



NEWS

Un nuovo metodo di comunicazione a battesimo in Assolombarda

UniOne - Architetture di comunicazione - presenta in Assolombarda nuovi approcci alle ricerche di mercato, alle modalità creative e al sistema mediatico.

di Nicolò Occhipinti

Il 5 Aprile 2006 a Milano in Assolombarda, Associazione degli imprenditori, è stata dedicata un presentazione dalle 15 alle 18 a UniOne - Architetture di comunicazione - motivata dalla componente innovativa del metodo e delle tecniche rilevate come misurabili e utili, in un momento in cui la tradizionale advertising viene considerata da molte imprese non più sufficiente a generare comunicazione in senso olistico e fidelizzante. Per UniOne è necessaria in prospettiva una comunicazione "human satisfaction oriented".

Il "battesimo" e la presentazione sono stati corredati da elementi e casi concreti, e ha considerato gli aspetti evolutivi nelle diverse aree della comunicazione, quali:

- **le ricerche di mercato**, da estendere con la nuova metodologia MOV (Map of Voices), oltre la customer satisfaction, verso la Human satisfaction, nelle aree emozione-ragione-etica, per misurare i gap fra necessità degli stakeholder e soluzioni proposte dall'impresa e dalla marca.
*Allegato: **Map of Voices***
- **le modalità creative**, da evolvere con il Triangolo creativo, per superare la "strettoia" derivante dalla tecnica della coppia creativa, orientata quasi esclusivamente alla brand awareness, che da sola non agisce nelle aree relazione e fidelizzazione, indicate come le future e già attuali prospettive per la politica di marca.
*Allegati:
-Il triangolo creativo
-Esempi*
- **il sistema mediatico innovativo**, sia nei media tradizionali che nei nuovi media, da rivisitare con modalità da advisor superpartes, per considerare la realtà attuale in ogni medium, e le possibili componenti innovative, sempre proiettate verso il passaggio dalla customer alla human satisfaction, considerando quindi la centralità dell'essere umano globale e non soltanto gli aspetti relativi all'atto di consumo.

UniOne è leader nei nuovi modelli e metodi per la comunicazione d'impresa. Non è un'Agenzia di pubblicità ma un'entità consulenziale super-partes che agisce sui progetti e sull'operatività "chiavi in mano", con modalità da advisor o nella realizzazione dei programmi, secondo le necessità rivelate dalle imprese. Secondo UniOne "Agenzia" e "pubblicità" sono due termini invecchiati in quanto rivelano il primo l'origine da "venditore" (Agisco per conto di....) e non da consulente, e il secondo la fase di positioning e di impatto, non considerando che queste, se pur necessarie, non realizzano più come una volta quote e fatturati, dato che non penetrano in profondità nelle nuove aree strategiche della relazione e della loyalty.

Per approfondimenti www.unione-adc.it --- www.google.it inserendo Marzio Bonferroni

14-4-2006

LINK ALLA NEWS:

www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=66

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).