



CENTROMARCA

Associazione Italiana dell'Industria di Marca

"COMUNICARE L'INDUSTRIA DI MARCA" - IV SEMINARIO

SOCIAL BRANDS

**L'INTERAZIONE CON GLI STAKEHOLDER
COME VANTAGGIO COMPETITIVO**

31 gennaio 2013 - Distillerie F.lli Branca, Milano

Il futuro prossimo: le sfide per la C.I.

EXIT 03

0 2 4 6 8 10 12 14 16 18

- engagement
- sviluppo verso una "organizzazione che comunica"
- comunicazione e gestione del cambiamento
- sviluppo della cultura
- sviluppo della leadership
- corporate branding

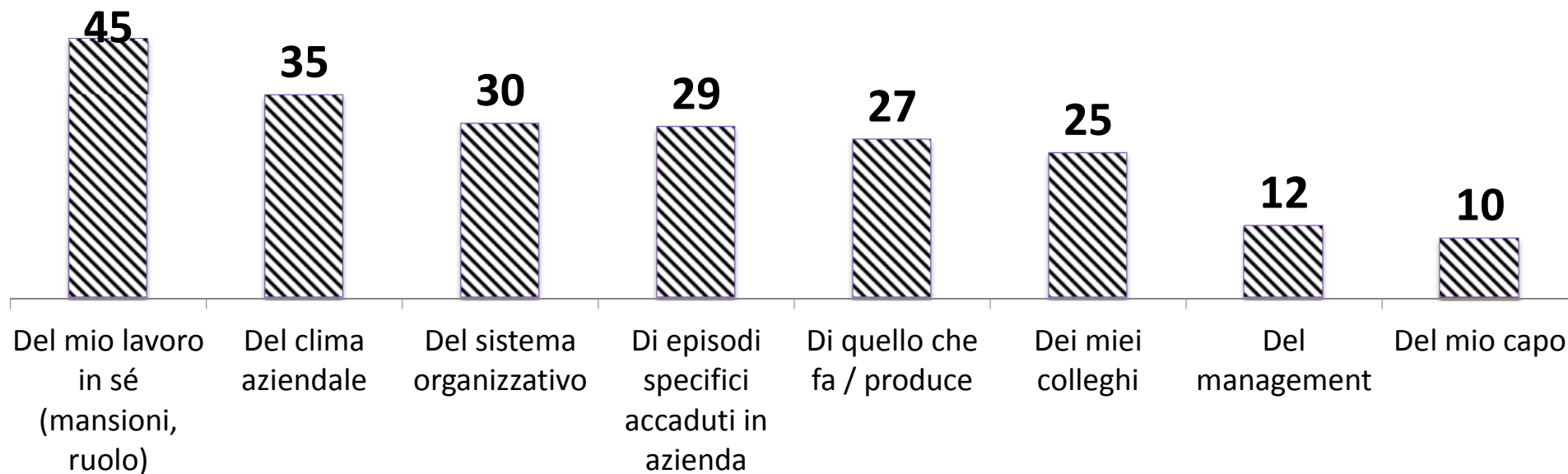


Opportunità e benefici dei social media



Topic e sentiment della comunicazione interna

Di cosa hai scritto online?



50%

Ho scritto più cose positive che negative

34%

In egual misura cose positive e negative

16%

Ho scritto più cose negative che positive

Dati %, Base: chi ha scritto online almeno raramente

Strategie e obiettivi

*Quali sono i principali obiettivi della Comunicazione Interna?
(possibili risposte multiple)*

	<i>% rispondenti</i>
1. MIGLIORARE L'INFORMAZIONE E INCENTIVARE IL COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI NELLA VITA AZIENDALE	75,5%
2. CREARE ENGAGEMENT E RAFFORZARE IL SENSO DI APPARTENENZA	67,9%
3. TRASMETTERE E DIVULGARE I VALORI AZIENDALI	64,2%
4. FACILITARE I FLUSSI DI COMUNICAZIONE E SVELTIRE I PROCESSI DI BUSINESS	50,9%
5. MOTIVARE E RICONOSCERE IL CONTRIBUTO DEI DIPENDENTI	37,7%
6. SUPPORTARE L'INTEGRAZIONE E LA GESTIONE DEL CAMBIAMENTO	34,0%
7. INTERCETTARE I BISOGNI DEI DIPENDENTI E AVERE I FEEDBACK	22,6%
8. AUMENTARE LA PRODUTTIVITA'	11,3%

