



Promozione dell'Imprenditorialità
Giovanile in Agricoltura

mipaaf

Ministero delle
politiche agricole
alimentari e forestali



WORKSHOP IMPRENDITORIA GIOVANILE

Centro Congressi EATALY – 7/8 settembre 2016

Giovani, agricoltura, impresa: strumenti online e
offline per il marketing e l'internazionalizzazione

***Strumenti social e digital marketing
Comunicazione oggi***

Flavia Trupia



PERCHE' COMUNICARE?



Ragione 1: affermare la propria presenza nei tre contesti

- Contesto politico-istituzionale
- Contesto socio-culturale
- Contesto competitivo

**Piano di comunicazione:
il contesto**



Ragione 2: affermare la propria immagine

Immagine

- **Identità** di un'organizzazione.
- **Vissuto** dei pubblici di riferimento sull'identità e la cultura di un'organizzazione.
- **Senso di appartenenza** di coloro che operano all'interno dell'organizzazione.
- L'immagine conquistata è un **patrimonio** da difendere.

**Piano di comunicazione:
il contesto**





Ragione 3: creare un sistema di relazioni

Pubblici di riferimento o target: qual è la differenza?

Le persone e le fasce di popolazione.

**Piano di comunicazione:
i pubblici di riferimento**



Ragione 4: cambiare i comportamenti e le opinioni

Gli **obiettivi** della comunicazione:
non basta comunicare, occorre raggiungere i risultati voluti.

La comunicazione deve avere “**carattere azionale**”:
l'emittente deve provocare **effetti** sul ricevente.

Piano di comunicazione:
gli obiettivi



Ragione 4: cambiare i comportamenti e le opinioni

Gli obiettivi:

- Pochi
- Mirati, non generici
- Condivisi con i vertici
- Circoscritti nel tempo

**Piano di comunicazione:
gli obiettivi**



Ragione 5: conquistare autorevolezza

Condizioni di felicità del dire

La forza dell'atto linguistico dipende anche dallo **status dell'enunciatore**.

Il giudice dice: "La seduta è tolta"

Vs

L'imputato dice: "La seduta è tolta"

L'importanza dell'autorevolezza della **fonte di informazione**.

**Piano di comunicazione:
gli obiettivi**



Ragione 6: creare un sistema di argomentazioni

Argomentazione: tecnica della comunicazione che consiste nel presentare una serie di ragionamenti per **convincere** i destinatari della validità di una tesi e sollecitare l'adesione a una causa.

Il destinatario attinge al **vissuto dei propri** destinatari, facendo emergere desideri, aspirazioni, paure e proponendo risposte positive.

**Piano di comunicazione:
i messaggi**



Ragione 7: pianificare le iniziative e non buttare soldi

Individuazione delle **azioni** più efficaci per trasmettere il messaggio:

- Lettere e incontri
- Pubblicità
- Eventi
- Attività editoriale (opuscoli istituzionali, pubblicazioni, riviste...)
- Web 2.0
- Ufficio stampa
- Sponsorizzazioni e partnership
- Co-marketing
- Formazione
- Indagini e ricerche
- Marketing non convenzionale...

**Piano di comunicazione:
le azioni e gli strumenti**



Ragione 8: pianificare le attività e la spesa

Il **calendario e budget**, l'investimento in denaro e in tempo.

**Piano di comunicazione:
calendario e budget**



Ragione 9: valutare i risultati

Realizzazione di **indagini, ricerche**; analisi della **rassegna stampa**, degli **utenti web** e delle **interazioni** eccetera.

**Piano di comunicazione:
la valutazione**



Ragione 10: animare i social media





Flavia Trupia

via Giulia di Gallesse 7, 00151 Roma; tel. +39 +39 06 5411834; mob. +39 349 3880404

@: trupia@professionistiliberi.it • www.professionistiliberi.it