

TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Il communication mix: relazioni pubbliche

Laura Gavinelli
laura.gavinelli@unimc.it

Facoltà di Economia
Università degli Studi di Macerata

PR

Iniziative volte a migliorare, mantenere o proteggere l'immagine di un'azienda o di un prodotto.

Caratteristiche:

- Il messaggio non è trasmesso direttamente a pagamento (es. redazionale).
- Il messaggio è a base informativa.
- Canali: passaparola, articoli su stampa, trasmissioni TV di cronaca/attualità, segnalazioni personali.

Caratteristiche delle PR

	Pubblicità	PR	Promozioni
Flusso comunicazionale	One way	One/Two-way	One/Two-way
Sfera d'azione prevalente	Benefit association Atteggiamenti	Value perceived Opinioni	Intention to buy Comportamenti
Pubblico prevalente	Communication target	Pubblici influenti	Trade + consumer
Strategia prevalente	Pull	Pull	Push
Effetti nel tempo	Medio – lungo termine	Medio – lungo termine	Breve termine
Effetti sul brand	Awariness Positioning	Credibility Reputation	Awariness DePositioning

Aree di intervento delle PR

la comunicazione istituzionale



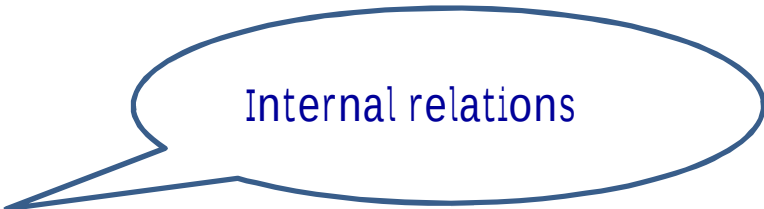
Corporate PR
International affairs
Industrial PR
Public affairs
Management by crisis

