

Identità di marca e comunicazione efficace: la persona al centro



Risorse Umane e Management

Identità di marca e comunicazione efficace: la persona al centro

Data: 3 aprile 2024

La comunicazione aziendale si nutre di **valori** e di **processi relazionali** volti al perseguimento di **obiettivi d'impresa** e capaci di incidere in modo cruciale sulla **competitività** e **forza di trattativa**.

La **relazione duratura** tra marchio e pubblico non si nutre di “storielle” ma del racconto di storie capaci di creare **un legame forte**. Una riflessione sulla percezione cognitiva ed emozionale del marchio, sugli strumenti narrativi per la costruzione della **fiducia** e sul primato del contenuto e dell'empatia nella comunicazione, con un occhio di riguardo per lo storytelling come pratica per creare **fidelizzazione**.

Una panoramica sulla **connessione tra brand identity e comunicazione interna/esterna**, fatta attraverso una lente olistica e **innovativa**, che mette in sinergia tendenze di marketing attuali con nuove teorie dal mondo accademico transdisciplinare.

Mentre l'**intelligenza artificiale** e la trasformazione digitale avanzano, l'essere umano torna al centro.

Nell'era post-pandemica, le imprese che comprendono l'urgenza di accompagnare le proprie persone verso lo sviluppo di **nuove competenze relazionali e comunicative**, saranno quelle capaci di restare **competitive** e di **guidare** il mondo dell'industria verso il **futuro**.

DESTINATARI

Dirigenti, manager, responsabili Hr e Comunicazione, dipendenti che desiderano potenziare le proprie competenze in materia di branding e comunicazione, per non rischiare di “restare indietro” in un ambito che si evolve sempre più velocemente, capace di incidere in maniera cruciale per il successo dell'impresa.

OBIETTIVI

Il Corso fornisce strumenti teorici e pratici per migliorare la comunicazione del valore di marca online e offline.

- Supporto per il rafforzamento dell'identità aziendale, a vantaggio della differenziazione dai competitor e della capacità di compiere scelte di business proficue, allineate con i valori di marca.
- Supporto per il miglioramento dell'immagine dell'azienda e per eventuali attività di rebranding in linea col purpose, a vantaggio della credibilità e della fiducia del pubblico.
- Supporto per una narrazione a favore della reputation aziendale.
- Supporto per il potenziamento del vantaggio competitivo, attraverso l'allineamento di contenuti e visual con un'identità aziendale fondata su valori condivisi.
- Supporto per l'allineamento delle attività di comunicazione interna/esterna con gli obiettivi aziendali.
- Supporto per la costruzione di un mindset aperto ai saperi integrati e idoneo a creare coinvolgimento attivo per la risoluzione dei problemi e per il rafforzamento della relazione con gli stakeholder.

CONTENUTI

- 3 pilastri per costruire una comunicazione efficace e consapevole: identità aziendale, comunicazione interna/esterna, dialogo.
- Brand e identità aziendale: come differenziarsi e rimanere impressi nella mente del pubblico.
- Storytelling ed empatia nella progettazione di contenuti efficaci.
- Dialogare meglio con i clienti attraverso *tools* innovativi: *ascolto empatico* e Teoria U.

Si introdurranno e si esploreranno *tools* di Teoria U per la pratica dell'ascolto profondo e per la creazione di relazioni di valore. L'applicazione guidata di questi strumenti, unita all'acquisizione di competenze materia di comunicazione, allena le persone all'ascolto delle emozioni proprie e altrui, **soft skill** utile per migliorare i processi comunicativi aziendali e per generare creatività e proattività.

DOCENTE

Alessandra Pistillo

Esperta in comunicazione, con 15 anni di attività come consulente e formatrice maturata presso aziende di settori diversificati. Nel suo percorso accademico, dopo le Lauree con 110 e lode sia in Media e Giornalismo (Università di Firenze) che in Sistemi e Progetti di Comunicazione (Università di Pisa), una certificazione per la Teoria U del Presencing Institute di Otto Scharmer, Professore al Massachusetts Institute of Technology; una collaborazione con la Cattedra Transdisciplinare UNESCO in Sviluppo Umano e Cultura di Pace di Firenze. Collabora con enti di formazione e organizzazioni, costruendo percorsi focalizzati su comunicazione, branding e soft skills.

METODOLOGIA DIDATTICA

Tutti gli argomenti del Corso sono affrontati attraverso una metodologia didattica pratica (case study esempi, confronto d'aula) e interattiva, alla parte teorica, seguiranno laboratori di pratica per allenare un mindset aperto ai saperi integrati, volto a migliorare le proprie capacità di ascolto e di analisi del sistema comunicativo dell'organizzazione

SEDE DEI CORSI / MODALITÀ DI EROGAZIONE

Il corso si svolgerà in presenza c/o la sede di Industria Servizi Formazione S.r.l.: Via delle Bocchette 1 A - Loc. Putignano (PISA)



DURATA

8 ORE



DATE E ORARI

**3 aprile 2024
9:00-13:00 / 14:00-18:00**



PREZZO ASSOCIATI

€ 350,00 + IVA



PREZZO NON ASSOCIATI

€ 420,00 + IVA



Scheda di Iscrizione

Identità di marca e comunicazione efficace: la persona al centro

Data: 3 aprile 2024 con orario 9:00-13:00 / 14:00-18:00

DA INVIARE COMPILATA TRAMITE E-MAIL AD UNO DEI SEGUENTI INDIRIZZI

P.BUZZI@UI.PISA.IT / SEGRETERIA@ISFORMAZIONE.IT

IL/LA SOTTOSCRITTO/A:

AZIENDA:

PARTITA IVA:

CODICE FISCALE:

INDIRIZZO:

CITTÀ:

TELEFONO:

EMAIL:

N	Nome e Cognome del Partecipante	Indirizzo Email del Partecipante	Ruolo ricoperto in Azienda	Prezzo Associati	Prezzo NON Associati
1					
2					
3					
4					
5					

Inoltre dichiara di:

- Essere un'azienda associata
- Non essere un'azienda associata

Timbro e Firma
