il Giubileo di diamante, ovvero i sessant'anni dalla salita al trono. A 86 anni attraversava il Tamigi sotto una pioggia sferzante, in piedi sulla prua di una piccola imbarcazione. Cattura bene la scena Tanya Gold su «The Guardian»: «chiunque altro si sarebbe seduto o sarebbe entrato sotto coperta ma non la regina d'Inghilterra; lei stava lì [...] per ore sotto la pioggia». Rimanendo al suo posto, sempre sorridente, continuando a salutare con il suo iconico gesto della mano destra, mostrava rispetto per il paese, per i suoi cittadini, per la tradizione e per le istituzioni nazionali.



Del resto lo aveva annunciato in uno dei suoi più celebri discorsi, pronunciato prima ancora di diventare regina, nel 1947: «lo dichiaro davanti a voi tutti che la mia intera vita, sia essa lunga o breve, sarà dedicata al vostro servizio e al servizio della nostra grande famiglia alla quale tutti apparteniamo». In sessantotto anni di regno, la parola della regina è stata onorata quotidianamente, anche attraverso una strategia incentrata sul silenzio e sulla riservatezza.

Persino oggi, in un periodo in cui il confine tra privato e pubblico è sempre più sottile, in particolare per i personaggi celebri, opinioni e posizioni della regina Elisabetta restano un mistero. Non ha mai rilasciato interviste ai giornali e indovinare il suo orientamento in merito a temi di natura politica e sociale risulta pressoché impossibile. Ha sempre anteposto l'unità nazionale a ogni altro diritto, incluso quello a esprimere le proprie simpatie. Non ha pronunciato mai una parola o un'azione sopra le righe, seppure sia stata sempre presente nei

passaggi principali della vita del suo paese, facendo sentire la propria voce con equilibrio e con rispetto. Con le parole, con i silenzi e spesso con gesti capaci di parlare a tutti in modo immediato, ha sempre anteposto il bene comune al proprio interesse. Sta anche qui il segreto della sua popolarità.

25 ottobre 2021

<https://www.affaritaliani.it/libri-editori/tu-puoi-cambiare-il-mondo-reputazione-personale-secondo-comin-giansante-763927.html>

LIBRI & EDITORI

Lunedì, 25 ottobre 2021

"Tu puoi cambiare il mondo": reputazione personale secondo Comin e Giansante

Nel nuovo libro analizzano casi di successo: dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti



E' uscito il nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori

Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento.

Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo”
 attinge a casi di studio e best
 practice internazionali che
 raccontano come una buona

reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.

***Gianluca Comin** insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato **Comin & Partners**, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.*

***Gianluca Giansante**, fra i soci di **Comin & Partners** fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.*

Tu puoi cambiare il mondo

La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore

Marsilio

192 pagine, 18 euro

IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente

25 ottobre 2021

<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/cultura/303739/tu-puoi-cambiare-il-mondo-esce-il-libro-sulla-reputazione-personale-di-comin-e-giansante.html>

«Giornale d'Italia» - Cultura

“Tu puoi cambiare il mondo”, esce il libro sulla reputazione personale di Comin e Giansante

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa”, affermano Comin e Giansante

25 Ottobre 2021



Il nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante *Tu puoi cambiare il mondo*, pubblicato da Marsilio Editori approfondisce una tematica particolare, in continuo divenire: come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione.

Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo”, esce il libro sulla reputazione personale di Comin e Giansante

“Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano **Comin e Giansante** - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.



The Post Internazionale

25 ottobre 2021

<https://www.tpi.it/cultura/tu-puoi-cambiare-il-mondo-20211025836748/>

CULTURA

“Tu puoi cambiare il mondo”: il libro di Comin e Giansante



di **Redazione TPI**

25 Ott. 2021 alle 12:39 - Aggiornato il 25 Ott. 2021 alle 16:49

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, “Tu puoi cambiare il mondo”, pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull’argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un “brand” di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un’attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un’azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l’analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa – affermano Comin e Giansante – ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell’informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l’Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.

Tu puoi cambiare il mondo

La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore

Marsilio

192 pagine, 18 euro

ANSA

25 ottobre 2021

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2021/10/25/libri-comin-e-giansante-tu-puoi-cambiare-il-mondo_c6d826d5-74ee-4c67-8a87-fa349eeb0ed9.html

Libri: Comin e Giansante, Tu puoi cambiare il mondo

Come crearsi una reputazione per aiutare se stessi e gli altri

Redazione ANSA

ROMA

25 ottobre 2021

13:10

NEWS



(ANSA) - ROMA, 25 OTT - GIANLUCA COMIN-GIANLUCA GIANSENTE, TU PUOI CAMBIARE IL MONDO.

LA REPUTAZIONE PERSONALE: PROMUOVERE IL TALENTO, CONDIVIDERE IL VALORE (MARSILIO, PP.

192, 18 EURO). La Regina Elisabetta II e Tim Cook, Elon Musk e Papa Francesco, e poi Banksy, Bebe Vio e Francesco Totti: sono solo alcuni dei personaggi di cui il libro "Tu puoi cambiare il mondo" di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, edito da Marsilio, racconta la storia per affrontare il tema di come sia possibile crearsi una buona reputazione. Concepito come una sorta di manuale, con un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande utili a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi, il volume si propone non solo di aiutare il lettore ad avere successo nel mondo del lavoro, ma soprattutto a sfatare un pregiudizio: la costruzione di un "brand" di qualità non è infatti un mero lavoro di autopromozione, ma rappresenta un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

"Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi". (ANSA).

25 ottobre 2021

<https://www.ilsussidiario.net/news/tu-poi-cambiare-il-mondo-come-costruire-una-reputazione-per-distinguersi-nel-lavoro/2240777/>


TU POI CAMBIARE IL MONDO/ Come costruire una reputazione per distinguersi nel lavoro




Pubblicazione: 25.10.2021 - La Redazione

La reputazione personale è al centro del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori



Pixabay

 Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori.

   Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un’azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l’analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa – affermano Comin e Giansante – ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell’informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.



Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.

25 ottobre 2021

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/esce-tu-puoi-cambiare-il-mondo-il-libro-sulla-reputazione-personale-di-comin-e-giansante>

Esce “Tu puoi cambiare il mondo”, il libro sulla reputazione personale di Comin e Giansante



Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, “Tu puoi cambiare il mondo”, pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull’argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un “brand” di qualità non sia un lavoro di autopromozione,

ma un’attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un’azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l’analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Bansky a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell’informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l’Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.

yahoo!notizie

25 ottobre 2021

<https://it.notizie.yahoo.com/esce-tu-puoi-cambiare-il-091622286.html?guccounter=1>

Esce “Tu puoi cambiare il mondo”, libro su reputazione personale di Comin e Giansante

Red

25 ottobre 2021 - 2 minuto per la lettura



Image from askanews web site

Roma, 25 ott. (askanews) - Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori.

Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

"Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

"Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi".

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.

25 ottobre 2021

https://www.askanews.it/economia/2021/10/25/esce-tu-puoi-cambiare-il-mondo-libro-su-reputazione-personale-di-comin-e-giansante-pn_20211025_00033/

LIBRI Lunedì 25 ottobre 2021 - 11:16

Esce "Tu puoi cambiare il mondo", libro su reputazione personale di Comin e Giansante

In libreria e negli store online, il testo edito da Marsilio.



Roma, 25 ott. (askanews) – Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo", pubblicato da Marsilio Editori.

Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

"Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti.

Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un "decalogo" per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

"Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa – affermano Comin e Giansante – ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi".

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza, è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici e comunicazione, è autore di diverse pubblicazioni sul tema.



27 ottobre 2021

<https://agcult.it/a/46878/2021-10-27/libri-esce-tu-puoi-cambiare-il-mondo-sulla-reputazione-personale>

(nin) 27 ottobre 2021 13:10

Libri, esce “Tu puoi cambiare il mondo” sulla reputazione personale

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, “Tu puoi cambiare il mondo”, pubblicato da Marsilio Editori. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano, ad esempio, come la costruzione di un “brand” di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

“Tu puoi cambiare il mondo” attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere le proprie capacità ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali. Il testo contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla Regina Elisabetta II a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, da Banksy a Bebe Vio fino a Francesco Totti. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un “decalogo” per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi.

“Abbiamo scritto questo libro per rispondere agli interrogativi di tante donne e uomini che vogliono far conoscere il proprio talento: dei lavoratori che desiderano mettere a disposizione le proprie doti in azienda, degli studenti in cerca di una prima occasione, degli imprenditori che provano a far crescere la propria impresa - affermano Comin e Giansante - ma il volume si rivolge anche agli operatori delle istituzioni, del sociale e del mondo dell'informazione che vogliono far crescere la consapevolezza su temi complessi”.

30 ottobre 2021

<https://www.corrieredellosport.it/news/calcio/serie-a/roma/2021/10/30-86658088/da-totti-a-bebe-e-la-regina-star-diventate-brand>

Da Totti a Bebe e la Regina: star diventate brand

L'ex capitano della Roma è soltanto uno degli esempi proposti dal nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, "Tu puoi cambiare il mondo". Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione



Jacopo Aliprandi • 30.10.2021 10:52

ROMA - Altro che dimenticato tra vent'anni, **Francesco Totti resterà in eterno nella storia del calcio**. L'uscita a vuoto di Cassano lascia ormai il tempo che trova, l'ex capitano della Roma guarda avanti e prosegue nel suo percorso lavorativo senza nemmeno commentare le parole del barese. Ed è anche a volte nell'indifferenza la forza di Totti, **diventato nel corso degli anni un vero e proprio brand**, riuscendo a sfruttare in modo strategico le proprie caratteristiche personali: tanto i pregi, quanto quelli che venivano individuati come possibili difetti da detrattori. **Dal libro delle barzellette**, studiato per rispondere alle critiche sulla sua "semplicità" fuori dal campo, passando per le numerose (e spesso silenziose) **iniziative di beneficenza** e al suo impegno come ambasciatore Unicef, fino al **racconto della sua vita privata** con tanto di autobiografia, film e serie tv. Un lungo percorso di personal branding arrivato da una strategia vincente.

Totti è soltanto uno degli esempi proposti dal nuovo libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante, **"Tu puoi cambiare il mondo"**, pubblicato da **Marsilio Editori**. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, **affrontano il tema della reputazione personale** mostrando come la costruzione di un "brand" di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. **Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione** attraverso casi concreti come appunto quello di Totti ma anche Bebe Vio, Tim Cook fino a Papa Francesco e la Regina Elisabetta II. Insomma, la reputazione si costruisce con il duro lavoro e una strategia ben studiata. Proprio come quella di Totti.

30 ottobre 2021

<https://www.tag43.it/tu-puoi-cambiare-il-mondo-reputazione-gianluca-comin-gianluca-giansante-marsilio-editore/>

Libri

Tim Cooking

Migliorare le condizioni di lavoro in azienda e favorire il benessere dei dipendenti, ma anche attenzione alla sostenibilità. Sono gli ingredienti con cui il Ceo Apple ha costruito il "suo" brand. Uno degli esempi di successo spiegati da Tu puoi cambiare il mondo di Comin e Giansante.

Aggiornato il 30 Ottobre 2021 16:02

di Redazione



Come costruire una **reputazione** capace di supportare la propria crescita e distinguersi in un mondo del lavoro in rapida evoluzione. È il tema del nuovo libro di **Gianluca Comin** e **Gianluca Giansante**, **Tu puoi cambiare il mondo**, pubblicato da **Marsilio Editori**. Comin e Giansante, rispettivamente presidente e partner di Comin & Partners e docenti alla Luiss Guido Carli, affrontano il tema della **reputazione personale** superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Il saggio contiene anche l'analisi di alcuni esempi di successo di costruzione della reputazione personale, dalla **Regina Elisabetta II** a **Tim Cook**, da **Elon Musk** a **Papa Francesco**, da **Bansky** a **Bebe Vio** fino a **Francesco Totti**. Il volume guida il lettore nella costruzione della propria strategia di comunicazione attraverso casi concreti, un **decalogo** per un posizionamento di qualità e una scheda con domande che aiutano a costruire un percorso per raggiungere i propri obiettivi. Tag43 ne pubblica un estratto.



Tu puoi cambiare il mondo, il nuovo libro di Comin e Giansante edito da Marsilio.