la comunicazione finanziaria



Financial PR
Investor relations

la comunicazione organizzativa



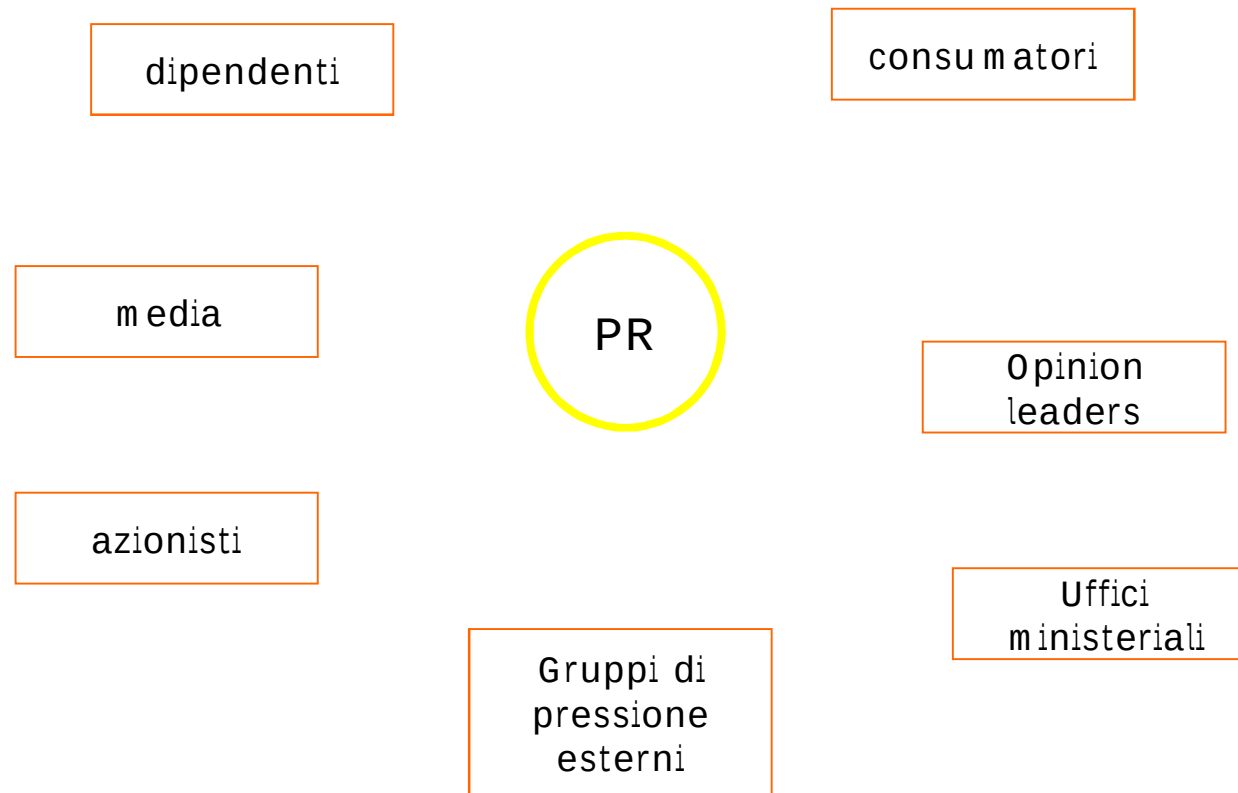
Internal relations

la comunicazione di marketing



Marketing PR
Consumer relations
Co-marketing

I pubblici delle PR



Strumenti e potenzialità delle PR

Strumenti:

- Relazioni con i media
- Eventi
- Eventi speciali
(mecenatismo,
sponsorizzazione,
patronage)
- Pubblicazioni editoriali
- Media digitali
- Passaparola
- Musei d'impresa
- ...

Su cosa incidono:

- Immagine positiva
- Reazione a comunicazione negativa
- Motivazione personale
- Efficacia di pubblicità e forza di vendita

Su cosa non incidono:

- Incremento diretto delle vendite
- Copertura problemi azienda
- Sostituzione ad altre attività promozionali

Pubblicità

Annunci stampa e radiotelevisivi
Elementi esterni della confezione
Elementi interni della confezione
Pubblicità postale
Cataloghi
Film pubblicitari
Riviste aziendali
Opuscoli e pieghevoli
Manifesti e locandine
Annuari
Affissioni stradali
Materiale espositivo
Audiovisivi
Simboli e immagini

Promozione vendite

Concorsi a premi, lotterie, gare di vendita
Offerte e vendite speciali
Campioni gratuiti
Fiere, mostre ed esposizioni
Dimostrazioni
Buoni sconto
Buoni premio
Liquidazioni
Agevolazioni di pagamento
Sopravvalutazione dell'usato
Raccolta di punti e figurine
Spettacoli

