



OTHER SOULS

Where ideas never end

LIBRO D'IMPRESA

Un libro che racconti il
tuo successo è una
buona idea



A graphic consisting of two overlapping circles. The left circle is light gray and the right circle is yellow. The text is centered over the intersection of the two circles.

**UN LIBRO CHE RACCONTI
IL TUO SUCCESSO È UNA
BUONA IDEA**

Perché dovresti pensare a un libro aziendale?

Il modo in cui un'azienda si pone sul mercato, il target a cui si dedica, le scelte che compie per differenziarsi ed emergere rispetto alla concorrenza sono elementi che, se ben spiegati, permettono alla clientela di comprendere la reale entità delle tue competenze professionali.

L'esperienza e la conoscenza sono sempre percepite come garanzia di lavoro ben fatto e di qualità. Raccontare nel modo giusto la tua storia e il tuo marchio genera un'attenzione maggiore sulla tua azienda, il tuo valore percepito presso il cliente aumenta e trasforma il tuo brand in un marchio autorevole. Di conseguenza, crescerà anche il budget che i clienti sono disposti a investire sulla tua professionalità. Scrivere un libro d'impresa, infatti, ti porta vantaggi concreti:

- *sviluppa e diffonde il prodotto o il servizio che offri;*
- *afferma il tuo brand e la tua autorevolezza;*
- *amplia la tua clientela.*

Molti imprenditori e liberi professionisti sono consapevoli che per consolidare la propria immagine e visione aziendale agli occhi dei loro collaboratori e dei consumatori finali occorre scrivere un libro e, se possibile, essere tra i primi nel loro settore a pubblicarlo.

La tempestività è importante!

Quindi scrivere un libro mi farà percepire come un esperto del mio settore?

Ecco una delle domande che ci viene rivolta più di frequente.

La nostra risposta è SÌ.

Prima di andare avanti, però, prova anche tu a offrirti gli stimoli giusti per partire:

- *nell'ambito del tuo lavoro per cosa vorresti essere ricordato?*
- *cosa anima la tua professione?*
- *quale ispirazione stimola le tue idee migliori?*

Le risposte, se ci pensi, non sono difficili: quello spirito che ti pervade quando lavori è il tuo “*perché?*” ed è proprio quello il contenuto che devi tramandare. È ciò che ti rende unico.

Oggi, il modo migliore per farlo è scrivere il tuo libro d'impresa, prima e meglio degli altri.

Dietro ogni successo c'è una storia che merita di essere raccontata e che può essere d'ispirazione per

molti. Un'azienda o un professionista non scrivono in maniera egocentrica per parlare di sé stessi, ma per illustrare una serie di eventi nei quali il pubblico si identifichi, si emozioni e trovi utilità.

Pensaci: un brand e i suoi valori sono risposte a bisogni e desideri, oltre che simbolo di ideali, emozioni o stimoli. Proprio così! A legarti al tuo pubblico è la complicità che instauri con esso. Facciamo caso: i marchi che vantano clienti affezionati non si limitano a risolvere un problema, ma vanno loro incontro, creano empatia e li fanno sentire parte di un gruppo più grande e attivo, una vera “*community*”.



Racconta la storia della tua azienda per dare valore al tuo impegno.

Quante persone incarnano imprese famose e, raccontano in interviste o libri, che hanno iniziato con poco? Conoscere la loro carriera ha stimolato nel pubblico la curiosità verso di loro e il marchio che hanno creato, nonché la speranza di poterli eguagliare. Bastano pochi esempi tra i più noti per confermarlo:

- *Steve Jobs: la biografia autorizzata* realizzata da Walter Isaacson;
- *Elon Musk: Tesla, SpaceX e la sfida per un futuro fantastico* scritto da Ashlee Vance;
- *Le mie gioie terribili. Storia della mia vita l'autobiografia* di Enzo Ferrari;
- *Sono un ottimista globale* di Bill Gates.

Calzano come esempio anche le biografie di campioni dello sport, di musicisti che hanno lottato per il successo, di scrittori e artisti che non hanno mai

perso di vista il loro obiettivo. Valori e ideali che hanno ispirato anche te, quando eri all'inizio del tuo percorso imprenditoriale, raccontati in un libro con cui condividi la tua professionalità, comunicando fiducia e passione per il tuo lavoro.



Un libro d'impresa per sottolineare la tua autorevolezza

Per acquisire e vedere riconosciuta la giusta autorevolezza al tuo marchio è importante produrre un testo che non sia solo uno tra tanti, ma un potente strumento di marketing.

Un buon libro d'impresa professionale è in grado di:

- *trasformare la percezione comune da “bravo professionista” a “esperto autorevole”;*
- *trovare nuovi clienti e trasformarli in ammiratori del tuo brand e della tua filosofia aziendale;*
- *fidelizzare i clienti e diventare il loro fornitore di fiducia per l'intera gamma della tua offerta, trasformando un*

acquisto singolo in una fornitura continuativa;

- *giustificare parcelle commisurate al tuo “lavorare bene”, certificato e riconosciuto.*

È evidente, quindi, che questo è un testo che va pensato, scritto, pubblicato e promosso in maniera strategica. Anche le tempistiche sono importanti: batti la concorrenza!

Se nessuno dei tuoi concorrenti ha scritto un libro d'impresa, sii il primo. Se ne esistono, giocati bene la sfida e fa' sì che il tuo volume sia migliore di quelli già esistenti.

Sii pioniere e lascia che sia la concorrenza ad arrivare seconda.



