



**unIMC**  
l'umanesimo che innova

**Elena Cedrola**

Associate Professor of Management  
and International Marketing

Università degli studi di Macerata

21-28 NOVEMBRE 2011

12345678910 ANNI  
SETTIMANA DELLA CULTURA D'IMPRESA  
MUSEIMPRESA

**La Comunicazione Corporate in Italia**

Un percorso fra gli strumenti aziendali di comunicazione  
dell'identità: dalla Newsletter ai Social Network

# ASSIOMA: NON SI PUO' NON COMUNICARE

*Regala Emozioni*  
*Ogni Giorno una Grande Offerta per il Tuo Natale*



## IL PIANETA DELLE SCIMMIE La Saga Completa (6 DVD)

Il cofanetto comprende i seguenti titoli: 1 - Il pianeta delle scimmie 2 - L'altra faccia del pianeta delle scimmie 3 - Fuga dal pianeta delle scimmie 4 - 1999 - Conquista della terra 5 - Anno 2670 Ultimo atto 6 - Planet of the Apes - Il Pianeta delle Scimmie

Listino: **€ 29,99** > Sconto **40%** > Risparmio: **€ 12,00**

Il nostro prezzo:  
**€ 17,99**



Mancano solo  
**05:11:04**  
ore min sec  
Affrettati!

COLOSSEO

## Della Valle presenta il restauro firmato Tod's

Conto alla rovescia per l'inizio dei lavori. Mercoledì alle 11:04 presenterà il progetto secondo il 'Piano di interventi'. Co