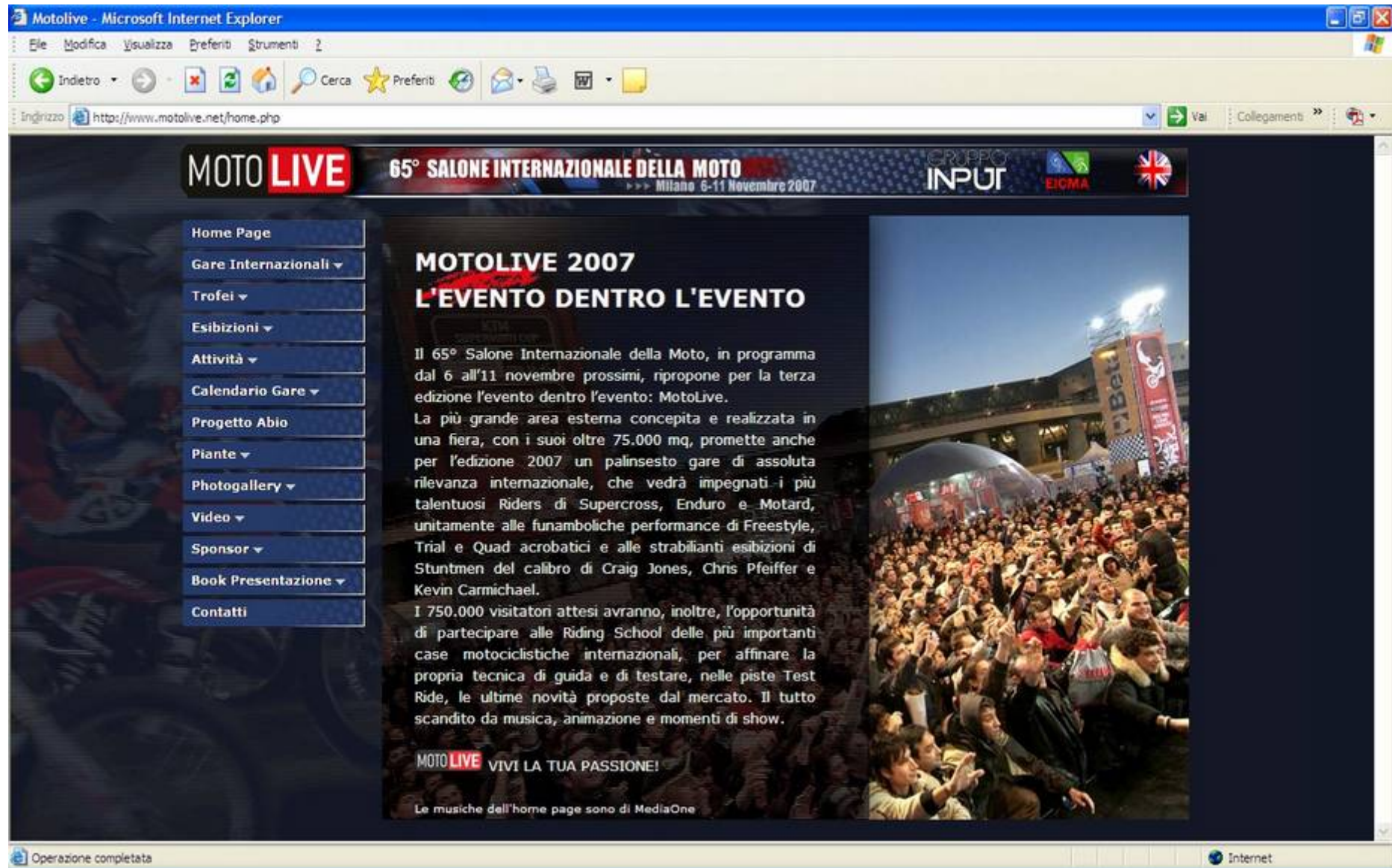
Pubbliche relazioni

Rassegne stampa
Conferenze
Seminari e convegni
Relazioni di bilancio
Contributi per opere assistenziali e di pubblico interesse
Sponsorizzazioni
Pubblicazioni
Relazioni con la comunità

Vendita personale

Presentazioni di vendita
Riunioni e convegni di vendita
Telemarketing
Programmi di incentivi
Campionari e altro materiale per i venditori
Fiere, mostre ed esposizioni

Es. L'evento come strumento di PR



Es. L'evento come strumento di PR



Heineken Jammin' Festival made to entertain. Live.

Heineken Jammin' Festival: appuntamento rimandato

Il festival musicale più atteso dell'estate dagli appassionati del rock è rinviato.

La crisi economica generale e l'assenza di band all'altezza ci hanno costretto, di comune accordo con Milano Concerti, a fermare per quest'anno l'appuntamento con **Heineken Jammin' Festival**.

L'evento, solo rimandato, è ormai entrato a far parte dei più importanti festival musicali europei. **Nato nel 1998**, riunisce ogni anno, a **metà giugno**, migliaia di persone unite dalla stessa voglia di musica e divertimento. Lenny Kravitz, Placebo, Tory Amos, Muse, Massive Attack, RedHotChiliPeppers, Police e Vasco sono solo alcuni dei grandi nomi ospitati fino al 2006 nell'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di **Imola**, e, nel 2007 e nel 2008, a Mestre, nel Parco San Giuliano.

