

Intelligenza Artificiale e *personal branding*

Intelligenza Artificiale e **PERSONAL BRANDING**

L'introduzione di strumenti digitali ha modificato in modo significativo i processi di gestione e organizzazione della routine lavorativa, ma non solo. Ricorrere all'ausilio di tecnologia di **intelligenza artificiale** può risultare una scelta favorevole nella fase di creazione degli strumenti a sostegno del **personal branding**, consentendo ai professionisti di **distinguersi nel mondo del lavoro**.

Il **personal branding**, come indicano le parole di Jeff Bezos, fondatore di Amazon, «è ciò che le persone dicono di te quando non sei nella stanza» e, per stanza, non si intende solo il luogo di lavoro fisico.

Piattaforme digitali come **LinkedIn** hanno rivoluzionato il mondo delle *human resources* sia per le aziende in cerca di talenti, sia per coloro che vogliono mostrarsi competitivi agli occhi dei recruiter. Si tratta di ciò che il World Economic Forum ha definito come **reputation economy**, ovvero la percezione generata agli occhi del pubblico.

La cura della propria immagine online è necessaria quindi in un mondo del lavoro che volge sempre più lo sguardo al digitale: dalla comunicazione allo storytelling, dalla psicologia ai valori professionali, dall'immagine visiva all'autenticità. Il **personal branding** è un processo continuo che richiede costanza e impegno e, per questo, le tecnologie di intelligenza artificiale possono essere d'aiuto con alcuni utilizzi specifici per la gestione della propria immagine professionale:

Intelligenza Artificiale e PERSONAL BRANDING

- **stesura e revisione di materiali** come curriculum vitae, lettere di presentazione, portfolio e documenti integrativi;
- **creazione di contenuti personalizzati**, quindi l'elaborazione di piani editoriali, la scrittura di post per blog, didascalie per i social media e persino script per video-presentazioni, per mantenere una comunicazione costante con il proprio pubblico;
- **analisi delle performance e brand monitoring**, con cui è possibile monitorare l'andamento e la diffusione dei contenuti, le interazioni e il raggiungimento del giusto target di riferimento;
- **networking e crescita professionale**, grazie a suggerimenti relativi a connessioni rilevanti su piattaforme come LinkedIn e analizzando le opportunità di collaborazione con altri professionisti del settore.

Gli strumenti di **intelligenza artificiale** possono aiutare a **valorizzare i talenti e i punti di forza** di una persona e a *comunicare* al meglio per garantire una *reputation economy* efficace e di qualità. Tuttavia, come per tutte le applicazioni, l'IA va guidata, soprattutto nella **narrazione della propria persona e della propria professionalità**: è importante coniugare le potenzialità dei tool IA con una **componente umana ed emotiva**, per una reputazione che sia, prima di tutto, **autentica**.



HUMAN & TECHNOLOGY TRAINING CENTER

Digital District · RE