Strategie e obiettivi

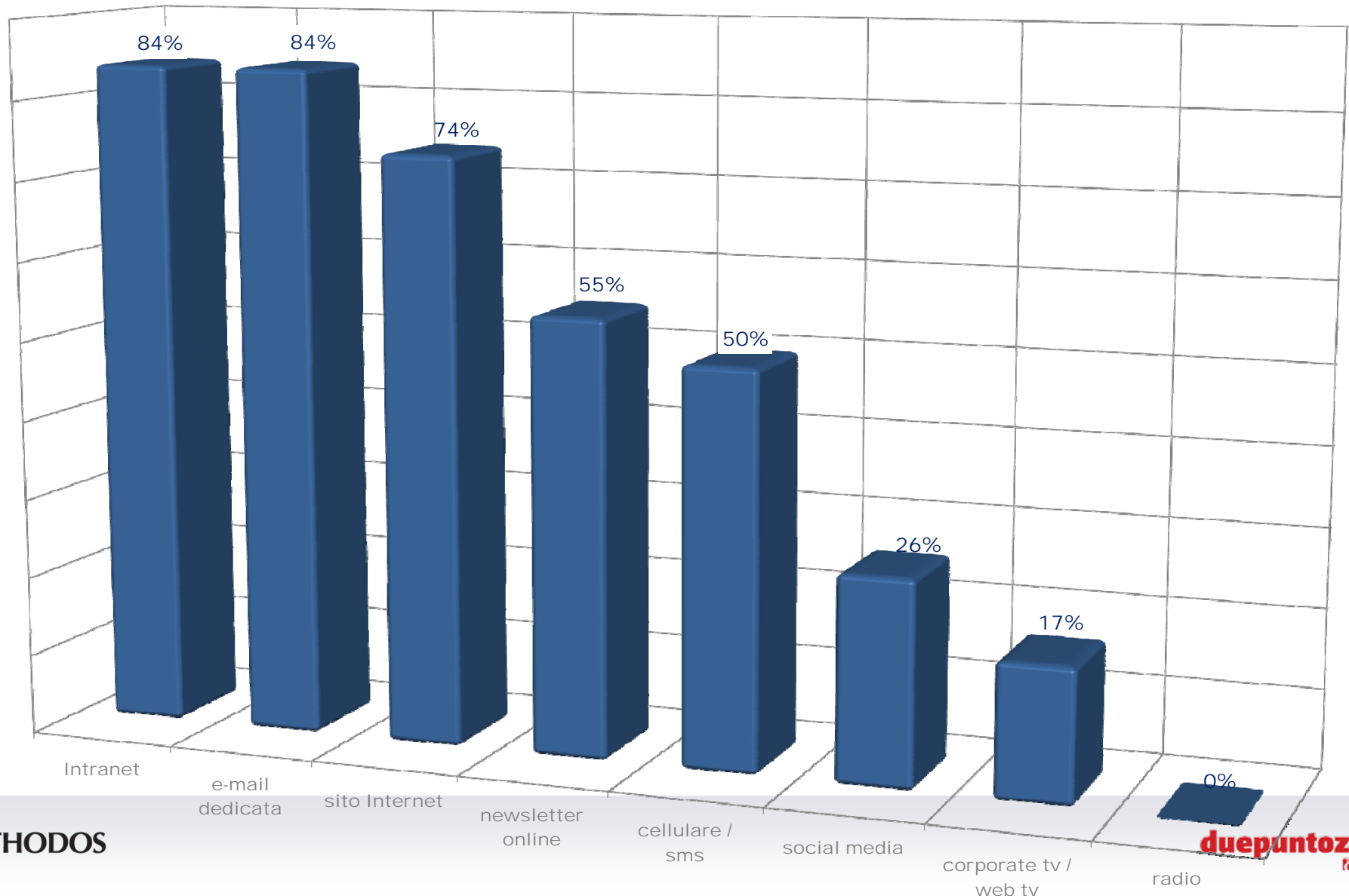
*Che tipo di argomenti vengono solitamente comunicati
(possibili risposte multiple)*

	<i>% rispondenti</i>
1. INFORMAZIONI SUI PRODOTTI	73,6%
2. CULTURA AZIENDALE	71,7%
3. INFORMAZIONI SULLE FUNZIONI AZIENDALI E CAMBIAMENTI ORGANIZZATIVI	71,7%
4. ANDAMENTO DEL BUSINESS E PIANI STRATEGICI	58,5%
5. I DIPENDENTI E LE LORO TESTIMONIANZE DI LAVORO E NON	26,4%
6. ATTUALITA'	20,8%

Gli strumenti di comunicazione online

Quali dei seguenti strumenti di comunicazione interna online sono utilizzati all'interno della vostra azienda?

