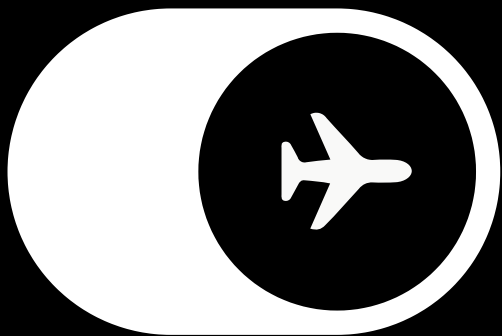
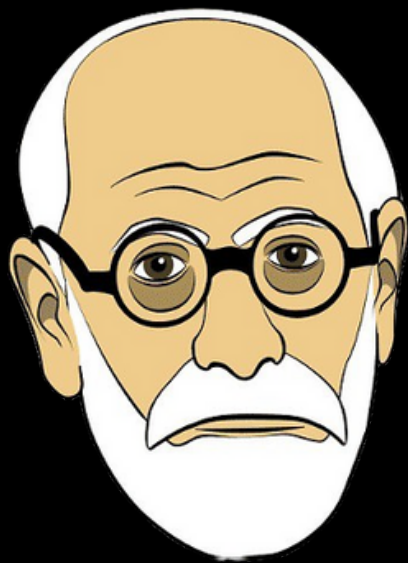


Learnnn
ffline

Tomato Test con Jung: un viaggio tra brand identity, cultura e strategia



In ogni racconto, film o canzone, il protagonista affronta un percorso che si articola in tre fasi principali

**La
preparazione**

Il viaggio

Il ritorno



Ogni Viaggio è un Viaggio a sé [...] ma è infinitamente più facile [...] avendo almeno una qualche conoscenza delle esperienze di chi è venuto prima [...]

Le ricompense dell'autoscoperta sono notevoli

Carol S. Pearson







Ogni esperto di narrazione ha una sua lista di personaggi /archetipi che ritroviamo nelle (nostre) storie...



