



## 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