Tim Cook, l'importanza dell'autenticità

È il 25 agosto 2011 quando una notizia scuote gli equilibri della Silicon Valley. Con una lettera indirizzata al consiglio di amministrazione, Steve Jobs annuncia formalmente le sue dimissioni da Apple. Nello stesso messaggio il guru dell'hi-tech indica anche chi sarà il suo successore: si tratta di Tim Cook, già Chief operations officer dell'azienda, che da quel giorno si trova a dover guidare uno dei brand più iconici del pianeta, fortemente legato all'immagine del suo fondatore. Nonostante le difficoltà che derivano dal dover prendere il posto del noto e carismatico fondatore, Cook guida Apple in una delle sue stagioni di maggior successo, portandola a essere la prima azienda americana a raggiungere una valutazione di mille miliardi di dollari e continuando a rilasciare prodotti leader nel settore. Allo stesso tempo riesce anche a costruire un'immagine personale forte e riconosciuta a livello internazionale, con un'identità ben definita. Lo fa non cercando di imitare Jobs ma percorrendo un percorso autonomo. «Sapevo che l'unica persona che posso essere è quella che sono. Ho cercato di essere il miglior Tim Cook possibile». Con questa frase spiega al meglio come la costruzione della sua reputazione sia passata per una scelta strategica chiara: non cercare di replicare la leadership del suo predecessore ma inaugurare un nuovo tipo di guida, che l'esperto di tecnologia Leander Kahney ha definito «forte e umana». Ma quali caratteristiche hanno costituito le fondamenta del posizionamento di Cook? In primo luogo, l'impegno per migliorare le condizioni di lavoro nell'azienda e favorire il benessere dei dipendenti, ma anche una maggiore attenzione per temi come la sostenibilità e la riduzione dell'impatto ambientale. Posizioni che hanno avuto una ricaduta estremamente positiva non solo sulle performance aziendali ma anche sulla reputazione di Cook, riconosciuto come fonte di ispirazione all'interno e all'esterno di Apple. La sua scelta conferma l'importanza di costruire un brand personale che rispecchi la propria identità, senza cercare di imitare un modello prestabilito ma puntando invece sulle proprie caratteristiche, attitudini e valori.

<https://www.iltempo.it/attualita/2021/11/01/news/libro-gianluca-comin-e-giansante-con-reputazione-e-talento-si-puo-cambiare-il-mondo-29275266/>

Con reputazione e talento si può cambiare il mondo



L'ultimo libro dei comunicatori Comin e Giansante su come valorizzare il proprio brand personale

Alberto Di Majo 01 novembre 2021

a a a

Non hai letto ancora la metà del libro che ti assale un dubbio: e se anche io potessi cambiare in un colpo solo me stesso e il mondo? Non tutti avranno la forza e l'ottimismo di vedere nuove strade aprirsi di fronte a sé, eppure l'ultimo saggio di **Gianluca Comin** e **Gianluca Giansante** sulla reputazione personale ha l'effetto di un'iniezione di fiducia in un tempo piuttosto magro di speranze. Con «**Tu puoi cambiare il mondo**», edito da Marsilio, i due **comunicatori-docenti alla Luiss** mostrano che ognuno può raccontare la propria storia e diventare, come si dice nel marketing, un love brand. Basta «promuovere il talento e condividere il valore», recita il sottotitolo del testo in questi giorni in libreria.

Un'avvertenza è d'obbligo: i malati dell'ego, i pompieri del Social, i fissati dell'immagine fine a se stessa comprassero qualche altro manuale. Qui siamo agli antipodi della Bestia, tanto per capirci. Non è un caso che ancora prima del prologo Comin e Giansante riprendano Francesco d'Assisi: «È nel dare che riceviamo». Nè che la prima figura che si incontra nel testo sia quella di una ragazzina che con determinazione e passione ha ingaggiato una battaglia per il clima che ha coinvolto tutto il mondo. Ecco, proprio Greta Thunberg è l'esempio della generosità e della gratuità di un impegno: era sola quando ha cominciato a scioperare. Non aveva bisogno di essere riconosciuta da un gruppo, di essere leader. Ha sposato un tema e il suo coraggio è diventato contagioso.

«Il suo esempio ci mostra che, come spesso accade, le migliori reputazioni personali nascono non quando si lavora alla propria autoproduzione ma quando si perseguono obiettivi più alti con generosità e coerenza», scrivono i due autori.

Succede per i marchi commerciali, allo stesso modo la reputazione personale fa la differenza. Dunque il proprio personal brand può essere decisivo nella società liquida e dell'informazione dove le connessioni sono illimitate. In un'epoca in cui la reputazione si impone solo come relazione, occuparsi del proprio brand diventa un guardare agli altri. «Siamo amministratori delegati della nostra azienda, la "Me Spa". Per essere sul mercato oggi il lavoro più importante è essere capo del marketing del brand chiamato "Tu".

Dall'autopromozione di Leonardo da Vinci verso il duca Ludovico il Moro, passando per le multinazionali che hanno saputo valorizzarsi seguendo battaglie o storie autentiche condivise (la Nike o la Patagonia anti-black friday), la regola è che «il pubblico non vuole connettersi con le aziende ma con le persone». La reputazione è un asset fondamentale del nuovo mondo del lavoro e offre un vantaggio competitivo. Ecco perché, insieme con la presenza online, il target giusto e l'autenticità, rappresenta un ponte verso gli altri. Parliamo di un tema che si specchia nella natura degli uomini: Winston Churchill sosteneva che «il problema del nostro tempo consiste nel fatto che gli uomini non vogliono essere utili ma importanti».

Così il libro diventa un vademecum per costruire la propria reputazione. Consiglia di puntare sulla qualità e non sulla quantità, cioè di non confondere il proprio obiettivo con la visibilità, di definire pubblico e posizionamento. Poi di elaborare una strategia su misura e avere sempre come bussola la generosità. «Di quali temi parliamo, quali invece evitiamo? Per aiutarci a decidere è utile ricordare che il personal branding non riguarda il vendersi, il vantarsi o la celebrità fine a se stessa. Significa, al contrario, aiutare il nostro pubblico di riferimento».

Su questa strada diventano fondamentali, accanto al lavoro, l'associazionismo, le attività private (la velocità o la gentilezza con cui rispondiamo alle email, ad esempio), la forza delle immagini e, soprattutto, convincersi che il silenzio è una straordinaria forma di comunicazione: non bisogna intervenire in modo costante ma selezionare gli argomenti. Il saggio si concentra anche sulla sfida del digitale dando spunti interessanti per la creazione di contenuti. Si sofferma sui linguaggi dei diversi social network e dà alcune «dritte» per rafforzare la propria presenza (si passa dalle foto e i video all'ascolto, ovvero da Youtube e Tik Tok ai Podcast).

Un capitolo si focalizza pure sul modo di ripulire la reputazione sul web. Un'altra parte del libro è destinata ai top manager, bandiere viventi delle aziende in cui lavorano, troppo spesso concentrati solo sugli azionisti e non sui dipendenti (sono questi ultimi i migliori influencer, non serve guardare ai testimonial più costosi).

Tra gli esempi da seguire, analizzati da Comin e Giansante, ci sono la **regina Elisabetta II**, **Tim Cook**, **Elon Musk (nella foto)**, **Papa Francesco**, **Bansky**, **Francesco Totti**, **Bebe Vio**. Conclude il saggio un decalogo della reputazione personale e una selezione di letture per approfondire.