Eroe



Mentore



Guardiano della Soglia



Messaggero



Mutaforme

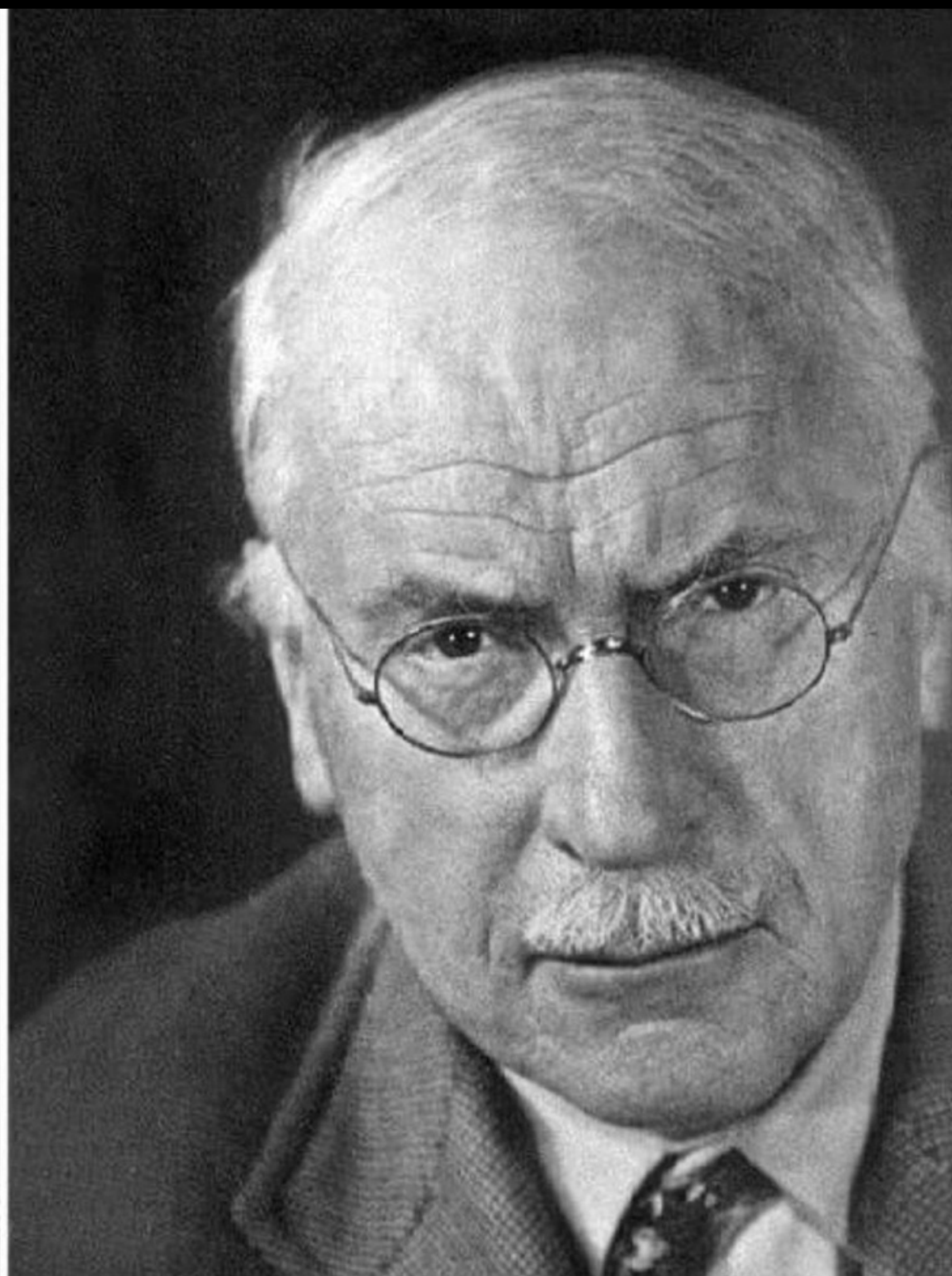


Ombra



Imbroglione