I numeri delle **11 edizioni** dell'Heineken Jammin' Festival sono impressionanti: 224 ore di programmazione, un impianto acustico di 340 casse, 1.000Kw di luci, oltre 180 concerti in 28 giornate complessive, un milione e duecentomila spettatori.



<http://www.heineken.it/main/HeinekenJamminFestival/>

Il Festival
Foto 2008
HEINEKEN JAMMIN
FESTIVAL CONTEST

Fine Internet 100%

I musei d'impresa

Iniziative promosse in occasione della **Settimana della Cultura d'Impresa**,
(mostre, convegni, rassegne teatrali e cinematografiche)

Azione di networking con enti di ricerca, pubbliche amministrazioni, istituzioni museali e università

Organizzazione di incontri formativi e attività di ricerca nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa

Pubblicazioni e Accordi

Diffusione degli **Eventi** e delle iniziative speciali organizzate dagli associati

Promozione di itinerari a sostegno del **Turismo Industriale** in Italia

Segnalazione delle principali **Iniziative** legate alla cultura d'impresa e agli ambiti d'interesse limitrofi (arte, design, comunicazione)

Museimpresa – Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa promossa da Assolombarda e Confindustria è nata a Milano nel 2001 con l'obiettivo di individuare, promuovere e **mettere in rete le imprese** che hanno scelto di privilegiare la cultura nelle proprie strategie di comunicazione, come strumento di sviluppo economico e valore aggiunto per l'azienda.

L'Associazione è stata fortemente voluta dall'allora Vice Presidente di Assolombarda **Carlo Camerana** che dal 1999 al 2001 ha ospitato nella sede milanese il gruppo dei **fondatori** che ne ha elaborato le premesse metodologiche. Dal 2003 **Michele Perini** è il Presidente di Museimpresa

Gli associati

- [Aboca - Museum](#)
[Alessi - Museo](#)
[Alfa Romeo - Centro Documentazione](#)
[Alfa Romeo - Museo](#)
[Alinari - Museo di Storia della Fotografia](#)
[Amarelli - Museo della Liquirizia](#)
[Artsana - Museo del Cavallo Giocattolo](#)
[Assolombarda](#)
[Confindustria](#)
[Consorzio BAICR Sistema Cultura](#)
[Barilla - Archivio Storico](#)
[Bergallo - Museo dell'Orologio da Torre](#)
[Birra Peroni - Archivio Storico e Museo](#)
[Borsalino - Museo del Cappello](#)
[Bracco - Archivio Storico](#)
[Branca- Museo](#)
[CID - Museo Territoriale Bassa Friulana](#)
[Cotto Veneto - Museo della Ceramica](#)
[Dalmine - Fondazione](#)
[Ducati - Museo](#)
[Enel - Archivio Storico](#)
[Eni - Archivio Storico](#)
- [Federturismo Confindustria](#)
[Ferragamo - Museo](#)
[Ferrari - Galleria](#)
[FS - Museo Nazionale Ferroviario](#)
[Guzzini - Archivio / Galleria](#)
[Intesa Sanpaolo - Archivio Storico](#)
[Kartell - Museo](#)
[Lungarotti - Museo del Vino e dell'Olio](#)
[Martini - Museo di Storia dell'Enologia e Mondo Martini](#)
[Mediolanum - Museo](#)
[Michelacci - Museo Paglia e Intreccio](#)
[Nicolis - Museo dell'Auto e della Tecnica](#)
[Olivetti - Archivio Storico](#)
[Paesaggio dell'Eccellenza - Associazione](#)
[Piaggio - Museo e Archivio Storico](#)
[Pirelli - Archivio Storico](#)
[Rossimoda - Museo della Calzatura](#)
[Same- Archivio e Museo](#)
[Safilo - Galleria Guglielmo Tabacchi](#)
[Sagsa - Museo](#)
[Zambon- Museo](#)
[Zegna - Archivi e Spazi Espositivi](#)
[Zucchi - Museo](#)

Business Intelligence e PR per sviluppo internazionale

Laura Marinelli

presidente PRESSCOM