Un libro destinato anche agli studenti, che non smette di spronare tutti a tenere i piedi per terra. Un imperativo categorico per i comunicatori. Come ricordò lo scrittore David Foster Wallace nella storiella raccontata ai laureandi in Marketing di un'università americana: «Ci sono due pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: "Salve, ragazzi. Com'è l'acqua?". I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa "Che cavolo è l'acqua?". Ecco, sarebbe bene non dimenticarlo».



2 novembre 2021

https://www.dagospia.com/rubrica-2/media_e_tv/prima-cambiare-mondo-pensa-cambiare-te-stesso-magari-288153.htm



2 NOV 2021 17:35

PRIMA DI CAMBIARE IL MONDO, PENSA A CAMBIARE TE STESSO (MAGARI CON LA GIUSTA REPUTAZIONE) – FRANCESCO TOTTI E' DIVENTATO UN BRAND NON SOLO PER I SUOI GOL MA ANCHE PER COME E' RIUSCITO A "POSIZIONARSI" SULLA SCENA PUBBLICA, FACENDO LEVA SUI PROPRI DIFETTI - LA SVOLTA AUTOIRONICA DEL LIBRO DI BARZELLETTE FU LA RISPOSTA A CHI LO DIPINGEVA COME IGNORANTE E FECE IMPAZZIRE L'OPINIONE PUBBLICA - L'ANALISI NEL LIBRO "TU PUOI CAMBIARE IL MONDO" DI COMIN E GIANSAnte



Estratto del libro "Tu puoi cambiare il mondo" di Gianluca Comin e Gianluca Giansante

Francesco Totti, la forza dell'autoironia

Il successo sportivo di Francesco Totti non è un mistero e i numeri della sua vita sul campo lo raccontano chiaramente: quasi mille presenze in carriera, condite da trecentotrentaquattro reti e oltre cento assist per il gol. Ma Totti non è solo il simbolo di uno sport e di una squadra di calcio. L'ex capitano della Roma è diventato, nel corso degli anni, un vero e proprio brand, riuscendo a sfruttare in modo strategico le proprie caratteristiche personali, tanto i pregi, quanto i difetti.



TOTTI DEL PIERO

Un punto di svolta per la costruzione del proprio posizionamento fuori dal campo è coinciso infatti con la pubblicazione di un libro di barzellette. La scelta nasce dall'esigenza di rispondere all'accusa che gli veniva spesso attribuita nei primi anni di carriera e cioè quella di essere tanto fenomenale in campo, quanto "semplice" fuori dal terreno di gioco. Seguendo il consiglio del giornalista Maurizio Costanzo, grande tifoso romanista e amico del calciatore, nel 2003 Totti puntò sull'autoironia pubblicando un libro in cui la sua ignoranza diventava protagonista di storielle divertenti.



TOTTI BARZELLETTE 33

La scelta di promuovere la propria immagine rispondendo con la comicità alle voci che lo dipingevano come una persona poco colta fu accolta in modo positivo dal grande pubblico, facendo diventare il libro un bestseller e garantendo al calciatore una simpatia e un affetto molto ampio.

Chiar
amen
te a

rendere ancor più efficace la pubblicazione del libro contribuì anche la decisione di Totti di donare in beneficenza l'intera somma di cui avrebbe beneficiato in qualità di titolare dei diritti d'autore. Saper accettare i propri difetti e utilizzarli a proprio vantaggio per costruire una narrazione ricca di note emotive è dunque una strategia vincente per accrescere la propria reputazione.

Il percorso di personal branding di Totti, però, non si ferma al libro o agli anni della sua carriera in campo ma prosegue anche dopo il suo addio al calcio. Oltre agli spot pubblicitari e al sapiente uso dei media, negli ultimi mesi l'ex numero dieci romanista è stato oggetto di due produzioni cinematografiche: prima il docufilm dal titolo *Mi chiamo Francesco Totti*, vincitore di un Nastro d'Argento e del David di Donatello per il miglior documentario e poi la serie tv Sky *Speravo di mori prima*.



COMIN GIANSAANTE
COVER



TOTTI BARZELLETTE 19

Due prodotti differenti nella tipologia e nel target di destinazione, ma accomunati dallo stesso successo. Grazie

alle due produzioni, il personaggio nato sul campo da gioco ha arricchito la propria reputazione rendendo noti dettagli della propria vita privata prima sconosciuti, che hanno appassionato milioni di persone. Attraverso il racconto del Totti uomo, marito e padre, la figura del campione è stata inquadrata in una chiave più umana, mostrando le difficoltà e le fragilità sofferte durante la lunga carriera sportiva e rafforzando ancora di più l'attaccamento dei suoi fan.

Raccontare sé stessi e la propria storia, senza tralasciare i difetti, i momenti più complessi e le scelte più difficili e farlo in maniera coerente con la propria storia. Anche questo è un modo efficace di costruire la propria reputazione.



MAURIZIO COSTANZO
CON FRANCESCO TOTTI



FEDERICO FABRETTI
LELIO ALFONSO,
ELENA DI GIOVANNI
GIANLUCA COMIN
GIANLUCA GIANSAANTE



TOTTI BARZELLETTE 18

2 novembre 2021

<https://www.key4biz.it/tu-puoi-cambiare-il-mondo/380210/>

LIBRI

Tu puoi cambiare il mondo

di Redazione Key4biz | 2 Novembre 2021, ore 09:00

La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore



- Di Gianluca Comin, Gianluca Giansante
- Marsilio editore
- pagine: 192
- Data di pubblicazione: 2021
- ISBN: 9788829713219
- Prezzo: 18 euro

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita personale? Come distinguersi in un mondo del lavoro e in un contesto della comunicazione in rapida evoluzione? Come scegliere temi e strumenti efficaci per parlare al pubblico?

Gli autori, professionisti con una consolidata esperienza nel settore, rispondono a queste domande superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano ad esempio come la costruzione di una reputazione personale di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. *Tu puoi cambiare il mondo* attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere il talento, ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

Gianluca Comin insegna Strategie di comunicazione e Tecniche pubblicitarie presso la Luiss Guido Carli e dirige l'Executive Programme in Corporate Communication della Luiss Business School. Nel 2014 ha fondato Comin & Partners, società di consulenza strategica, comunicazione e lobbying. Già direttore delle Relazioni esterne del Gruppo Enel e prima in Telecom Italia e Montedison, è autore di vari saggi sulla comunicazione.

Gianluca Giansante, fra i soci di Comin & Partners fin dalla fondazione, insegna alla Luiss Guido Carli e nei master della Luiss School of Government. In precedenza è stato responsabile Comunicazione e relazioni digitali della Regione Lazio e ha svolto attività di consulenza per la Presidenza del Consiglio. Dottore di ricerca in Linguaggi politici, è autore di diverse pubblicazioni sulla comunicazione.

