

# Strumenti e Strategie della Comunicazione d'Impresa

Lezione 15: i mestieri della comunicazione  
Stella Romagnoli

# Agenda

- ▶ I mestieri della comunicazione
  - In azienda
    - Brand e Corporate Image
    - Pubblicità (above the line)
    - Below-the-line
    - Media
    - Eventi
    - Sponsorizzazioni
    - PR/Rapporti con i media
  - In agenzia
    - Planner strategico
    - Account
    - Copy-writer
    - Art-Director
    - media planner

# I mestieri della pubblicità in azienda

- ▶ Di solito rientrano nell'area organizzativa delle Relazioni Esterne
- ▶ Ma si possono trovare anche nel Marketing

# La pubblicità

- ▶ E' una forma di comunicazione esterna in cui il messaggio viene veicolato tramite mass media

tutti conoscono la pubblicità

# La pubblicità in azienda

- ▶ Ma la pubblicità in azienda **che tipo di lavoro è?**
  - Preparare il briefing mediando tra le esigenze di diverse aree aziendali, **studiare** tutti i dettagli dei prodotti e servizi
  - **Negoziare** con l'agenzia di pubblicità la proposta creativa
  - **Vendere** ai propri capi, ai colleghi e alle altri interlocutori interessati le idee da realizzare
  - **Mediare** creativi, registi, attori, casa di produzione con le necessità aziendali
  - Trattare con il **legale** testi e modalità espressive
  - **Amministrare** il budget

# Negoziare con agenzia e MK

## **urgente: prossimo spot**

Bucci Alessandra

**Inviato:** giovedì 5 febbraio 2009 19.24

**A:** Zordan Antonella; Gimona Giuliano; fergola@libero.it

**Cc:** Brusa Andrea; Core Stefano; Cipollone Livio; Romagnoli Stella; Spaccesi Susanna

**Allegati:**  15kids.mpg (3 MB);  Folde\_MNP\_5-02-09.pdf (768 KB) [Apri come pagina Web]

Carissimi,  
come sapete il prossimo spot sarà incentrato sul tim in due.

Sarà composto dal 30 secondi ( tutto su tim in due) e da un 15 secondi che dice "passa a tim" (allegato)  
Abbiamo deciso di supportare la call to action "passa a tim" comunicando il benefico principale è cioè che che "se passi a tim" hai 30 € di bonus ogni 15€ di spesa ( antonella conosce i dettagli dell'offerta perche ha approvato il folder, anch'esso allegato). Ovviamente continua a valere la promozione su telefoni a partire da 29 euro.

dobbiamo urgentemente scegliere una frase sintetica da speakerare e scrivere in super nel 15 secondi. . le alternative sono:

**passa a tim e guadagni il doppio di quello che spendi**

**passa a tim e raddoppi il valore della tua spesa**

**passa a tim e ogni euro vale il doppio**

**passa a tim . da oggi ti conviene il doppio**

- super : 30€ omaggio ogni 15 di spesa

da definire i legals

che dite?

Ps: vanno scelti urgentemente ....sorry...entro le 12

ale



# Il set



# È veramente creativo il lavoro della pubblicità in azienda?...



Facciamo un passo indietro...  
A come l'azienda si presenta



Brand e Corporate Image

# Branding e Corporate Image

- ▶ E' un'attività di comunicazione aziendale **esterna e interna**
- ▶ Consiste **nella (ideazione e) gestione del brand aziendale**, che non è solo il nome, ma tutto l'insieme dei segni distintivi dell'azienda: grafici, sonori, ecc.



# Branding e Corporate Image

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - Preparare un briefing dettagliato mediando le esigenze del **vertice aziendale**
  - Aiutare l'agenzia che si occupa della realizzazione del brand book a finalizzare *guidelines* di utilizzo del logo complete e dettagliate
  - **Verificare** che internamente ed esternamente all'azienda (es. nei co-branding) **il brand book venga applicato con rigore**



# Branding e Corporate Image





Ma brand e logo ci portano ad  
un'altra forma di  
comunicazione aziendale...

# Sponsorizzazioni

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - **Selezionare** tra le innumerevoli proposte quelle più idonee ed efficaci per l'impresa

# Selezione delle proposte...

## **Concerto di Natale XVI Ed.**

Romagnoli Stella

**Inviato:** mercoledì 12 novembre 2008 17.45

**A:** 'commerciale.ps@prime-time-promotions.it'

**Cc:** Fornaro Carlo; Habetswallner Cristiano

Gent.le dott. Scipioni,

mi perdoni se le rispondo a nome del dott. Fornaro.

