

Alla ricerca del cliente perduto...



Simone Trivellato

Anno Accademico 2011/2012

Alla ricerca del cliente perduto...

Obiettivo:

- Analizzare le procedura di raccolta dati per la creazione di un piano di comunicazione aziendale.
- Analizzare, attraverso esperienze personali, le differenti richieste aziendali per la creazione di un piano di comunicazione aziendale

Alla ricerca del cliente perduto...

Analisi del business dell'operatore economico:

- a) A chi vende**
- b) Cosa vende**
- c) Come vende**
- d) Dove vende**
- e) Quando vende**
- f) Promozione dell'attività**
- g) Eventuale concorrenza**



Alla ricerca del cliente perduto...

PRIMO CASO AZIENDALE: ***Bertolini & Borse***

Bisogni di comunicazioni emersi:

- Attirare l'attenzione della clientela sui 5 punti vendita localizzati in Torino

Proposte:

- Proposte di immagine
- Proposte modificando area attività

Alla ricerca del cliente perduto...

SECONDO CASO AZIENDALE: ***Centro Congressi Torino***

Bisogni di comunicazione emersi:

-Abbassamento del Target di età dei partecipanti ai congressi

Proposte:

- Creazione pagina Facebook
- Ideazione di un potenziale volantino
- Inserzione sui principali quotidiani letti dai giovani

Alla ricerca del cliente perduto...

Conclusioni:

- Importanza del mezzo da utilizzare per la creazione di un efficiente piano di comunicazione aziendale.
- Eventuali proposte, di diversi obiettivi aziendali, attraverso creazione di piani di comunicazione.