DA DOVE INIZIARE QUANDO NON SO DA DOVE INIZIARE?

flowerista
COMUNICAZIONE GENTILE

CONOSCI TE STESS*.

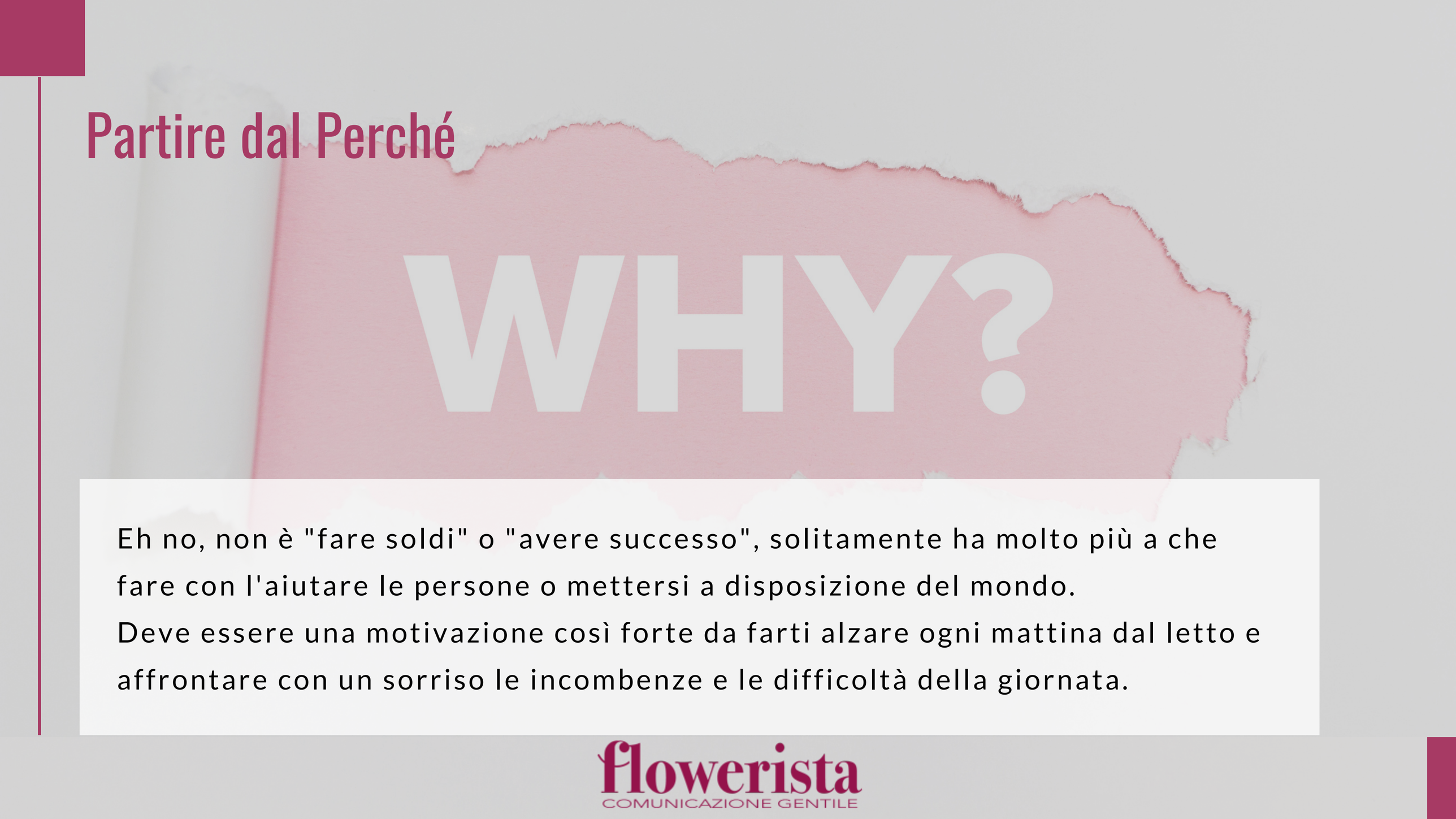
I TUOI PUNTI DI FORZA.