L'evento è sicuramente prestigioso e in linea con il passato presidio del Gruppo Telecom Italia.

Purtroppo però, la nostra strategia di comunicazione prevede un significativo ridimensionamento degli investimenti in sponsorizzazione e nessun impegno ulteriore a livello istituzionale almeno per il breve e medio periodo.

Mi spiace dunque di essere costretta a declinare la sua offerta.

Colgo l'occasione per inviarle i più distinti saluti,

Stella Romagnoli

---

### **Telecom Italia**

Stella Romagnoli  
Media & Sponsorship Management  
C.so d'Italia, 41 00198 Roma  
0039 06 36882446

**Da:** Paolo Scipioni [mailto:commerciale.ps@prime-time-promotions.it]

**Inviato:** mercoledì 12 novembre 2008 16.21

**A:** Fornaro Carlo

**Oggetto:** Concerto di Natale XVI Ed.

Gentile Dott. Fornaro,

in seguito alle Sue comunicazioni con la mia collega, la Dott.ssa Acanfora, con la presente sono a chiederLe notizie in merito alla Vostra partecipazione all'evento in oggetto.

A causa della brevità dei tempi, La invito a rispondermi con cortese urgenza.

Cordiali saluti.

# Sponsorizzazioni

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - **Selezionare** tra le innumerevoli proposte quelle più idonee ed efficaci per l'impresa
  - **Negoziare la massima e migliore visibilità** del proprio marchio a fronte di un corrispettivo equo

# Negoziazione delle proposte

- ▶ Esempi di scheda di valutazione

# Sponsorizzazioni

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - **Selezionare** tra le innumerevoli proposte quelle più idonee ed efficaci per l'impresa
  - **Negoziare la massima e migliore visibilità** del proprio marchio a fronte di un corrispettivo equo
  - **Ideare nuove possibilità** di presentazione del marchio e di **utilizzo dei contenuti** legati alla sponsorizzazione

# Ideazione di nuove opportunità



# Sponsorizzazioni

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - **Selezionare** tra le innumerevoli proposte quelle più idonee ed efficaci per l'impresa
  - **Negoziare la massima e migliore visibilità** del proprio marchio a fronte di un corrispettivo equo
  - **Ideare nuove possibilità** di presentazione del marchio e di **utilizzo dei contenuti** legati alla sponsorizzazione
  - **Controllare** la resa in termini di visibilità (e di quanto concordato)
  - **Gestire le richieste di biglietti gratuiti...** da parte di terzi

# La biglietteria

- ▶ E le segreterie... esempio



Dalle sponsorizzazioni  
agli **eventi** il passo è breve...

# Gli Eventi

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - **Raccogliere le esigenze di comunicazione** di questo tipo dalle Vendite, dalle funzioni di PR e Financial Relations, Comunicazione Interna, ecc.
  - Preparare un **dettagliatissimo briefing** per le agenzie specializzate (capitolato di gara)
  - **Verificare** le locations, i catering, le strumentazioni ecc. prevedere l'imprevedibile
  - **Tenere i rapporti con le celebrità** presenti gestendone le esigenze: dall'AD all'attore.
  - **Non si dorme mai...**

# Il lavoro del BTL

- ▶ Per la parte di preparazione dei materiali PV, che lavoro è?
  - Occorre recuperare tutte le informazioni dettagliatissime relative ai prodotti e servizi, le diciture legali, ecc. per il briefing alle agenzie specializzate
  - Coordinarsi con il reparto di Brand Image, le Vendite, il Marketing, il reparto che segue l'advertising, ecc.
  - Correggere tutti i testi insieme al Legale
  - Verificare la distribuzione
- ▶ Per la parte divertente ci pensa l'agenzia specializzata....

# Il lavoro del media

- ▶ Che tipo di lavoro è?
  - Raccogliere i dati sul target che si vuole raggiungere e tutti i vincoli della creatività per scegliere, dato il budget a disposizione, il media mix più indicato
  - Verificare i piani mezzi proposti dai centri media
  - Trattare i prezzi degli spazi
  - Progettare nuove modalità di utilizzo dei media insieme alle concessionarie e agli editori
  - Ricevere e filtrare le diverse offerte di inserzione...
  - Gestire il budget di advertising (che è un budget media)

# Il media



# I mestieri della comunicazione

- ▶ I mestieri della comunicazione in azienda sono tanti, e in quasi tutti le capacità principali non sono la creatività, bensì:
  - L'intelligenza sociale e la capacità di negoziare,
  - L'arte di convincere e di vendere,
  - La precisione e l'approfondimento
  - Il rigore: rispetto dei tempi e del budget
  - E anche la resistenza fisica!