Marketing Journal

Club del Marketing e della Comunicazione

7 novembre 2021

<https://www.marketingjournal.it/tu-puoi-cambiare-il-mondo-la-reputazione-personale-promuovere-il-talento-condividere-il-valore/>

Tu puoi cambiare il mondo. La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore

Nov 7th, 2021 | Di Redazione | Categoria: Libri Specializzati



Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita personale? Come distinguersi in un mondo del lavoro e in un contesto della comunicazione in rapida evoluzione? Come scegliere temi e strumenti efficaci per parlare al pubblico?

Gli autori Gianluca Comin e Gianluca Giansante, professionisti con una consolidata esperienza nel settore, rispondono a queste domande superando alcuni luoghi comuni sull'argomento.

Mostrano ad esempio come la costruzione di una reputazione personale di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere.

"Tu puoi cambiare il mondo" attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere il talento, ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.

<https://www.ilsussidiario.net/news/letture-rispetto-ed-empatia-essere-bravi-senza-emozioni-non-basta-piu/2246806/>

LETTURE/ Rispetto ed empatia: essere “bravi” senza emozioni non basta più

Pubblicazione: 08.11.2021 - Gianluca Comin, Gianluca Giansante

Nel mondo del lavoro le competenze tecniche non bastano più. Un estratto dal saggio di G. Comin e G. Giansante, “Tu puoi cambiare il mondo” (Marsilio 2021)



(LaPresse)

Qual è l’atteggiamento dei manager nei confronti del proprio personal branding? Una ricerca condotta nel 2017 dalla Indiana University ha provato ad analizzare il rapporto di un gruppo di professionisti americani ed europei nei confronti del proprio posizionamento reputazionale. Le interviste condotte dai ricercatori hanno mostrato che tutti ponevano attenzione a questo aspetto. Ma quali valori enfatizzavano, come si mostravano agli altri?

Le loro risposte ricadevano in due principali categorie: “forza vs calore” o “competenza vs gentilezza”. Anche se le distinzioni in qualche caso erano sfumate, i brand personali venivano descritti principalmente come gli sforzi in due diverse direzioni: da una parte c’è il tentativo di essere rispettati e di mostrare capacità professionali e dall’altra quello di piacere agli altri e di costruire una relazione. Un primo professionista descriveva così il suo modo di presentarsi:

“Faccio le cose per bene e lo faccio sempre. Quando un nuovo potenziale cliente entra nella mia stanza a volte mi dice che qualcuno ha usato queste stesse parole per descrivermi. Probabilmente perché sono le stesse che uso io quando mi presento ai miei clienti. Questo è quello che gli interessa”.

Dall’altro lato ci sono dei manager che si rappresentavano così: *“Sono appassionato, entusiasta e mi impegno. Ma devo anche mostrare la mia umanità e vulnerabilità”.*

Un altro afferma: *“La ‘regola d’oro’ è il mio brand”,* riferendosi all’antica massima diffusa nel mondo anglosassone, *“tratta gli altri come vuoi che gli altri trattino te”.* Un altro enfatizza la reputazione personale e le doti di connessione con gli altri: *“Sono bravo a creare relazioni”.* In altre parole, la maggior parte delle persone si presenta con la dimensione della competenza oppure con quella del calore. Ma, come conclude lo studio, sarebbe meglio promuoverle entrambe:

“Crediamo che la cosa migliore per un personal brand dovrebbe essere percorrere entrambe le strade. È comprensibile che ci si concentri su una o sull'altra. Per chi si focalizza solo sulla competenza – o solo sulle relazioni – è naturale ricordare i successi raggiunti con questa modalità e pensare che sia quindi la scelta migliore. Tuttavia consigliamo a manager, dirigenti, professionisti e studenti in cerca di lavoro di allargare il proprio personal brand. Farlo significa ampliare il proprio kit di punti forti”.

Non basta essere competenti: il rispetto verso l'altro, la capacità di suscitare un clima positivo e di instaurare relazioni sane sono elementi chiave della reputazione e della crescita personale e professionale.

La sempre maggiore enfasi sulla componente relazionale e umana del posizionamento personale insieme a quella tecnica è una tendenza sempre più marcata nel panorama internazionale. Il Digital Trends Report di Adobe del 2021, il sondaggio annuale che traccia l'evoluzione delle professioni del marketing, della creatività e della tecnologia, ha identificato l'empatia come il motore della carriera lavorativa:

“Capire come si sentono le persone è una parte essenziale, ma spesso trascurata, della professione. Conoscere e anticipare le reazioni dei propri interlocutori nei processi decisionali e nei momenti di attrito farà funzionare meglio il processo da entrambe le parti”.

Insomma, se per alcuni decenni nel mondo professionale c'è stata una forte focalizzazione sulle competenze tecniche, oggi le cose sembrano cambiate, grazie a una nuova accezione di requisiti indispensabili. Bruce Tulgan, consulente aziendale irlandese, l'ha sintetizzato così: “Le persone vengono assunte per le loro capacità, ma vengono licenziate a causa della loro mancanza di competenze trasversali”. Ecco perché le *soft skills* sono diventate fra le competenze più apprezzate dalle aziende. I datori di lavoro le ricercano, ma non sempre con esiti positivi.

Già nel 2015, il *Wall Street Journal*, dopo aver intervistato novecento dirigenti, ha rilevato come il 92 per cento di loro riteneva che le *soft skills* – le competenze personali – fossero di importanza pari o maggiore rispetto alle *hard skills*, le capacità tecniche. Tuttavia, l'89 per cento di loro, dichiarava di aver avuto difficoltà a individuare e assumere persone che possedessero effettivamente queste doti. L'anno successivo LinkedIn aveva condotto una ricerca sul tema, intervistando 284 responsabili delle risorse umane di grandi aziende. Il risultato: per il 60 per cento dei manager la mancanza di competenze trasversali nei candidati limitava la produttività della propria azienda.

Quali sono, dunque, le doti che in qualsiasi momento della propria carriera sarebbe bene possedere? Lo stesso studio ha provato a individuarle: la comunicazione efficace, l'organizzazione, la capacità di lavorare in squadra, la puntualità, il pensiero critico, l'esperienza sociale, la creatività e infine la flessibilità. Queste abilità, oltre ad assicurare un notevole vantaggio competitivo, possono diventare gli elementi distintivi del proprio personal brand.