I TUOI VALORI.

LE TUE COMPETENZE.

flowerista
COMUNICAZIONE GENTILE

Partire dal Perché



Eh no, non è "fare soldi" o "avere successo", solitamente ha molto più a che fare con l'aiutare le persone o mettersi a disposizione del mondo.
Deve essere una motivazione così forte da farti alzare ogni mattina dal letto e affrontare con un sorriso le incombenze e le difficoltà della giornata.

Definire la propria Vision

Prima di arrivare a definire la tua Mission, dobbiamo passare dalla Vision.
Il mondo sarebbe un posto migliore se.....
Questa situazione utopica non puoi certo raggiungerla da sola, né nel tuo lavoro né nel privato. Per realizzarsi, una vision ha bisogno di uno sforzo continuato, generazionale, e ha sicuramente un tempo di incubazione molto lungo. Ma va bene così! Ora arriviamo al concreto invece.

Accorgersi di un bisogno

Spesso le persone non sono consapevoli dei propri bisogni, continuano a vivere la loro vita facendosi andare bene quello che c'è. Chi ha la sensibilità e l'acume per rendersi conto che ci potrebbe essere un bisogno latente in una determinata nicchia e ha anche le "armi" per risolverlo, ha vinto una prima battaglia!

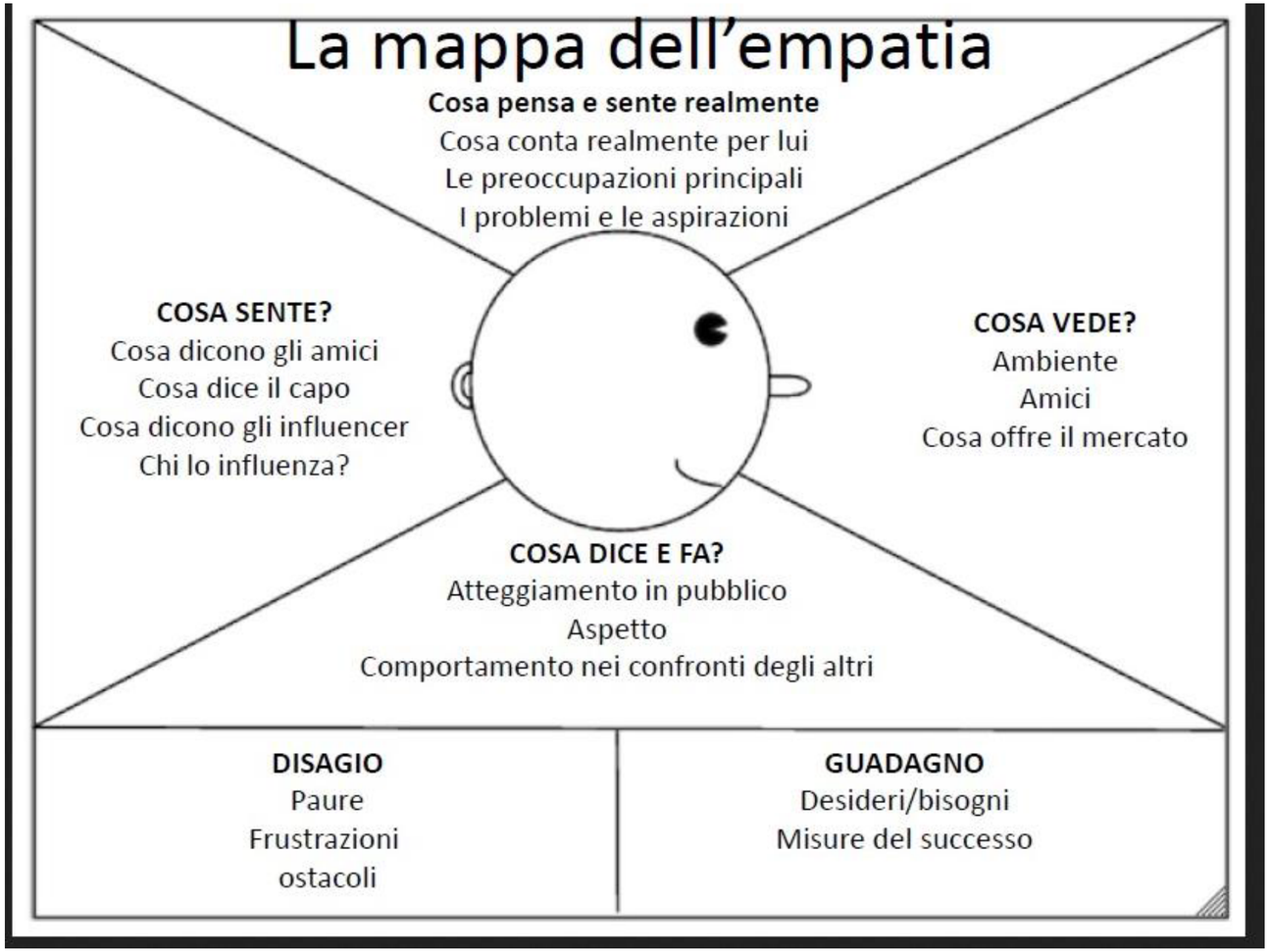
Scegliere il proprio Target

SONO IO CHE SCELGO IL MIO TARGET O E' IL TARGET CHE MI SCOPRE? 50-50!

Sicuramente devo avere un'idea più o meno chiara delle persone a cui rivolgermi, ma saranno poi i miei contenuti a fare il resto! E magari anche ad affinare la selezione.

Un tipico errore di chi inizia è pensare di rivolgersi a tutti.
Se invece iniziamo a compilare la Mappa dell'Empatia capiremo che le persone sono diverse le une dalle altre!