Si avv  
Flavio  
Valle.  
minist  
all'ope  
base c  
comm

Lo soc  
conclu  
demo



**L'impresa comunica  
per il solo fatto di  
esistere  
e in tutte le sue  
manifestazioni**





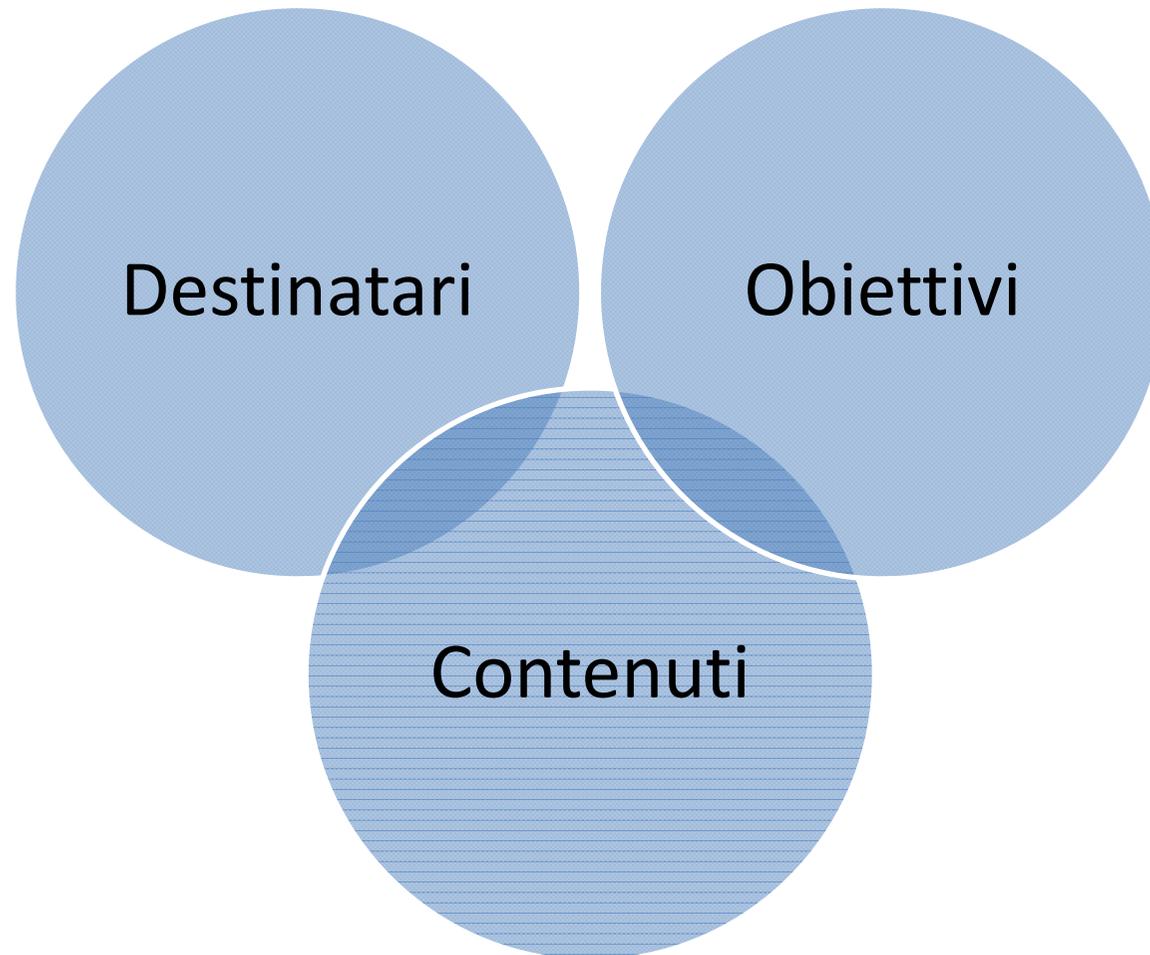
# Definiamo la comunicazione d'impresa

«La comunicazione d'impresa può essere definita come l'insieme dei processi relazionali che l'impresa attiva per influenzare (rinforzandoli o modificandoli) gli atteggiamenti ed i comportamenti dei propri interlocutori sociali e di mercato, nel perseguimento dei suoi obiettivi».



«La comunicazione d'impresa comprende l'insieme delle attività che nutrono le relazioni biunivoche tra l'impresa e i suoi **pubblici interni ed esterni**. L'impresa utilizza la comunicazione per interpretare e influenzare l'ambiente esterno e interno, al fine ultimo di evolvere se stessa attraverso le relazioni (di business, di mercato, interne, sociali e istituzionali)»

# I filoni della comunicazione d'impresa



# I 4 filoni della comunicazione d'impresa

- Comunicazione di marketing
- Comunicazione gestionale o organizzativa
- Comunicazione economico-finanziaria
- Comunicazione istituzionale



# I 4 filoni della comunicazione d'impresa

Filoni della comunicazione d'impresa	Destinatari	Obiettivi	Contenuti
Comunicazione di Marketing	Clienti finali Clienti intermedi Influenzatori di mercato	Attivare, gestire, migliorare le relazioni Sostenere lo sviluppo delle attività commerciali	Rendere esplicito il valore della propria offerta Prodotti e servizi
Comunicazione organizzativa	Soggetti coinvolti nell'attività dell'impresa	Consolidare, diffondere, coordinare, condividere	Valori e cultura aziendale, strategie e obiettivi
Comunicazione economico-finanziaria	Portatori di capitale di rischio, di credito, analisti, vigilanza, fornitore, dipendenti	Migliorare le relazioni Rendicontare e assicurare	Risultati d'impresa Sviluppi aziendali futuri
Comunicazione istituzionale	Tutti i pubblici dell'impresa	Ottenere atteggiamento favorevole, legittimazione e consenso	Corporate social responsibility Public affairs Crisis management ...