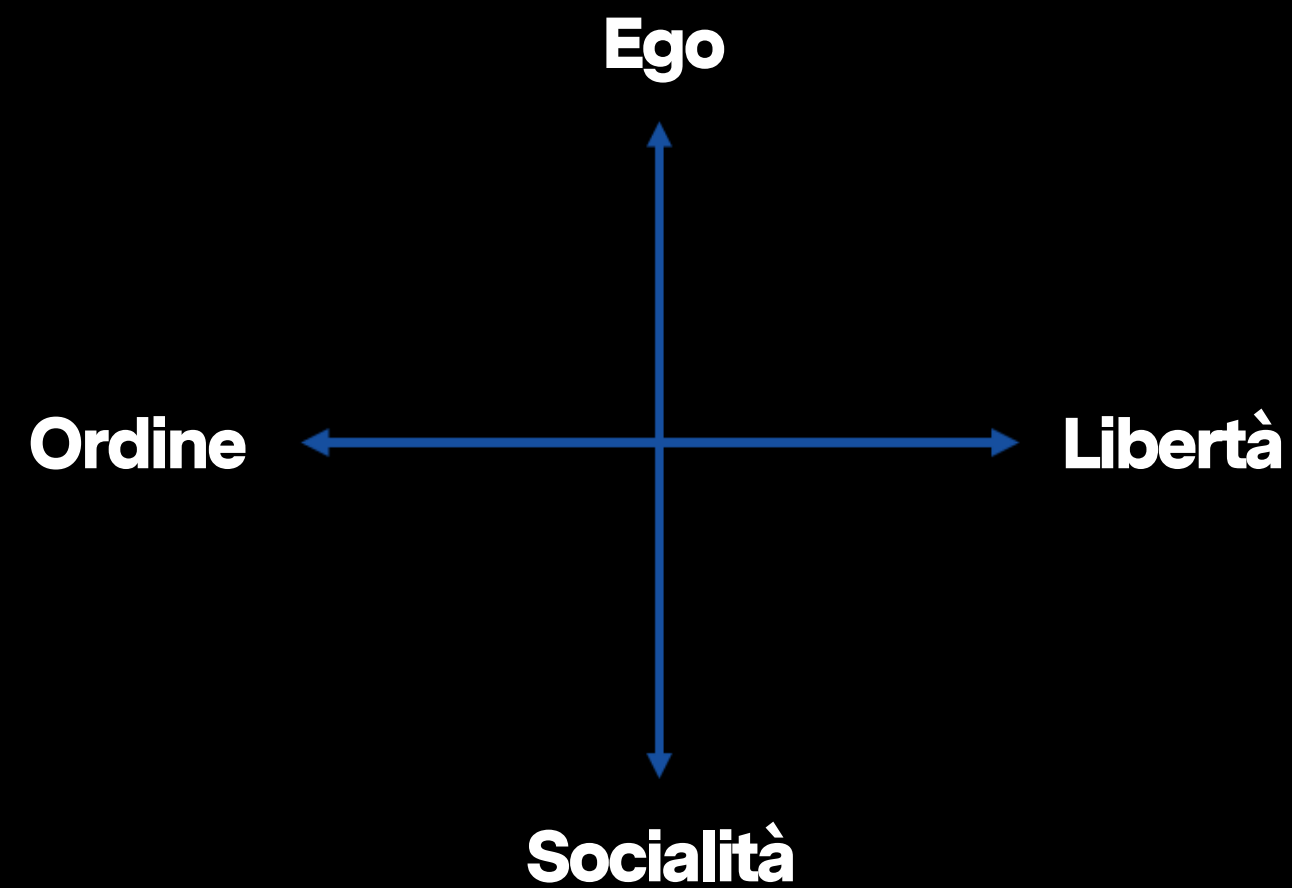




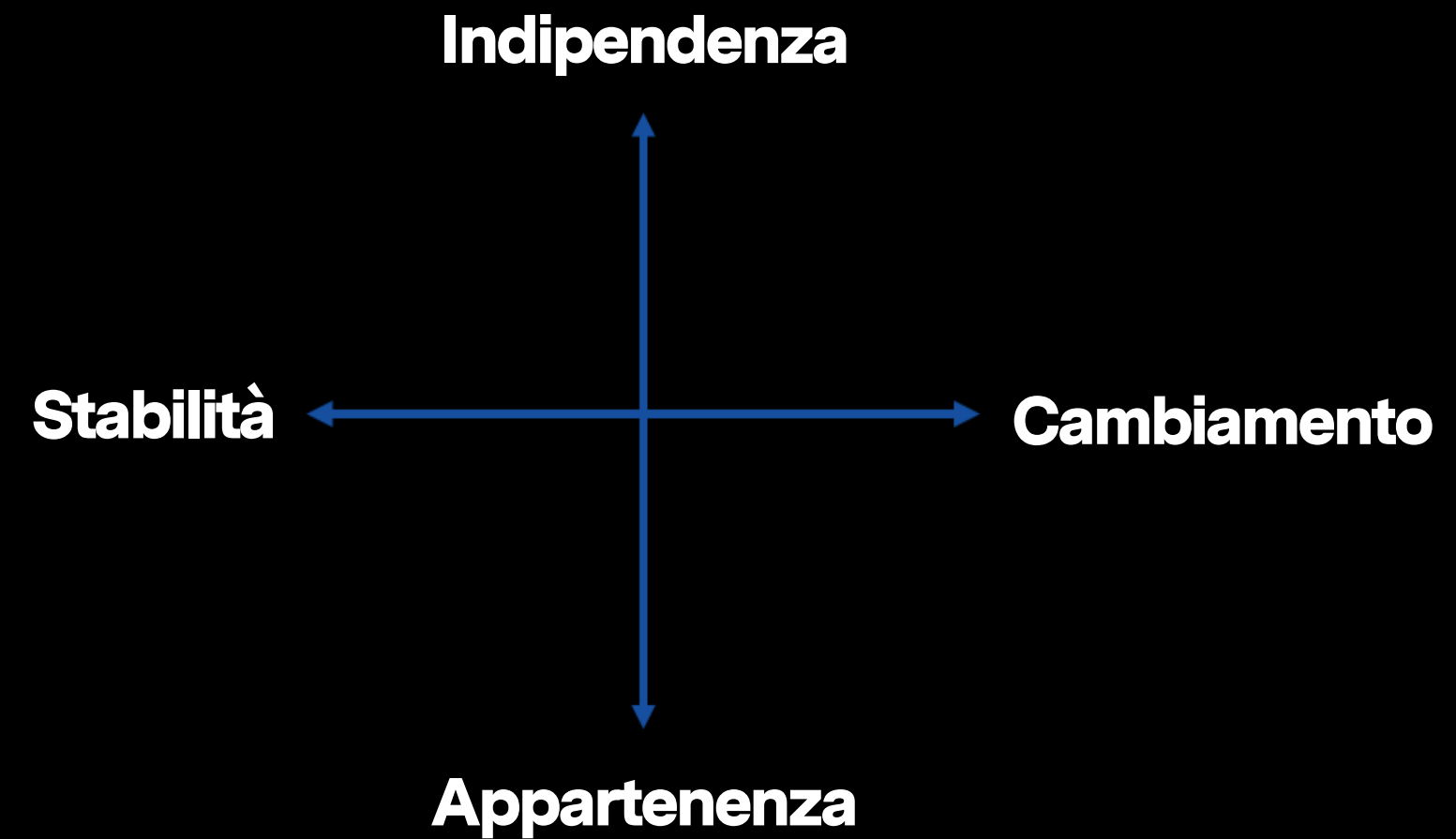


**What's your
favorite question?**

Prendendo spunto dalla bussola di Jung, altri studiosi hanno elaborato un compasso per interpretare e declinare la personalità di un brand

