

TEST

La tua azienda comunica nel modo giusto?

Fai un piccolo auto-test e confronta le tue risposte con quelle fornite.

■ Con quali materiali si presenta la tua Azienda ai clienti?

I materiali di comunicazione di un'Azienda sono il primo incontro con il cliente: brochure, depliant, biglietti da visita, schede ordine, ma anche gadget, biglietti di auguri, bloc notes riflettono l'immagine dell'Azienda stessa. E' importante che comunichino uno stile, contribuendo alla immediata riconoscibilità dell'azienda.

■ Tutti gli strumenti di comunicazione della tua Azienda seguono un'immagine coordinata?

L'immagine coordinata comunica l'identità dell'Azienda. Per questo, tutti i materiali di comunicazione devono essere graficamente in armonia.

■ Il tuo logo è stato aggiornato negli ultimi anni?

Aggiornare un logo non significa rinnegarlo, ma semplicemente renderlo attuale e facilmente fruibile dal mercato. La grafica ha subito negli ultimi anni l'accelerazione vorticoso delle innovazioni tecnologiche, abituando gli utenti a nuove forme visive.

■ Quanto investi in Pubbliche Relazioni?

Fare Pubbliche Relazioni significa "esserci" quando qualcosa "accade". Il successo di una azienda non può prescindere dal fare rete con il contesto economico e sociale in cui opera.

■ Qual è l'ultimo evento che hai organizzato?

Organizzare un evento è una opportunità per comunicare in modo diretto. Che siano rivolti al personale interno o che siano destinati alla clientela acquisita o da acquisire, gli eventi (ben organizzati) sono un'occasione insostituibile per ottenere feed back immediati e perfezionare le strategie.

■ Hai un ufficio stampa?

In un'epoca in cui gli strumenti di informazione sono innumerevoli (carta stampata, social network, testate on line, ecc.), un Ufficio Stampa dedicato è in grado di utilizzarle, sfruttandone le potenzialità per una maggiore visibilità dell'Azienda.

■ Attraverso quale media hai investito di più in pubblicità finora?

Investire in pubblicità non è sufficiente per avere ritorni positivi: è necessario un planning che ottimizzi le risorse da investire, valutando sia i media tradizionali che quelli di nuova generazione, monitorando costantemente i risultati.

■ Qual è il target dei tuoi prodotti/servizi: sei riuscito a raggiungerlo con le azioni di comunicazione finora realizzate?

Il target è il cliente finale a cui sono destinati informazioni, prodotti o servizi. Ogni target risponde ad approcci specifici, ed è sensibile a strategie di comunicazione diverse. Non identificare il target, o identificarlo in maniera scorretta, significa vanificare tutte le risorse investite per raggiungerlo.

Queste sono solo alcune delle informazioni necessarie per una buona comunicazione.

Per approfondire le esigenze specifiche della tua Azienda, puoi richiederci un check up gratuito (049 8774001 – info@mp-comunicazione.it).