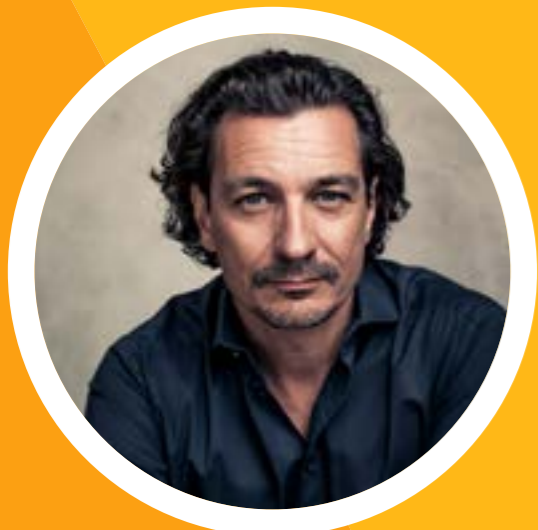




Obiettivi della comunicazione

05
DIECI

*La comunicazione
non è quello che diciamo,
bensì quello che arriva
agli altri.*



Thorsten Havener
Autore tedesco

GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

Gli obiettivi nella comunicazione d'impresa sono costituiti dall'insieme di modalità attraverso le quali un'impresa comunica se stessa, intesa come identità, competenze e capacità, sia verso l'interno - per valorizzare al massimo il contributo offerto da chi lavora in un'organizzazione - sia verso l'esterno - alla pluralità del pubblico, che nutre interessi verso la sua attività (marketing B2C), ai partner commerciali (marketing B2B) o ai media (PR).





FOCUS PUNTI FORTI

Strumenti pratici per il tuo mix di comunicazione:

INTERNA	ESTERNA
email & newsletter	contenuti & pubblicità online
lettere	cataloghi & brochure
staff meeting	email & newsletter
meeting dei dipendenti	lettere commerciali
rivista dei dipendenti	comunicati e conferenze stampa
	open days
	meeting con partner commerciali



LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



APPROFONDIMENTI

- › [Comunicazione esterna: obiettivi e strumenti - Inside Marketing](#)
- › [Gli aspetti fondamentali della comunicazione interna di un'azienda | Slack](#)
- › [Cos'è la Communication Mix?](#)
- › [Che cos'è l'identità visiva di un brand? | Stripe](#)



VIDEO

- › [Obiettivi di marketing e comunicazione: cosa sono e che differenza c'è](#)



STRUMENTI UTILI

- › [Prove di ascolto: 7 allenamenti per ascoltare in modo efficace | Alessandro Lucchini | TEDxTrento](#)
- › [La tecnica più potente di comunicazione efficace](#)
- › [Brand identity vs. visual identity](#)
- › [Come parlare senza parlare | Luca Vullo | TEDxVarese](#)



3 TAPPE PER INIZIARE LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA:

01

ELEMENTI

marchio (simbolo grafico dell'impresa),
logotipo (rappresentazione grafica
del nome), lettering (interpretazione
formale del carattere),
codice cromatico (uso
e combinazione colori)

02

CANALI

presentazione prodotto (packaging,
imballaggi) ambienti, archigrafia,
insegne, mezzi di trasporto, stampati
e materiali d'ufficio, abbigliamento
staff/personale,
gadget merchandising

03

POSIZIONAMENTO

segnaletica interna
(percorso programmato
dall'ingresso al prodotto)
esposizioni e stand, dispenser,
display, show box

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DE ...

I fattori della comunicazione aziendale
(Modello di Jakobson)



CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Comunicazione del futuro:
(DE)branding

La “decorporatizzazione” è una strategia che consiste nel rendere il logo del marchio più facile da approcciare per il grande pubblico.

Caratteristiche del progetto
Mr. Pringles rinnova il suo look
Comunicato Stampa

Il progetto: un occhio al futuro
Debranding: cosa significa e perché
semplificare sarà la brand strategy del futuro



01

Identità d'impresa

02

Identità di prodotto

03

posizionamento

04

concorrenza e co-marketing



06

strumenti offline

07

strumenti online

08

contenuti

09

piano di comunicazione

10

piano editoriale