Mappa dell'empatia



Quali problemi risolvi

SÌ, TUTTI RISOLVIAMO PROBLEMI, ANCHE CHI FA PRODOTTO!

Ogni volta che lanci un nuovo prodotto/servizio, dovrai farti la stessa domanda: che problema voglio risolvere? Se non ti viene nessuna risposta, aspetta a proporlo: non saresti convincente.

Riconsidera gli ultimi 5 acquisti che hai fatto: per ognuno indica che problema pratico risolve, qual è il suo valore aggiunto, come quell'acquisto ha migliorato, anche di poco, la tua vita. Servirà a ricordarti che anche tu sei cliente e compri, spinta dalle stesse motivazioni per cui lo fanno i tuoi: risolvere un problema e migliorare la vita.

Definire la propria Mission

Mettendo insieme tutto quello che abbiamo visto finora si trova la propria Mission.

- è sintetica;
- è condivisibile;
- serve la tua vision;
- si basa sulla tua esperienza di vita;
- contiene una convinzione positiva;
- è universale, non fa riferimento alla tua storia;
- spiega perché fai quello che fai.

Definire la propria Mission

ECCO LA MIA:

La mia mission è aiutare i creativepreneur ad affrontare le sfide poste dalla trasformazione digitale, usando chiarezza di linguaggio, empatia e semplicità.

Riassumendo....

La tua prossima idea di business sarà l’unione tra la tua personalità e il problema che risolvi, rappresenterà quello che la gente è disposta a riconoscerti come la soluzione "unica" che proponi.
Perché unica? Perché sicuramente sarai tu e soltanto tu a vedere la realtà in un determinato modo, frutto di tutte le tue esperienze, i tuoi sbagli, i tuoi valori.

Non avere paura della tua differenza!