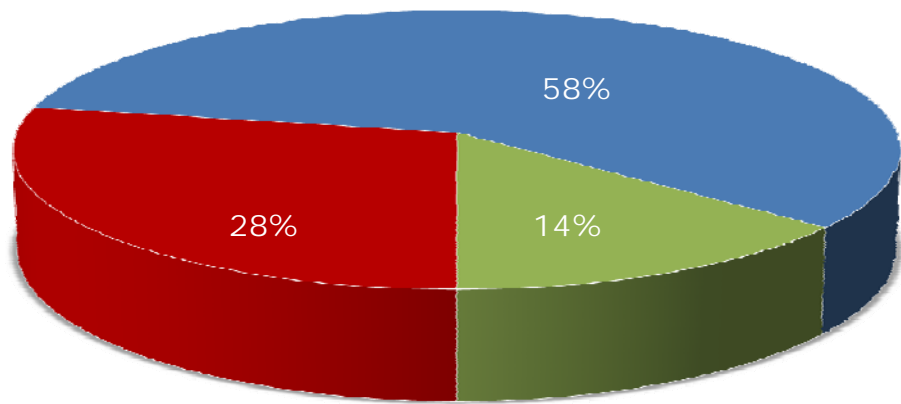
% aziende (possibili risposte multiple)



