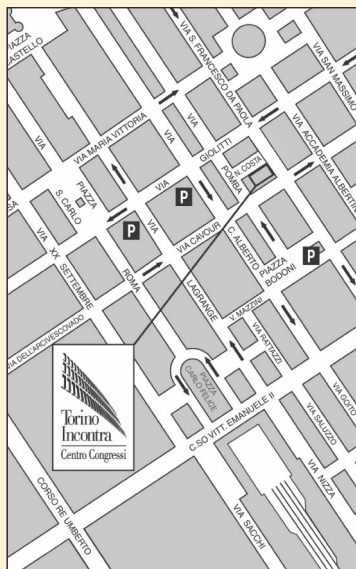


**Le nuove
potenzialità della
comunicazione
aziendale**

**Le nuove
potenzialità della
comunicazione
aziendale**

I seminari si terranno nei giorni **11 e 18 maggio 2011** presso il Centro Congressi Torino Incontra, Sala Giolitti, Via Nino Costa 8 dalle ore 9,00 alle ore 13.00 e dalle ore 14,00 alle ore 17,30.
La partecipazione è gratuita, fino ad esaurimento posti disponibili e previa iscrizione da effettuarsi sul sito www.promopoint.to.camcom.it/iniziative selezionando l'iniziativa di interesse e completando la registrazione.



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

In collaborazione con



**Le nuove
potenzialità della
comunicazione
aziendale**

Segreteria organizzativa

Settore Nuove imprese
Camera di commercio di Torino
via San Francesco da Paola, 24
10123 Torino
tel. 011 571 6351/2/3/5
fax 011 571 6356
nuove.impresefo.camcom.it

**Mercoledì 11- 18 maggio 2011
dalle 9.00 alle 17.30**

Centro Congressi
Torino Incontra
Sala Giolitti
via Nino Costa 8 - Torino

[note organizzative]

[SEMINARI]

Obiettivi e destinatari

Il ruolo della comunicazione d'impresa è fondamentale per trasmettere in modo efficace e corretto l'immagine aziendale all'esterno ed all'interno dell'organizzazione.

In particolare, per le piccole imprese di recente costituzione, in fase di lancio del proprio marchio verso l'esterno e di definizione della propria modalità di relazione verso la clientela, potenziale e reale, questo diventa un postulato imprescindibile.

Questa proposta formativa si articola in due seminari, distinti ma strettamente connessi: il primo centrato in particolare sui modelli di comunicazione aziendale interna ed esterna, il secondo che pone l'attenzione alle nuove modalità di relazione che i nuovi strumenti web possono offrire alle imprese.

**Le nuove
potenzialità della
comunicazione
aziendale**

Programma

PRIMO SEMINARIO Mercoledì 11 maggio 2011

ORGANIZZAZIONE E STRUMENTI PER UN'EFFICACE COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA

La finalità dell'incontro è l'affinamento delle competenze relative alla comunicazione d'impresa, per migliorare l'efficacia delle relazioni interne ed esterne all'organizzazione e, di conseguenza, il vantaggio competitivo. In particolare, l'obiettivo è esaminare, in modo sintetico, i principali modelli della comunicazione in azienda, sia a livello interpersonale che rivolta all'esterno ed all'interno dell'impresa.

Relatrice:

Maria Grazia Turri, docente di Linguaggi della Comunicazione Aziendale, Università degli studi di Torino

Programma

- 9.00 Registrazione partecipanti
- 9.30 Inizio seminario
 - Modelli di comunicazione efficace e meccanismi percettivi
 - Dall'informazione alla comunicazione alla relazione
 - La definizione degli obiettivi della comunicazione
 - Dalla comunicazione interpersonale alla comunicazione d'impresa
 - La comunicazione nelle piccole aziende
 - L'individuazione dei target di riferimento
 - La comunicazione d'impresa interna ed esterna
 - Come comunicare con fornitori, clienti potenziali, clienti effettivi, collaboratori interni, soci, finanziatori, partner commerciali
 - Analisi di case history
 - Esercitazioni e simulazioni
- 17.30 Chiusura lavori

SECONDO SEMINARIO Mercoledì 18 maggio 2011

LE POTENZIALITÀ DEL WEB COME STRUMENTO DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Il seminario intende fornire ai partecipanti le conoscenze fondamentali per utilizzare in modo efficace le potenzialità di internet come strumento di relazione con i clienti e con il mercato, diffondendo le conoscenze principali per analizzare il proprio canale web e i suoi margini di miglioramento.

Relatrice:

Maria Grazia Turri, docente di Linguaggi della Comunicazione Aziendale, Università degli studi di Torino

Programma

- 9.00 Registrazione partecipanti
- 9.30 Inizio seminario
 - Webmarketing: le possibili definizioni
 - Le connessioni con altre tipologie di marketing
 - Realtà e virtualità
 - Le componenti estetiche e le componenti funzionali
 - I linguaggi iconici e i linguaggi verbali
 - La sintassi e la semantica nel web
 - Gli aspetti simbolici
 - Definizione delle attività e delle strategie
 - promotion marketing on-line
 - webmarketing virale
 - Gli strumenti di attuazione di un piano di vendita on-line
 - il piano di marketing on-line
 - l'analisi della concorrenza su internet e off-line
 - progettare o riprogettare il sito web aziendale
 - ottimizzare il posizionamento nei motori di ricerca
 - Elementi correlati: e-mail marketing, landingpage, web marketing management
- 17.30 Chiusura lavori