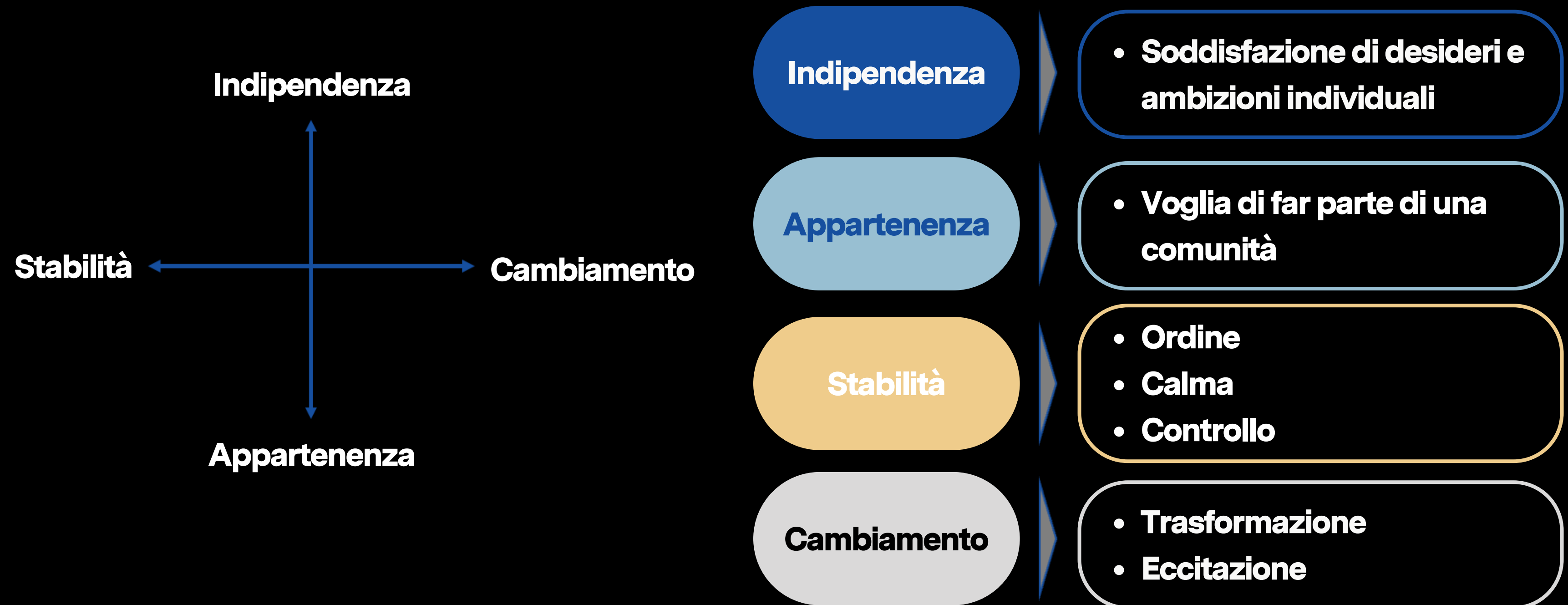


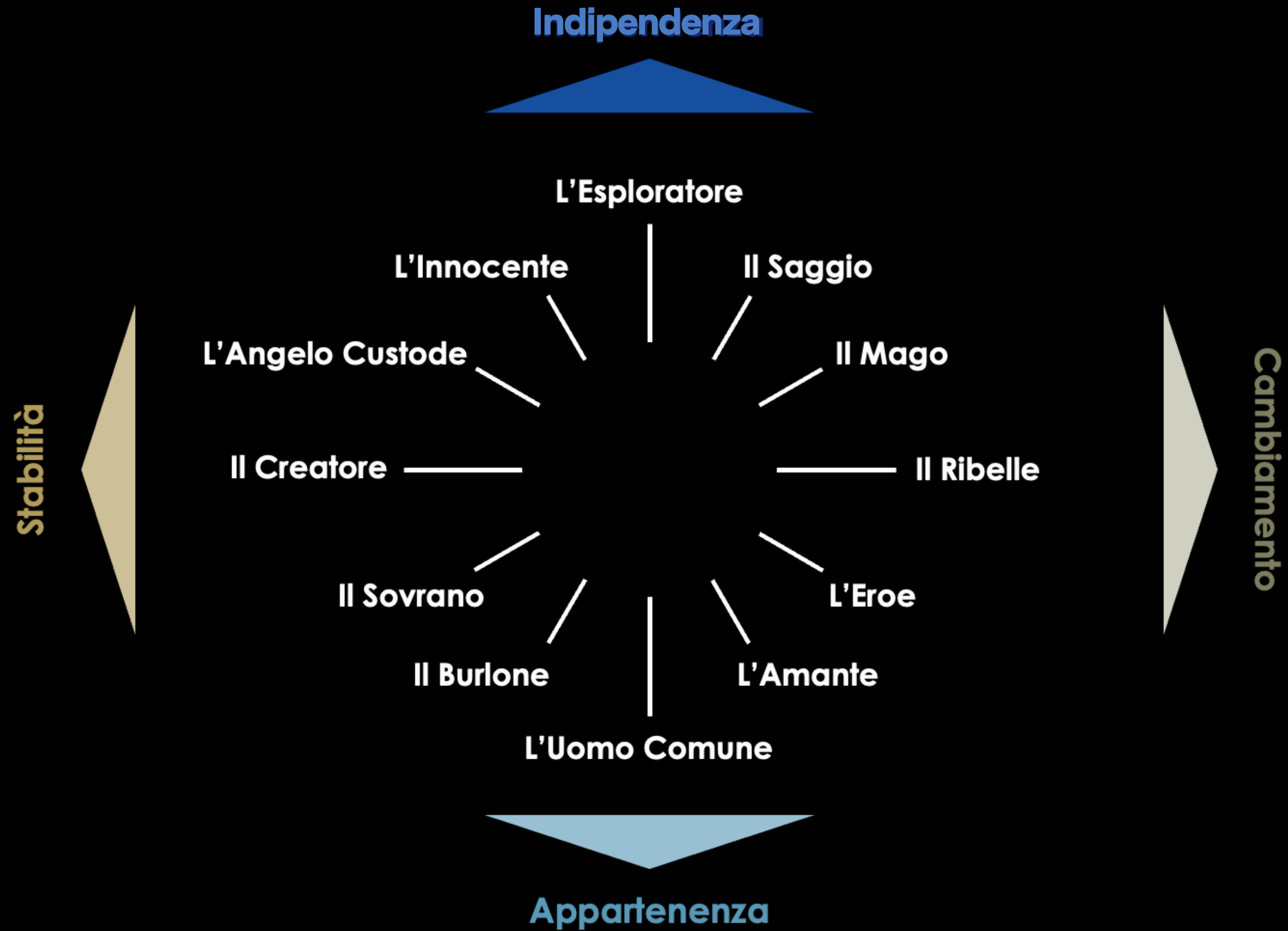
Carl Jung



Margaret Mark, Carol Pearson

Ciascuna dimensione della matrice corrisponde a delle caratteristiche specifiche







Lo storytelling per archetipi viene spesso utilizzato per declinare gli elementi chiave che definiscono un brand



the end!

the end...?

