

Un web designer con i superpoteri?

Ciao, mi chiamo Carlo e sono un Web Designer con i superpoteri. Riesco a disegnare un layout già pronto per vestire su misura i testi che andrò a scrivere. Non uno spazio in più, non uno spazio in meno, ma tutto perfettamente combinato.

Scherzo, ovviamente. Magari avessi i superpoteri. Però, c'è un motivo per cui ho voluto esordire in modo così bizzarro. L'ho fatto per richiamare l'attenzione sulla necessità di avere un nostro *posizionamento*, una nostra **argomentazione esclusiva di vendita**.

Cerchiamo di capire meglio

La professione del web designer, che è fantastica e tormentata allo stesso tempo, si svolge in un **settore frammentato**, caratterizzato cioè da un numero elevato di competitor. E questo fa sì che si abbia tutti un **potere contrattuale molto limitato**.

Per giunta, le condizioni di partenza, che sono quasi sempre le stesse per tutti, ci impongono di accettare tutta una serie di compromessi. Clienti che pagano in ritardo, lavori sottopagati, rogne a non finire etc..

Fin qui, niente di strano. Fa parte del gioco. È **la gavetta del web designer**. Anche in altri settori è così. E forse anche peggio. Ma quando l'economia si contrae, come sta facendo negli ultimi anni, provocando una **fortissima riduzione della richiesta**, lasciando tuttavia inalterato il numero dei competitor, allora c'è bisogno di **rivedere le proprie strategie** e porsi al cospetto della frammentazione con una **visione più coraggiosa**.

I superpoteri

Ed eccoci arrivati al discorso di partenza. I *superpoteri* appartengono ai *supereroi*. Giusto? Ora, vi ricordate il film *X-Men 2* con i mutanti e la scuola del *Professor X*? Quando i mutanti venivano presentati agli altri mutanti della scuola dovevano, prima o poi, raccontare del loro superpotere.

Oppure, chi ha visto *Breaking Dawn 2*, l'ultimo della saga fantasy di *Twilight*? La famiglia *Callen* riunisce una serie di vampiri amici provenienti da ogni parte del mondo per affrontare l'imminente minaccia dei *Volturi*? Anche lì, ogni vampiro aveva un superpotere (leggere la mente, vedere il futuro, scatenare tempeste etc.) e quando veniva presentato a un altro vampiro era importante anche far sapere quale fosse la sua specialità.

Quando tutti sono vampiri o mutanti o web designer (**frammentazione del mercato**) c'è bisogno di un superpotere per distinguersi. Se non ce l'hai, sei soltanto un'altra *stretta di mano*.

Con questo non sto dicendo che devi vantare le tue doti o essere troppo aggressivo. Sto dicendo invece che forse è importante **rendere più efficace la tua presentazione**, condendola con un pizzico di ciò che di te è *speciale e diverso*, cercando di **posizionarti**, di esprimere cioè la tua *unique selling proposition*, la tua argomentazione esclusiva di vendita. E quindi il tuo superpotere.

Quindi, ripetiamo:

Ciao, mi chiamo Carlo e sono un Web Designer con i superpoteri. Riesco a disegnare un layout già pronto per vestire su misura i testi che andrò a scrivere. E tu?

Se mi dici che sei un grafico o un developer o che sai lavorare in team o anche che sei molto accondiscendente e socievole, mi dispiace, ma tutto questo non è *super*. E per il mercato di oggi non va bene.

Il punto è che posizionarsi non significa solo raccontare di avere un superpotere, ma **possederlo realmente**. Ciò che hai da offrire non deve essere facilmente sostituibile. E se pensi di non avere superpoteri, allora comincia a leggere e ad allenarti per avere una tua specialità.

Sei un vincitore nato

Ognuno di noi è nato con delle qualità. Anzi, se ci pensi, il tuo concepimento è stata per te **la prima vittoria della tua esistenza**. L'hai spuntata in mezzo a milioni di spermatozoi che correvano velocissimi verso la meta. Wow! :-)

Sviluppa il tuo talento unico. Diventa il migliore del mondo (*il mondo del cliente*). Sii più coraggioso e pensa più in grande. Nessuno ti può fermare.

Ora, però, dimmi: quali sono i tuoi superpoteri? Oppure, quali sono quelli che intendi sviluppare?