

SOCIAL
MEDIA



Talento e passione corrono sul web

Personal Branding in farmacia.

Come valorizzare le proprie competenze e promuovere i propri progetti sul digitale? Quattro esperienze di successo da cui prendere spunto

di Stefano Chiarazzo, *Pubblico Delirio**

* **Pubblico Delirio** è una società di pubbliche relazioni che si occupa di consulenza di corporate & executive communication e ufficio stampa B2B. Il suo fondatore **Stefano Chiarazzo** è consulente direzionale e docente di reputazione digitale e autore di #SocialCEO. Reputazione digitale e brand advocacy per manager che lasciano il segno (*Franco Angeli, 2020*).

Al fine di comprendere meglio le opportunità che derivano da un uso consapevole e coinvolgente dei social media, negli articoli pubblicati nei numeri scorsi sono stati analizzati dapprima sei profili-tipo di farmacisti *on line* e poi quattro esperienze di farmacisti, la cui presenza in rete è chiaramente collegata alla farmacia in cui lavorano. Dalla mappatura dei farmacisti *on line* effettuata dal team di Pubblico Delirio, però, è emerso che non tutti i farmacisti sui social media comunicano in nome e per conto della propria farmacia. In diversi casi si occupano di altro: se qualcuno ha dedicato la propria passione e competenza alla professione giornalistica o alla comunicazione, altri hanno deciso – per esempio – di sposare, sostenere e promuovere cause e progetti sociali. Tutti ambiti dove i canali digitali possono aiutare il *Personal branding* del professionista nel valorizzare le proprie competenze e promuovere i propri progetti.

COSA È IL PERSONAL BRANDING?

Il *Personal branding* è una tecnica di marketing e comunicazione volta a promuovere la propria “marca personale” per farsi conoscere, apprezzare e contraddistinguere nella propria nicchia di riferimento. È un vero e proprio percorso che parte strategicamente dalla definizione degli obiettivi di immagine, reputazione e business, e dalla definizione di quei tratti distintivi che rendono unici all’interno di un gruppo sociale specifico. I social media sono tra gli strumenti migliori per metterlo in pratica, raccontando le proprie passioni, competenze ed esperienze con uno stile il più personale possibile e costruendo una rete di contatti di fiducia con cui confrontarsi e sostenersi a vicenda. In questo modo, oltre ad aumentare la visibilità, si ha accesso a maggiori opportunità di relazione e autopromozione, come per esempio ricevere supporto a un proprio progetto professionale o inviti a partecipare a iniziative, eventi, a insegnare o, perché no, a scrivere un libro. In questa puntata di *Social media* vengono

dunque proposte quattro esperienze di farmacisti che hanno costruito una propria “marca”, posizionandosi in maniera rilevante e differenziante sul digitale.

DIVENTARE IMPRENDITORI DIGITALI

Maria Pia Priore e Skin First®

Laureata in Farmacia, mentre frequenta un master in Cosmetologia **Maria Pia Priore** decide di condividere su Instagram informazioni riguardanti la cura della pelle e divulgare nozioni cosmetologiche di base con l’account *@dott.ssa_mariapiapriore* dedicato al suo progetto **Skin First®**. Grazie al suo stile fresco, che rende semplice comprendere anche le tematiche più complesse, ottiene un grande seguito, arrivando oggi a essere una *beauty influencer* con oltre 230.000 *follower*. Decide quindi di lanciare una vera e propria linea cosmetica con formulazioni prodotte da lei e un approccio di vendita *digital*: crea un’e-commerce con un *blog* (*www.skinfirstcosmetics.it*) per approfondire la

skin care, un profilo Instagram dedicato alla promozione dei prodotti (*@skinfirstcosmetics.it*, 127.000 *follower*) e un servizio innovativo, il **Face Decoder**, un’intelligenza artificiale integrata che a partire da un *selfie* analizza le esigenze cutanee e propone la *beauty routine* giusta per la propria pelle.

LANCIARE UN PROGETTO SOCIALE

Myriam Mazza

con “Ricomincio da me”

Myriam Mazza, contitolare della Farmacia Mazza, dopo aver assistito a una sfilata in ospedale dedicata alle pazienti oncologiche, sceglie di impegnarsi nel dare supporto e accudimento dermocosmetico a tutte le persone che affrontano le terapie. Nel 2015 ha lanciato il progetto sociale **Ricomincio da me** con cui aiuta gratuitamente le donne che vogliono essere belle anche mentre affrontano la malattia.



Organizza laboratori di dermocosmesi specialistica in ospedali, cliniche e associazioni. È molto presente *on line* con articoli sul *blog* (*www.ricominciodame.org*), partecipazione a *webinar*, dirette su Instagram (*@ricominciodame_org*) e Facebook (*@ricominciodame.org*, 14.200 *follower*), con consigli e testimonianze. Al digitale delega il doppio ruolo di raccontare il lavoro quotidiano dell’associazione e di amplificare i messaggi di salute, bellezza e inclusione. Per il suo attivismo sociale Myriam Mazza ha ricevuto il riconoscimento “Farmacista dell’anno” a Cosmofarma 2019.

SPERIMENTARE NUOVI MEDIA PER SEGUIRE LE PROPRIE PASSIONI

Alice Loreti e “Pillole Podcast”

I contenuti audio sono sempre più diffusi ma sono ancora pochi i podcast italiani a tema farmaceutico e ancora meno quelli lanciati da farmacisti in prima persona. Uno di questi è “**Pillole Podcast**” (*pillolepodcast.it*) con cui settimanalmente **Alice Loreti** tratta temi appartenenti al mondo della farmacia, della salute e del benessere e della medicina alternativa, oltre a interviste a esperti del settore. La *podcaster* farmaceutica si