Il concetto di intelligenza emotiva, enunciato dallo psicologo Daniel Goleman nell'omonimo bestseller del 1995, ha avuto profonde ripercussioni non solo nel campo della psicologia e dell'insegnamento, ma anche sulle teorie della leadership aziendale. Nel suo volume Goleman ha sistematizzato l'idea che per essere un leader di successo non sia sufficiente possedere competenze tecniche eccellenti, e neanche un alto quoziente d'intelligenza. Se nel 2015 il World Economic Forum inseriva l'intelligenza emotiva tra le dieci competenze più importanti nel mondo del lavoro, l'*Harvard Business Review* la definisce come "la chiave del successo professionale". L'intelligenza emotiva è una componente non razionale, e consiste in un insieme di capacità che consentono di comprendere e coinvolgere gli altri, una predisposizione innata che però è possibile esercitare e migliorare.

Anche in Italia una profonda riflessione sul tema è in atto da anni. **In un recente saggio a cura di Giorgio Chiosso, Anna Maria Poggi e Giorgio Vittadini** si mostra come il processo di conoscenza e apprendimento in ambito scolastico e lavorativo "coinvolge capacità non solo cognitive, come ricordare, parlare, comprendere, fare nessi, dedurre, valutare" ma "implica anche qualità trasversali, disposizioni della personalità dette *character skills*, quali l'apertura mentale, la capacità di collaborare, la sicurezza".

Sono caratteristiche che assumono una importanza ancora maggiore nel contesto pandemico, come afferma Goleman in una recente intervista:

"L'intelligenza emotiva è importante oggi più che mai. Stiamo affrontando una nuova realtà, in cui le relazioni giocano un ruolo da protagonista, trasformando il modo in cui interagiamo. Gli studi rivelano che maggiore è la nostra intelligenza emotiva, migliore sarà la nostra risposta di fronte a situazioni di stress".

Una maggiore intelligenza emotiva implica maggiore soddisfazione nel lavoro, coinvolgimento e partecipazione con i colleghi, migliori performance e salute fisica e mentale, e quindi la diffusione di un buon clima all'interno di un'organizzazione. D'altra parte, come scrive lo psicologo americano in un articolo per l'*Harvard Business Review*, "le *skills* tecniche si possono acquisire a scuola, le possono avere tutti. Ma più salì in alto nella gerarchia organizzativa, più sarà importante l'intelligenza emotiva".

La buona notizia è che l'intelligenza emotiva, pur essendo un'attitudine con una base caratteriale, è una competenza che è possibile acquisire e far crescere, a patto di riconoscerne l'importanza ed essere disposti a investire tempo e impegno per coltivarla. Solo così sarà possibile avviare la costruzione di un personal brand basato su una delle competenze più ricercate sul mercato.




8 novembre 2021

<http://www.readingtiffany.it/2021/11/recensione-tu-puoi-cambiare-il-mondo.html?m=1>

lunedì 8 novembre 2021

Recensione: Tu puoi cambiare il mondo



Tu puoi cambiare il mondo

La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore di Gianluca Comin, Gianluca Giansante

Editore: Marsilio Editori
Prezzo cartaceo: € 18,00
Prezzo ebook: € 9,99
Pagine: 192

Come costruire una reputazione capace di supportare la propria crescita personale? Come distinguersi in un mondo del lavoro e in un contesto della comunicazione in rapida evoluzione? Come scegliere temi e strumenti efficaci per parlare al pubblico? Gli autori, professionisti con una consolidata esperienza nel settore, rispondono a queste domande superando alcuni luoghi comuni sull'argomento. Mostrano ad esempio come la costruzione di una reputazione personale di qualità non sia un lavoro di autopromozione, ma un'attività che alimenta la propria comunità di riferimento, fornendo elementi utili di conoscenza e condividendo il sapere. Tu puoi cambiare il mondo attinge a casi di studio e best practice internazionali che raccontano come una buona reputazione non è solo un modo per promuovere il talento, ma può essere utilizzata per far crescere i risultati di un'azienda, stimolare un cambiamento culturale o dare voce e forza a temi sociali.



Il personal branding è un tema spesso sottovalutato dai più. Se infatti fare una strategia per potenziare il brand di un'azienda è ormai scontata per tutti, lo è di meno quando si tratta di far emergere dalla mischia il proprio brand personale. Numerosi liberi professionisti non sfruttano la potenzialità di promuovere il proprio lavoro e sé stessi, nel migliore dei modi. Questo libro sul personal branding, apre proprio gli occhi su questo tema e fa comprendere l'importanza di cominciare a investire sulla promozione di sé come professionista e persona. Puntando sul personal branding, il professionista può farsi conoscere per la sua professionalità, aumentare la sua autorevolezza sul campo, emerge in un mercato ormai ricco di competitor.

Il libro di Gianluca Comin e Gianluca Giansante è un piccolo ma prezioso manuale per chi non conosce il personal branding, o per chi vuole iniziare a promuoversi sul serio. È come un assaggio di percorso di personal branding, e lo dico io che ne ho appena terminato uno.

È quindi ricco di informazioni ma anche di consigli pratici da poter mettere in atto subito. Imparerai a riconoscere quale social network è il più adatto per la tua nicchia, come potrai promuoverti nel miglior dei modi su ognuno delle piattaforme esistenti, e molto altro ancora che preferisco non svelarti per lasciarti la sorpresa.

In breve, se stai cercando un libro che ti insegni come farti strada nel mondo dei professionisti facendo emergere le tue doti personali e professionali, l'hai appena trovato.

Durata totale della lettura: 2 giorni
Bevanda consigliata: Tè al karkadè
Formato consigliato: Cartaceo
Età di lettura consigliata: dai 20 anni



«... il personal branding è efficace non quando lavora sulla costruzione dell'ego ma quando si concentra a dare all'altro.»



Si ringrazia la casa editrice per la copia omaggio.

9 novembre 2021

<https://www.itapress.com/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

9 novembre 2021



ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'Itapress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”. Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è 'autenticità', ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autoironia. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato. (ITALPRESS).

<https://www.quinews-elba.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità



ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di

comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’Itaress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio. Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”. Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autoironia. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato. (ITALPRESS).

novembre 2021

<https://www.quinewsmassacarrara.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità



ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di

comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’Italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio. Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”. Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autoironia. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato. (ITALPRESS).

novembre 2021

<https://www.quinewsarezzo.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità



ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di

comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’Italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio. Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”. Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autoironia. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato. (ITALPRESS).