# I livelli della comunicazione

- Il livello strategico
- Il livello operativo

## Il ruolo della comunicazione

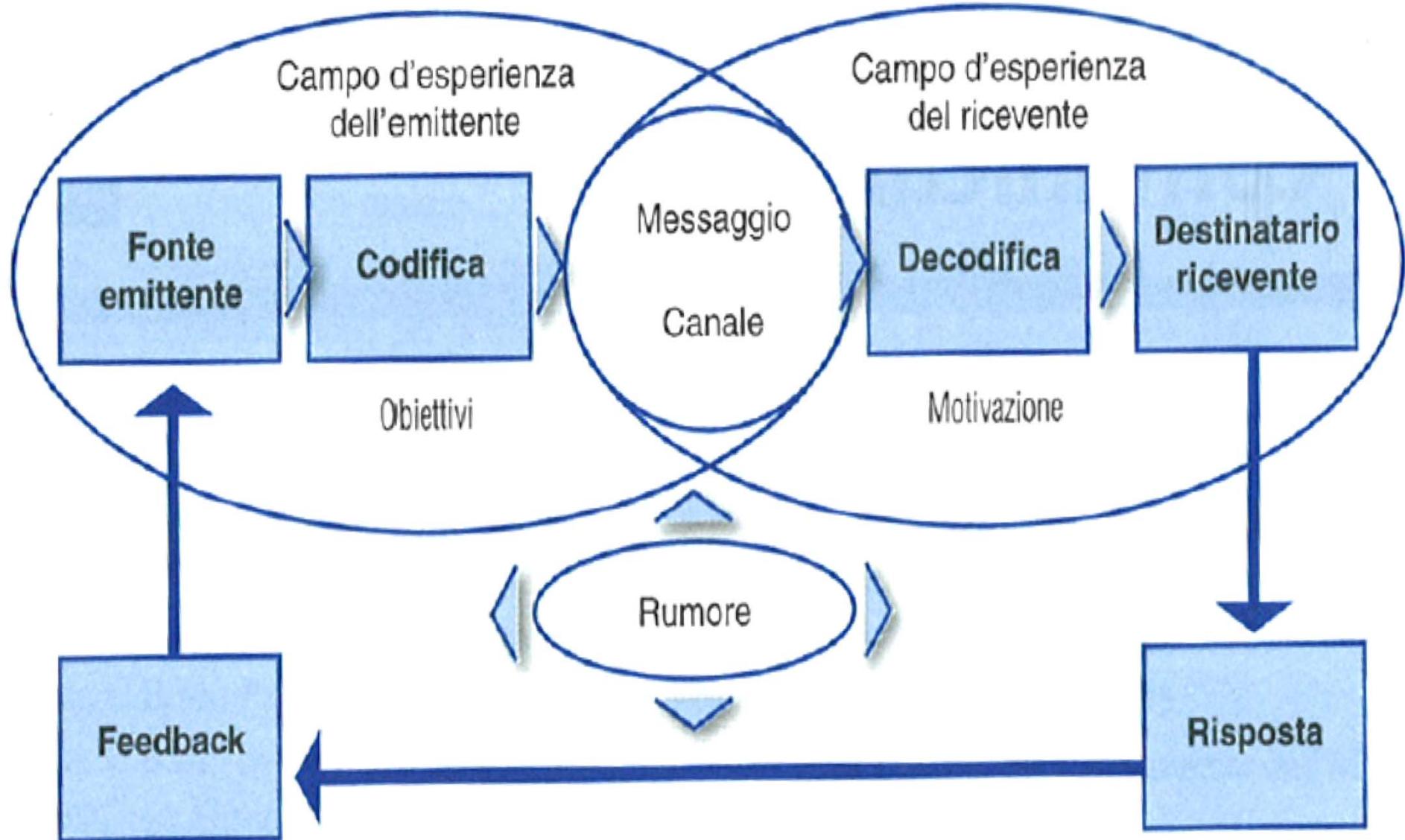
- In contesti stabili e non altamente competitivi ruolo tattico -> rapporto con i mercati di sbocco (pubblicità – promozione)
- In contesti instabili e competitivi ruolo strategico - > relazione con differenti pubblici (specializzazione – integrazione)



# La relazione tra strumenti e aree della comunicazione d'impresa

Strumenti	Marketing	Organizzativa	Economico – Finanziaria	Istituzionale
Brand Identity System	*****	**	*	****
Advertising	*****	**	***	****
Direct Marketing	*****	*	**	*
Pubbliche relazioni	****	*	*****	*****
House Organ - newsletter	*	*****	*	*
Strumenti digitali	*****	****	***	****
Packaging	*****	*	*	*
Bilancio Sociale	*	***	**	*****
Vendita Personale	*****	*	*	*
Punto Vendita	*****	*	*	**
Strumenti innovativi (product placement, viral, guerrilla, tribal ...)	*****	*	*	*
* Livello di pertinenza/rilevanza				(Adattamento Pastore Vernuccio, 2006)

# Contesto



# La comunicazione relazione: cosa fanno le imprese?



## Strumenti

Brand Identity System

Advertising

Direct Marketing

Pubbliche relazioni

House Organ - newsletter

Strumenti digitali

Packaging

Bilancio Sociale

Vendita Personale

Punto Vendita

Strumenti innovativi (product placement, viral, guerrilla, tribal ...)