**A cosa serve lo
storytelling?**



**ogni persona ha un suo
mondo ideale...**

**La nostra visione del mondo è definita
dall'archetipo che domina normalmente il
nostro pensiero e le nostre azioni**

Carol S. Pearson

Chi siamo

Chi siamo
Chi vogliamo diventare

Chi siamo

Chi vogliamo diventare

Chi vogliamo con noi

Chi siamo

Chi vogliamo diventare

Chi vogliamo con noi

Cosa vogliamo dire

Chi siamo

Chi vogliamo diventare

Chi vogliamo con noi

Cosa vogliamo dire

Come vogliamo dirlo

**I clienti non sono l'unico
obiettivo delle aziende**

**Le risorse scarse
adesso sono...**



come attrarre i talenti?

**non sprecare
come ~~attrarre~~ i talenti?**

Gli archetipi possono essere usati non solo per definire la brand identity, ma anche per interpretare e plasmare la cultura aziendale

**Brand identity e cultura
aziendale sono allineate ai tuoi
obiettivi di marketing e talent
attraction/development?**

**C'è bisogno di una nuova
strategia di comunicazione o di
una trasformazione culturale?**

**A che punto della tua
vita sei?**



Fase del viaggio

**Quali sono le tue
preferenze e le tue
priorità?**



Archetipo

**Che tipo di azienda
cerchi?**



Cultura aziendale

**Non esiste vento favorevole per il marinaio
che non sa dove andare**

Seneca

**Non esiste una buona storia da raccontare
senza una chiara strategia da seguire**

Grazie per l'attenzione



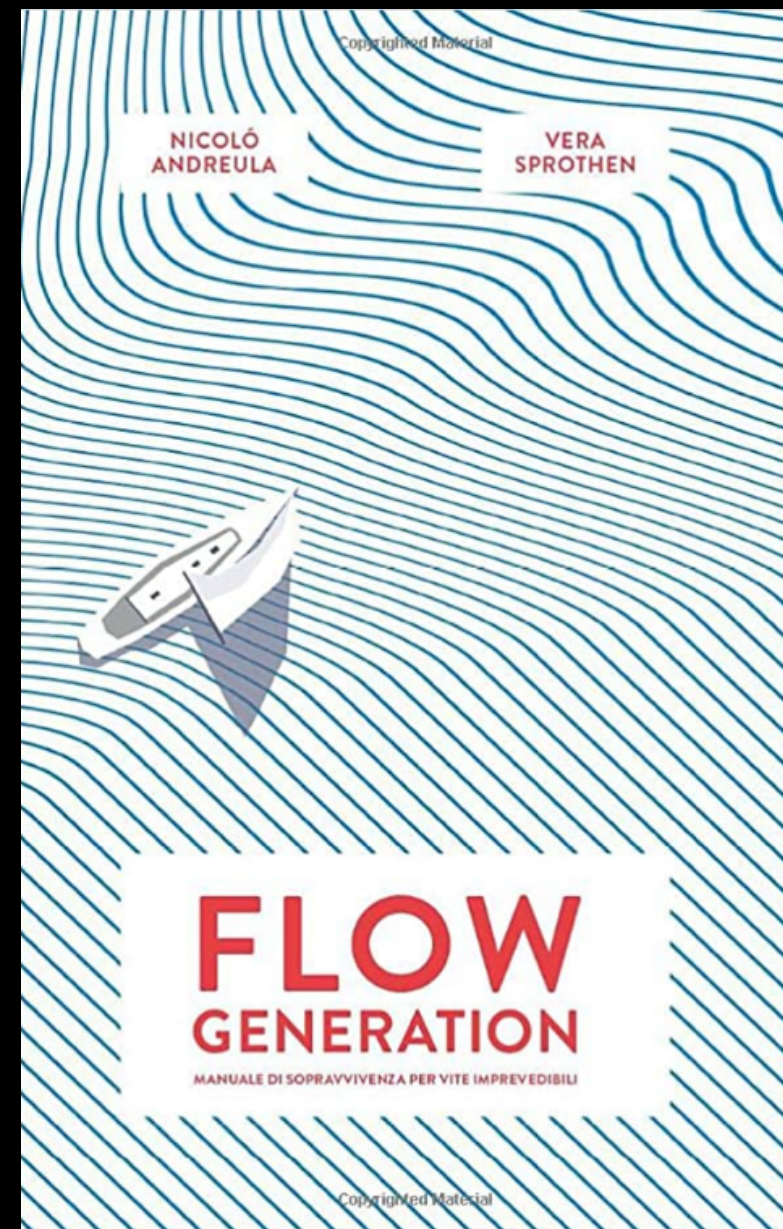
Nicolò Andreula

Founder & Managing Director
@ Disal Consulting

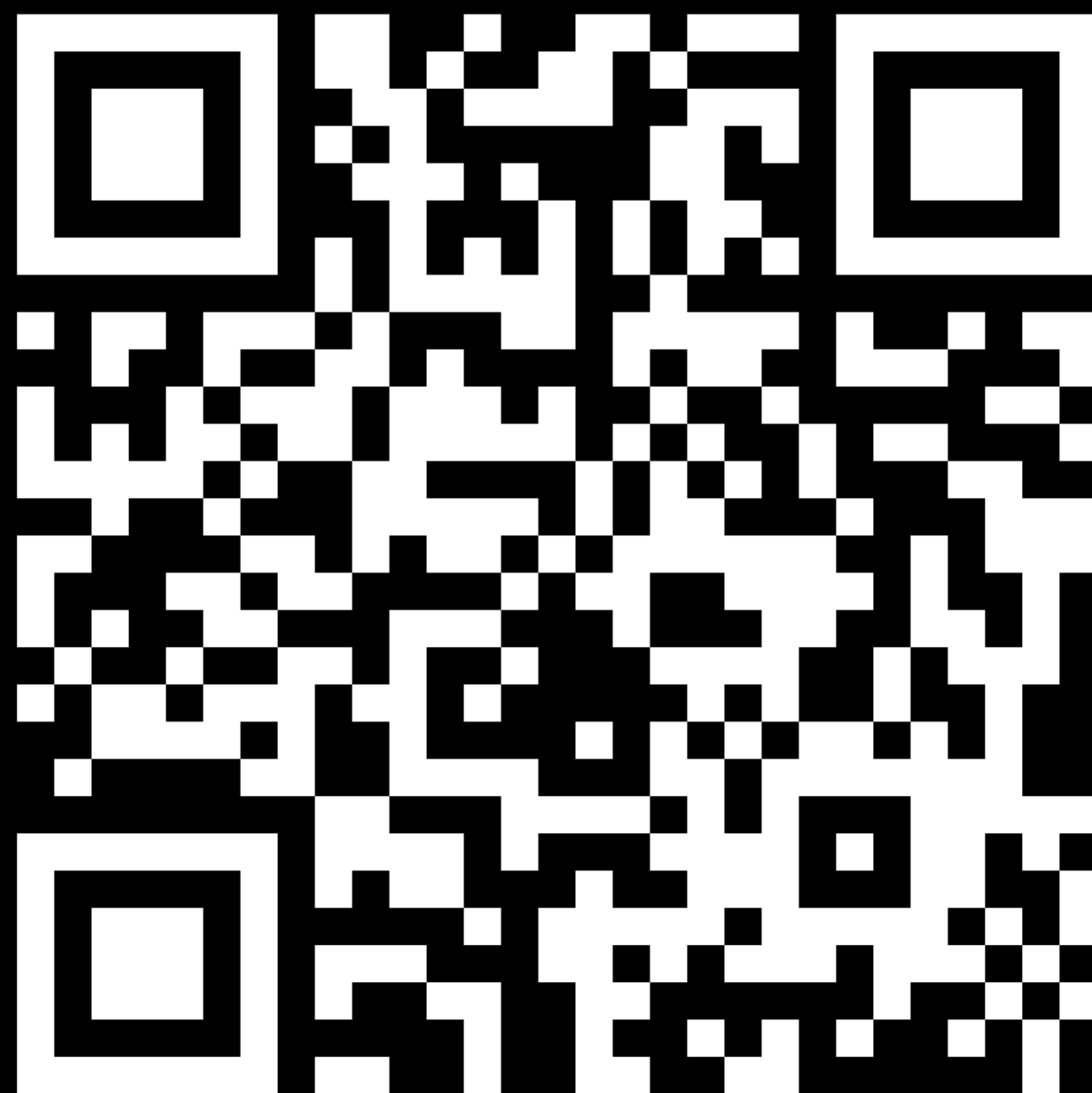


<https://www.linkedin.com/in/nicoloandreula/>

Risorse e consigli



Ci sono domande?



Lasciami un
feedback