<https://corrieredirieti.corr.it/news/italpress/29381342/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita-.html>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità



09 novembre 2021

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'Italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sé stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perché abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perché aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perché ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebé Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autoironia. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.ow11.rassegnestampa.it/italpress/PDF/2021/2021-11-09/2021110923410013.pdf>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ow11.rassegnestampa.it/italpress/PDF/2021/2021-11-09/2021110920037787.pdf>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.ow11.rassegnestampa.it/italpress/PDF/2021/2021-11-09/2021110943234044.pdf>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.ow11.rassegnestampa.it/italpress/PDF/2021/2021-11-09/2021110923416807.pdf>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ow11.rassegnestampa.it/italpress/PDF/2021/2021-11-09/2021110921256840.pdf>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.appenninonotizie.it/notizie/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.blogsicilia.it/top-news/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/652821/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.bologna2000.com/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.carpi2000.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.ciociariaoggi.it/agenzie/italpress/198414/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.corrieredisgiacca.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perché abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perché aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perché ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.direttasicilia.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<http://www.economiasicilia.com/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

Economy

9 novembre 2021

<https://www.economymagazine.it/news/2021/11/09/news/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita-98425/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.feelrouge.tv/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.gazzettadilivorno.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.grandangoloagrigeno.it/top-news-italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.ilcittadinoonline.it/news-dal-mondo/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.ilcorrieredellacitta.com/news/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita.html>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ildispariquotidiano.it/it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.ilfattonisseno.it/2021/11/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

ilMODERATORE

dal 2007 quotidiano popolare
Fondato e diretto da Francesco Panasci

9 novembre 2021

<https://www.ilmoderatore.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

IL NORDEST QUOTIDIANO

9 novembre 2021

<https://www.ilnordestquotidiano.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ilpubblicista.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

ROMA

QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE FONDATA NEL 1862

9 novembre 2021

<https://www.ilroma.net/content/dal-papa-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarit%C3%A0>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle

persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ilsannioquotidiano.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.ilsitodisicilia.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://itacanotizie.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.italianotizie24.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://ladiscussione.com/126863/cultura/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.laltrocorriere.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.lanotifica.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

La Provincia

CREMONA

9 novembre 2021

<https://www.laprovinciacr.it/news/italia-e-mondo/370462/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita.html>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://www.laquilablog.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

LA SICILIA

9 novembre 2021

<https://www.lasicilia.it/italpress-news/news/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita--1388472/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.latinaoggi.eu/agenzie/italpress/189050/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<http://www.lavocedisansevero.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

LO_SPECIALE

9 novembre 2021

<https://www.lospeceleggiornale.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a sè stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://mantovauno.it/dallitalia-e-dal-mondo/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.messinaoggi.it/website/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.modena2000.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

NebrodiNews

9 novembre 2021

<https://www.nebrodinews.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

https://www.monrealepress.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/?refresh_ce

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.nuovosud.it/articoli/146980-ip/dal-papa-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarit%C3%A0>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

La Provincia

OGGIO PO

9 novembre 2021

<https://oggiopo.laprovinciacr.it/news/italia-e-mondo/370462/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita.html>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.okfirenze.com/dall-italia/news-nazionali/8155/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.okmugello.it/dall-italia/news-nazionali/8155/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.okvaldisieve.it/dall-italia/news-nazionali/8155/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://oltrepomantovanonews.it/dallitalia-e-dal-mondo/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’[italpress](#), ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://opera2030.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

PADOVANEWS

IL PRIMO QUOTIDIANO ONLINE DI PADOVA

9 novembre 2021

<http://www.padovanews.it/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://patrimoniefinanza.com/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://piunotizie.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).



9 novembre 2021

<https://primaradio.net/2021/11/09/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://qds.it/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.quinewsabetone.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.quinewsamiata.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento.

Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.quinewscasentino.it/italpress/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull'argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un'intervista all'[italpress](#) ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un'azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l'obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E' questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l'umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l'autorità. In tutti i casi c'è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

9 novembre 2021

<https://www.okvaldisieve.it/dall-italia/news-nazionali/8155/dal-papa-a-totti-un-libro-spiega-come-si-costruisce-la-popolarita/>

Dal Papa a Totti, un libro spiega come si costruisce la popolarità

ROMA (ITALPRESS) – “Quando parliamo di reputazione personale viene naturale pensare a qualcuno che va in giro a raccontare quanto sia bravo e capace. Invece abbiamo analizzato tanti casi e siamo andati a vedere i principali studi scientifici sull’argomento: ci dicono che è un lavoro che alimenta la propria comunità di riferimento. Riescono a costruire reputazione personale quelle persone capaci di condividere sapere con la loro comunità che, a quel punto, le riconosce autorevoli su un certo argomento”. Lo ha detto Gianluca Giansante, socio di Comin & Partners e docente di comunicazione alla Luiss Guido Carli, che in un’intervista all’italpress ha presentato il suo libro “Tu puoi cambiare il mondo”, scritto con Gianluca Comin ed edito da Marsilio.

Il libro affronta il tema della reputazione personale superando alcuni luoghi comuni. Uno di questi, ha spiegato, è “che in qualche modo si pensa che chi vuole alimentare la propria reputazione personale lo faccia per promuovere il proprio talento e il proprio nome. In realtà è possibile lavorare sulla propria reputazione personale ma metterla anche al servizio della crescita di un’azienda, di un cambiamento culturale, della condivisione del sapere. Greta Thunberg – ha continuato – ha usato la sua reputazione personale per accendere i fari sul tema del cambiamento climatico. Utilizza la propria notorietà non per avere una visibilità fine a se stessa ma per sensibilizzare prima milioni di giovani nel mondo e poi i potenti della Terra. Greta Thunberg – ha aggiunto – fa tutto questo non perchè abbia in testa l’obiettivo di avere una propria reputazione personale: ha cominciato perchè aveva un obiettivo più alto, quello di far sì che tutte le persone facessero la propria parte rispetto al clima. Ha cominciato da sola, non per essere leader di un gruppo ma perchè ci crede e vuole un cambiamento concreto. Le reputazioni migliori, a volte, si costruiscono non quando si vuole avere visibilità ma quando si ha un obiettivo più alto”.

Nel libro vengono analizzati casi di successo, dalla regina Elisabetta a Tim Cook, da Elon Musk a Papa Francesco, ma anche Bebe Vio e Francesco Totti. “Sono casi molto diversi ma se dovessi utilizzare una parola che li accomuna è ‘autenticità’”, ha spiegato. “La regina Elisabetta ha deciso di dedicare la propria vita a servire la corona e il popolo britannico e questo emerge in ogni azione che fa. E’ questo il motivo della sua popolarità, nonostante quello che la sua famiglia ha affrontato negli ultimi anni. Papa Francesco – ha aggiunto – ha una storia per certi versi analoga, con l’umiltà che in qualche modo prevale. Francesco Totti, invece, ha l’autorità. In tutti i casi c’è una corrispondenza tra il ruolo di queste persone e il modo in cui viene interpretato”. Si tratta, quindi, di “un libro che si rivolge a tutti”, ha spiegato.

