

Rendi il tuo brand irrestringibile con il tuo PERCHÉ

Perché fai ciò che fai e nel modo in cui lo fai? E a cosa ti serve raccontarlo

Molti business purtroppo non sanno rispondere a questa domanda , ma è importante che tu ti esamini meglio, perché le persone non comprano solo ciò che fai, ma anche perché lo fai. Per capire bene ciò che voglio dirti dovrai ascoltare il discorso fatto dal mitico : Simon Sinek a questo link : <https://youtu.be/qpoHIF3SfI4> (fallo è un discorso meraviglioso!

Lui parla del cerchio d'oro

Il modello del cerchio d'oro di basa su tre principi fondamentali che possono essere rappresentati da tre cerchi concentrici:

- **WHAT (cosa):** Il cerchio esterno rappresenta il WHAT, i prodotti/servizi che una società vende.
- **HOW (come):** Il cerchio intermedio identifica l'HOW, i fattori che spiegano come mai il prodotto/servizio è diverso o migliore di altri.
- **WHY (perché):** Il cerchio centrale contiene il WHY, il perché e la convinzione profonda che spinge con determinazione a svolgere un'azione.

La maggiorana dei business partono dal cosa fanno , poi come, fino ad arrivare al perché, ma il segreto sta nel fare il contrario per distinguersi, e Sinek fa' l'esempio di Apple :



Se Apple fosse come chiunque altro probabilmente comunicherebbe, dall'esterno verso l'interno, attraverso un messaggio di marketing come questo:

“Facciamo computer fantastici... (COSA)
Hanno un bel design e sono semplici da usare... (COME)
Ne volete comprare uno?” – Simon Sinek

Questa è la modalità che utilizza la maggior parte del marketing per comunicare mettendo al primo posto quello che viene fatto e quanto lo si fa diversamente.
Ma tutto ciò NON ISPIRA.

Vediamo allora come comunica Apple:
"In tutto ciò che facciamo, crediamo nello sfidare lo status quo, crediamo nel pensare in modo diverso... (PERCHE')
Sfidiamo lo status quo facendo prodotti con uno splendido design, semplici da usare e user-friendly. (COME)
Ed è così che realizziamo computer fantastici. (COSA)
Vuoi comprarne uno?” – Simon Sinek

Partendo dal “COSA” non si riesce a guidare facilmente il comportamento di chi è in ascolto

Partendo invece dall'interno verso l'esterno (la teoria del cerchio d'oro), partendo quindi dal “perché”, si comunica direttamente a quella parte del cervello che determina il comportamento, quindi si è in grado di razionalizzarlo con cose tangibili che si dicono e si fanno.

Il cerchio d'oro e il concetto del WHY trova le sue radici nella biologia e nei processi inconsapevoli del cervello umano.

Partire dal perché ispira le persone ad agire... e quindi, a sceglierti!

ora fai una prova , non partire come sempre hai fatto dal cosa , ma parti dal perché :

Ti faccio il mio esempio :

Perché: Credo nell' empowerment e cioè nel potere che abbiamo (se vogliamo) di poterci reinventare e sfruttare i nostri talenti

Come: Promuovo e mostro esperienze vere di chi lo sta facendo ed elargisco consigli in merito

Cosa: Creo Corsi e percorsi che aiutano a cambiare se stessi, e il proprio modo di fare business per migliorarlo e guadagnare dai propri talenti

Adesso tocca a te: scrivi a matita finché non
esce realmente ciò che vuoi e ti rappresenta:

Perché:

Come:

Cosa:

Ovviamente tutto ciò che stai scrivendo in questi esercizi, dovrai poi comunicarlo attraverso la tua comunicazione visiva e non , e anche attraverso i tuoi prodotti o servizi.

