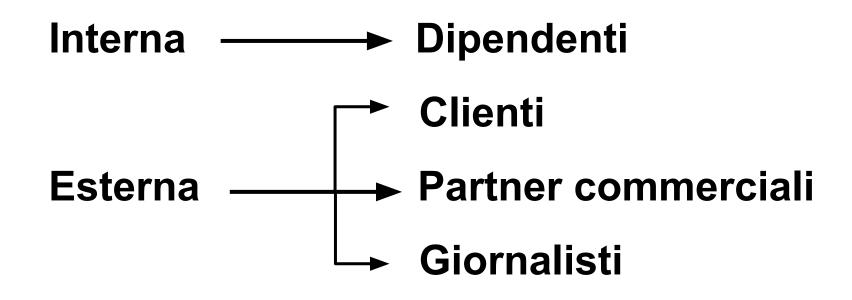


Cos'è la comunicazione aziendale?

È l'insieme di tutte le comunicazioni condotte da un'azienda



"Trascurare ciò che il mondo pensa di noi non è solo arrogante, ma anche immorale."

Cicerone, De Officiis



Cosa comunicare

- I propri valori
- I punti di forza rispetto ai concorrenti
- L'esclusività dei suoi prodotti/servizi
- L'efficienza della sua organizzazione
- La sua attenzione nei confronti dei clienti, della comunità, del territorio e dell'ambiente



Ogni marchio occupa un posto ben preciso nella mente del consumatore, in base a fattori emotivi e irrazionali. Negli acquisti i processi di carattere cognitivo non sono la variabile dominante, le emozioni lo sono.





Lo storytelling è la prima forma di marketing ideata dall'uomo.

La nostra mente funziona in senso narrativo.

Raccontare una storia significa creare unione tra le menti di più persone.

Importanza del Legame Emotivo

- Le aziende di successo non vendono solo prodotti, ma raccontano storie che ispirano e connettono.
- Il storytelling crea un legame emotivo tra il brand e il consumatore.
- La vulnerabilità nel racconto rende l'azienda autentica e accessibile.

Apple - Un Racconto Iconico

- Steve Jobs ha trasformato la storia di Apple in una narrazione avvincente.
- La sfida allo status quo, l'innovazione e l'accessibilità tecnologica come elementi chiave.
- L'effetto duraturo: l'ispirazione e la fedeltà dei consumatori oltre il tempo.



Il cibo non è solo nutrimento. Il cibo è tradizione, storia, famiglia, memoria, natura, convivialità.









Gli ingredienti del racconto

- Eroe
- Struttura narrativa
- Conflitto e risoluzione
- Emozione e connessione emotiva

I Fondamenti del Storytelling Aziendale

- Comprendere l'identità e i valori aziendali.
- La storia deve riflettere autenticamente chi siamo.
- Creare connessioni oltre il prodotto.

Adattamento e Continuità

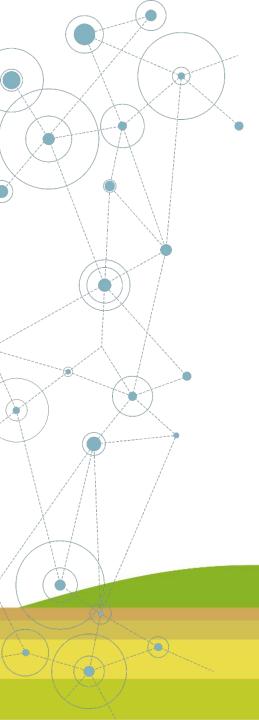
- Adattarsi al cambiamento del mercato e dei consumatori.
- Evitare l'obsolescenza del racconto con flessibilità.
- Lo storytelling come processo continuo.

Coerenza, Autenticità e Risultati Tangibili

- Monitorare e adattare il racconto nel tempo.
- Coerenza tra racconto e realtà.
- Risultati tangibili attraverso storie autentiche.

Il Potere Trasformativo del Racconto Aziendale

- Trasformare l'azienda in un Brand distintivo.
- Il racconto come strumento strategico.
- Creare una personalità unica attraverso l'autenticità del storytelling.





GRAZIE PER L'ATTENZIONE Elena Nigro