(ITALPRESS).

<https://www.2duerighe.com/libri/137050-tu-puoi-cambiare-il-mondo-un-libro-di-valore.html>



LIBRI - 1 DICEMBRE 2021



di Vincenzo Manfredi

Il libro che presentiamo oggi ha un sottotitolo che è una ottima sintesi dell'opera: la reputazione personale, promuovere il talento, condividere il valore.

Gianluca Comin e Gianluca Giansante sono due professionisti delle relazioni pubbliche e del public affairs. Sono due colleghi con i quali è sempre piacevole e arricchente condividere momenti di analisi, di approfondimento ed anche momenti di svago. E dopo varie opere incentrate sulle tecniche delle relazioni pubbliche e della comunicazione, del lobbying e della diplomazia internazionale pubblicano un libro particolare, nuovo, entusiasmante, evocativo e allo stesso tempo un manuale di pratiche buone che sono anche pratiche "belle".

Mi stupisce, e allo stesso tempo mi entusiasma, l'incipit del libro, al posto delle dediche, come se fosse una dedica postuma: "E' nel dare che si riceve", firmato Francesco d'Assisi.

Eppure il libro si intitola: "Tu puoi cambiare il mondo". E non trovi il rivoluzionario di Assisi nel testo, ma lo ritrovi qui, nella prima pagina, prima del prologo e ti aspetti che sia Francesco ad ispirare gli autori: e credo, che laicamente, sia stato proprio così. Non che sia una ispirazione confessionale, ma ti rendi conto subito che gli autori hanno voluto mettere al servizio del grande pubblico un'esperienza profonda, una conoscenza fatta di cose, relazioni, contesti, dossier. Un libro al servizio del lettore: un libro che vuole dare coscienza e consapevolezza a chi legge e dargli gli strumenti per non perdersi nel mare della complessità e del vociare eccessivo del nostro presente. Un libro che prende le mosse dall'ardire di una sedicenne, Greta, che a partire da un tweet, è riuscita a cambiare l'agenda setting dei grandi della terra. Un libro che fa la lode alla competenza e al valore condiviso e che mette da parte, si spera per sempre, l'invidia sociale, i pensieri disfunzionali, i non detti che alimentano il brutto e la sensazione che anche in mancanza di competenza ci possa essere successo. Sono chiari gli autori: prima del successo c'è sacrificio, lavoro, impegno e una grande dose di capacità strategica di comunicazione.



Nell'introduzione gli autori scrivono: "Analizzare il proprio posizionamento, progettare una strategia di costruzione della reputazione, utilizzare gli strumenti a disposizione per diffondere il proprio brand. Sono alcuni dei temi trattati nel testo, che mette al centro la capacità di promuovere un'immagine autentica e di dare contenuti di valore al proprio pubblico di riferimento".

Come vedete tutto gira intorno alla parola autentica e a contenuti di valore. E continuano: "...il personal branding è efficace non quando lavora alla costruzione dell'ego ma quando si concentra sul dare all'altro. La reputazione personale, infatti, non esiste senza una relazione, senza il riconoscimento della comunità. Se è fine a sé stessa, se è l'attività narcisistica di un individuo alla ricerca di applausi non nutre il gruppo e, di conseguenza, non aumenta nemmeno il riconoscimento della propria immagine". È un cambio importante e sostanziale di paradigma. Un cambio di passo che ci consente di fare in viaggio nella competenza e nella condivisione che sono due dei parametri fondamentali delle relazioni pubbliche.

Un manuale quello di Comin e Giansante che ci offre un percorso tecnico, strategico e tattico e che ci impone di lavorare su noi stessi dal punto di vista del percepito e del comunicato oltre che offrirci la possibilità di intervenire su tutte quelle competenze soft che sempre di più faranno la differenza in un mondo in continuo cambiamento.

Il libro declina in modo completo le diverse dimensioni della reputazione personale: attraverso un percorso di disseminazione delle competenze delle relazioni pubbliche, rendendole disponibili per ogni tipologia di manager, studente, dipendente pubblico e privato, il sistema delle PR si rende disponibile per ogni esigenza. E torna prepotente in ogni pagina l'autenticità e la condivisione della creazione di valore. Infatti curare la propria immagine e la propria reputazione significa offrire a se stessi e agli altri un vantaggio competitivo. Se la valorizzazione della propria offerta è un elemento distintivo, raccontare chi sei ti consente di esprimere la tua unicità, cosa questa che ci obbliga ad iniziare percorsi di consapevolezza e di autoanalisi per poter esprimere al meglio il potenziale di ciascuno. E che il personal branding non è solo competenza ma anche relazione è testimoniato dal fatto che la qualità del proprio agire va sempre accompagnata dall'attenzione e dal rispetto per gli altri, costruendo asset qualitativi e non quantitativi, che significherebbe costruire solo "immagini" e non competenze e intersezioni di saperi. Così come diventa esiziale contribuire all'accrescimento del sapere dei nostri pubblici di riferimento, per dire ciò che veramente sei e per mettere le proprie qualità al servizio degli altri. Ecco una nuova buona pratica per fare in modo che le relazioni pubbliche possano essere un sistema complesso di gestione della managerialità che pone il valore del sistema a favore dei singoli, delle comunità, dei territori per la massimizzazione dei risultati per tutti gli appartenenti al sistema.

TV



4 novembre 2021

http://bancadati.datavideo.it/media/20211104/20211104-RAI_3-TG3_LINEA_NOTTE_0001-120400650m.mp4





7 novembre 2021

<https://www.youtube.com/watch?v=DVKkxVmNt88>





9 novembre 2021

https://www.mediasetplay.mediaset.it/video/tg5/gianluca-comin-e-gianluca-giansante_F310638601252D01



ForbesLEADER

24 novembre 2021

<https://bfcvideo.com/2021/11/24/forbesleader-puntata-123/>



RADIO



8 novembre 2021

<https://www.youtube.com/watch?v=DVKkxVmNt88>





20 novembre 2021

<https://www.radioinblu.it/2021/11/20/inblu-leconomia-losservatorio-della-locazione-operativa-e-come-tu-puoi-cambiare-il-mondo/>



Rai Radio 3

21 novembre 2021

<https://www.raiplaysound.it/audio/2021/11/LA-LINGUA-BATTE-38c7e56e-7aee-4f61-91ea-483ac95995a4.html>



Rai Radio 3

La lingua batte

con
Sebastian Bacchieri
Concita De Gregorio
Fausto Desalu
Gianluca Giansante
Silverio Novelli
Nicoletta Romanazzi

domenica
21 novembre

ore
10.45

*le parole
che
motivano*