Il target

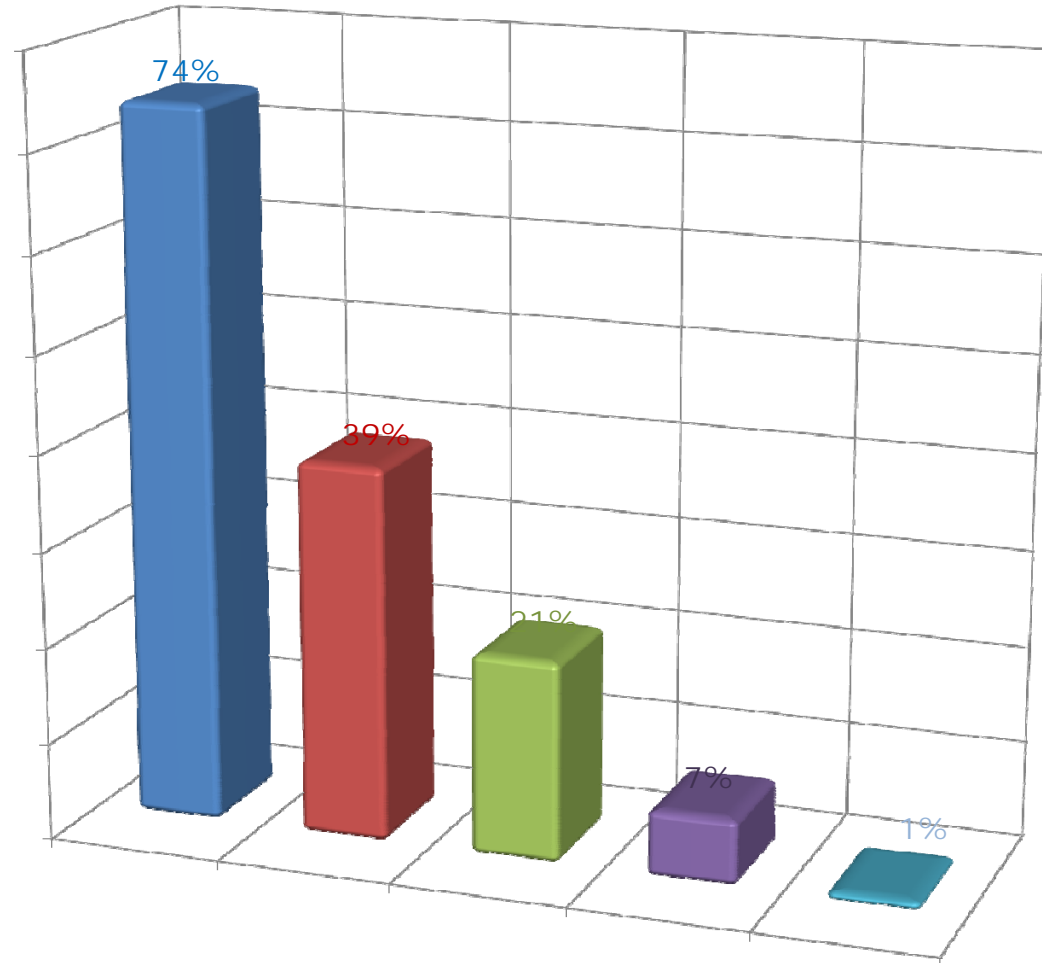
% dipendenti

Media dipendenti per azienda = 1116



■ quadri, dirigenti, impiegati ■ operai ■ forza vendita / tecnici

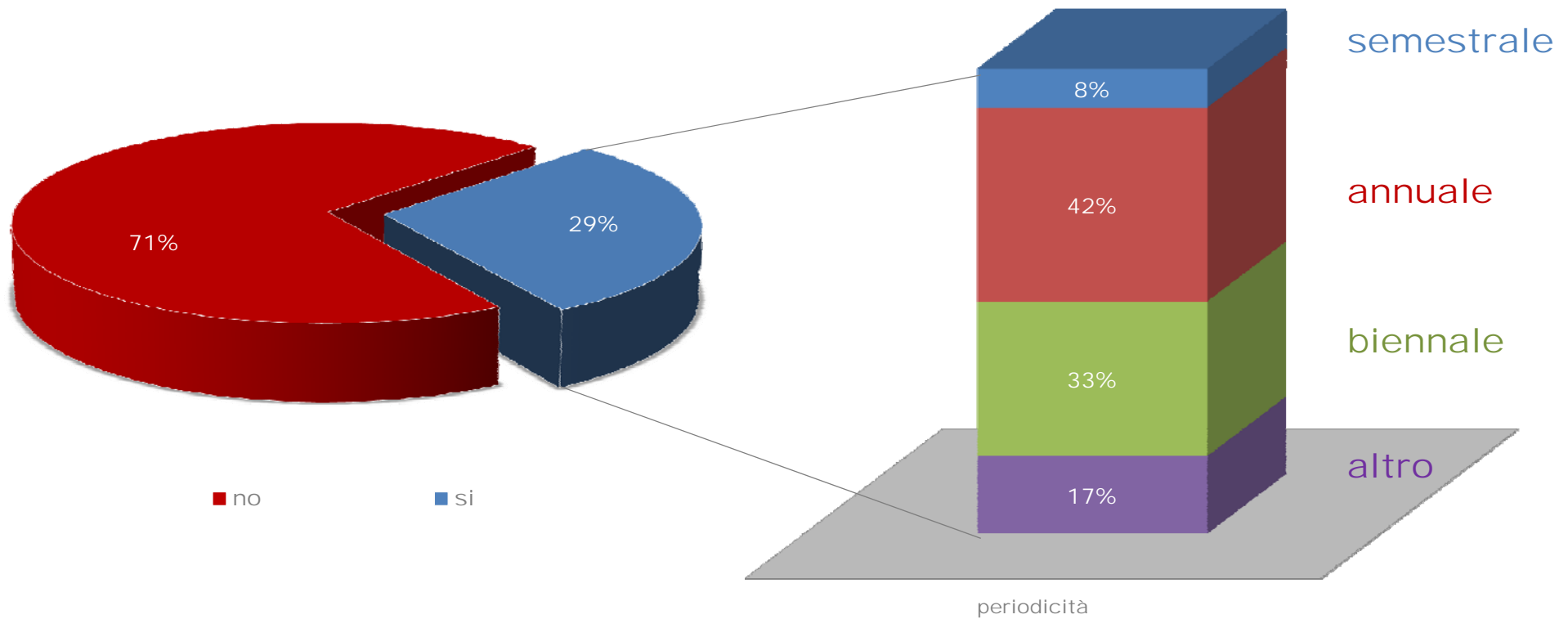
possibili risposte multiple



■ raggiungibili solo offline ■ raggiungibili online ■ dotati di cellulare
 ■ dotati di smartphone ■ dotati di ipad

Survey

La vostra azienda effettua survey periodiche di gradimento/efficacia della Comunicazione Interna?
% aziende



I dilemmi della transizione culturale

VS



Formalismo	Informalità
Chiusura	Apertura e democrazia
Controllo	Dialogo
Gerarchia	Leadership
Massificazione	Pluralità
Competenza	Trasversalità
Efficienza	Creatività
Riservatezza	Esposizione
Istituzionalità	Molteplicità delle fonti
Responsabilità	Coinvolgimento e partecipazione
Cluster	Clan