

**BRAND**  
**EMPOWERMENT**

Esercizi di POTENZIAMENTO  
della COMUNICAZIONE aziendale

*Usare lo strumento scorretto  
significa solo impiegare  
volumi maggiori di risorse  
per ottenere quantità  
inferiori di risultati*





“ *Le persone non cambiano mai idea. Se continui a dare loro le stesse informazioni che hai dato in passato, loro continuano a prendere le stesse decisioni. Quando una persona sembra aver cambiato idea, quello*

## OBIETTIVO: RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI

### # Modificare il concetto di target

Segmentazione e targeting fanno riferimento a categorie da tempo superate dal marketing online e la valutazione dell'attrattività basata su un episodio statico rischia di essere fuorviante.

La campagna deve coinvolgere e sviluppare tutti i diversi canali nei quali è presente l'azienda e il prodotto. Una campagna che usi anche i canali digitali abbandona quel concetto di *target* e sposta il focus sul comportamento dinamico dell'utente.

La campagna si differenzia quindi per forza, ampiezza e obiettivi.

### # Roadmap

Gli obiettivi sono determinati dalla strategia di comunicazione. L'ordinamento strategico fondamentale che in molti anni abbiamo rilevato dal rapporto con centinaia di aziende è caratterizzato da 3 componenti:

#### **Corporate**

(marchio, valori, cultura, storie, meeting)

#### **Commerciale**

(strategia, sponsor, mercato, vendite, partnership, eventi)

#### **Promozionale**

(offerte, caratteristiche di prodotto e di vendita, rapporto di scambio col mercato)

*che ha fatto veramente è prendere una nuova decisione sulla base di una nuova informazione. ”*

E voi, quali nuove informazioni state dando ai vostri futuri clienti nella vostra comunicazione aziendale?

e.



Dalla nascita nel 2015, Italian-directory è il luogo di incontro e di scambio di idee tra aziende, scienza, tecnologia, impresa, arte e cultura.

Italian Directory pubblica articoli tecnici, scientifici e contenuti culturali di diversi formati e tipologie, considerati sempre di valore e ottima reputazione dai motori di ricerca.

Si rivolge a tecnici, manager aziendali, professionisti, designer e creativi, offrendo nuovi contatti aziendali e stimoli di approfondimento, con una comunità di lettori in continua crescita..

## the Tech Goggler

Le tecnologie non stanno trasformando solo la produzione di beni, ma anche il nostro modo di vivere, le nostre interazioni sociali e l'ambiente in cui viviamo.

The Tech Goggler offre ai decisori tecnologici, agli studiosi e ai responsabili operativi all'interno di aziende e istituzioni, notizie, analisi e risorse per comprendere le tecnologie e un mondo in continua trasformazione.

In generale 'essere informati' è importante in tutte le aziende, che devono però confrontarsi con la scarsità costante di un'altra risorsa: il tempo.

CONTENUTI  
consistenza



DESIGN  
funzionalità



MISURA  
performance



SEO  
analisi



VALORE  
condivisione



LINK  
diffusione



“ Conosci la percentuale di *richiamo non sollecitato* della tua azienda?

In altre parole, quanti dei tuoi potenziali clienti penseranno al **tuo brand** quando viene citato il tuo settore di business?

Se a **meno del 10%** dei tuoi prospect è richiamato alla memoria il tuo brand, allora hai sicuramente bisogno di essere conosciuto da molte più persone. È necessario creare un messaggio memorabile e lanciarlo con la ripetizione sufficiente per essere immediatamente ricordato quando il cliente ne ha bisogno.

Ma se **il 30% o più** dei potenziali clienti pensa proprio a te quando la tua categoria viene richiamata, allora hai una sfida completamente diversa: il fattore limitante non è che i clienti non ti conoscono.

Il tuo fattore limitante è che ti conoscono già. ”



ItalianDirectory



The Tech Goggler



ODE | Luigi Zoppelli