Come progettare e scrivere il tuo libro d'impresa

Quindi, con il racconto del tuo successo:

- spieghi la storia del tuo marchio e fornisci informazioni utili sull'attività, illustrando tutto quello che offri;
- fai emergere il “lato umano” dell'azienda, dando un volto al marchio (tu in prima persona e i tuoi collaboratori);
- rinforzi l'immagine del tuo marchio, consolidando quella del suo amministratore e il suo valore sul mercato;
- presenti a potenziali nuovi clienti competenze degne di fiducia e riaccendi questi sentimenti nei clienti di vecchia data;
- entri in un circuito professionale evoluto e ti fai conoscere anche nel mercato editoriale, espandendoti oltre il tuo settore d'appartenenza;
- incontri nuovi clienti, perché il libro è anche uno strumento di marketing;

- accresci la visibilità del tuo brand online, perché il libro è uno strumento di comunicazione;
- diffondi la cultura aziendale con un mezzo più idoneo.

Come avrai capito, però, redigere un buon libro d'impresa non è come scrivere un romanzo o un saggio. Le tecniche e la pianificazione che stanno dietro a un volume capace di catturare l'interesse delle persone a favore di un'azienda o di un professionista sono molto differenti rispetto a quelle che si usano nei romanzi. Per questo ti proponiamo l'aiuto di un *ghostwriter*, uno scrittore professionista che saprà redigere il testo per te, trasformando il tuo successo in un viaggio tra ideali, scelte, sogni, fatica e passione, calibrando nella giusta ottica la tua storia ed esperienza, inserendole nella cultura e nelle tendenze di riferimento propri della tua professione.



Essere interessante per il tuo pubblico

Chi è il lettore ideale del tuo libro?

Quale problema gli risolvi e quali vantaggi trae dal tuo prodotto che possono essere trasformati in concetti da mettere nero su bianco?

Il segreto per far apprezzare le tue pagine è solo uno: che il tuo target legga contenuti utili.

L'analisi del pubblico, dei suoi desideri e problemi è il primo passo da affrontare per scrivere il tuo libro d'impresa.

Spesso queste analisi ti sono ben chiare a livello di produzione e vendita, ma è meno facile trarne parametri per scrivere.

Anche per questo è una buona idea farsi affiancare da uno “scrittore fantasma”.



Non parlare solo di te stesso, ma condividi contenuti di valore.

Sì, se vuoi essere letto e apprezzato, devi metterti nei panni del tuo lettore ideale e non concentrarti solo su ciò che vuoi dire su di te. **Ragiona sul tipo di storia che avrebbe voglia di ascoltare chi compra il tuo prodotto o chi lavora per te, una storia carismatica, magari.** Se il tuo pubblico specifico trova informazioni interessanti parlerà bene di te, generando quel passaparola che, da sempre, è lo strumento di marketing più efficace in assoluto. Se saprai raccontare contenuti di spessore, che ispirino i tuoi lettori, entrino loro nel cuore e offrano una nuova visione di te e del tuo lavoro, avrai in mano la chiave del tuo successo. Questo processo di scambio necessita di un certo equilibrio: devi adottare un approccio personale per farti conoscere, ma non devi esagerare perché non è un'autobiografia.

Le basi saranno sempre la tua professionalità e la passione per il tuo lavoro.



Questione di produttività: non sprecare il tuo tempo

Un libro aziendale è uno strumento di lavoro e come tale necessita di un investimento di tempo, risorse e denaro. Però non è il tuo tempo libero a dover essere “sacrificato”, ma quello professionale. Ecco quindi tre consigli per aiutarti a ottimizzare le ore, sia che tu scriva da te il tuo testo, sia che lo affidi a uno dei nostri ghostwriter:

- organizza il tuo apporto nel progetto in fasi costanti, programma tutto assieme al ghostwriter. Anche gli step piccoli sono importanti: basta che rispetti l'impegno preso;
- valuta la tua produttività: sapere come procede la stesura del testo è il modo migliore per controllare l'evolversi del testo e aumentarne la qualità;
- non procrastinare e prendi una decisione! Valuta

quanta priorità ha il tuo libro.

Se hai letto fino a qui, probabilmente stai pensando che è arrivato il momento di raccontare chi sei e che è giusto avere lo spazio che ti sei guadagnato con tanti anni di gavetta, per cui smetti di rimandare e inizia a lavorare con noi.



**Decidi il tuo percorso e scopri
cosa può fare Other Souls per te**

Il supporto professionale ti aiuterà ad ottimizzare il tempo e le risorse investite, oltre che ad avere un prodotto ottimale.

Per ogni lavoro ben fatto, come sai, non esistono regole assolute, ma noi di Other Souls ti offriamo: esperienza, professionalità e tecnica.

Per riuscire a raccontarti al meglio, incrociando i tuoi obiettivi, uno scrittore di professione sa sfoderare diverse armi e inquadrare la tecnica narrativa migliore. Inoltre, abbiamo ideato per te specifiche proposte del tutto personalizzabili, per poterti aiutare nella

realizzazione di questo progetto: pacchetti per ogni esigenza e ogni budget, che vanno dalla completa scrittura su commissione all'aiuto nella stesura, fino al completamento del prodotto finito mediante la grafica editoriale, i paratesti, la copertina e tutto i contenuti, con la relativa campagna di marketing.

Il tuo mercato è soprattutto estero?

Pensiamo noi anche alla traduzione!

Contattaci, ti aspettiamo per accompagnarti verso il nuovo traguardo della tua azienda.

**Contattaci attraverso
il modulo dedicato:**



oppure

info@othersouls.com

tel.329.7561523





OTHER SOULS

Where ideas never end