

HSDay

UniOne
Architetture di Comunicazione



- Cos'è HSDay

HSDay è la One-Day UniOne riservata ad imprenditori ed alti vertici aziendali per la promozione, la valorizzazione e la disseminazione della Human Satisfaction. Lo scopo è quello di aiutare le imprese a migliorare la propria competitività suggerendo strategie di HS in linea con l'evoluzione dei consumatori e dei mercati.

- Struttura

Attraverso un percorso strutturato ed al contempo estremamente interattivo, il cliente avrà la possibilità di aggiornarsi sulle più recenti tendenze e tecniche del mondo della comunicazione, del marketing e del branding e ricevere consulenza personalizzata ed immediata su alcuni aspetti chiave del proprio business.

I. La funzione strategica della comunicazione

La giornata di formazione prenderà il via con l'illustrazione di una serie di studi e ricerche che dimostrano come la comunicazione - sia per vocazione che per caratteristiche intrinseche - sia da considerarsi l'unica e sola funzione in grado di poter gestire, congiuntamente, complessità e criticità di società e mercati in costante divenire.

II. La Human Satisfaction

Definiti ruoli e funzioni della comunicazione, il focus si sposterà sulla Human Satisfaction, filosofia che legge, misura e induce le relazioni tra l'impresa e i suoi pubblici ponendo al centro l'essere umano e la sfera delle sue globali necessità emotive, razionali ed etiche e tecnica per rispondere alle crescenti sfide poste dalla società e dai mercati.

In particolare, verranno ad essere esaminati:

- Filosofia;
- Visione e metodo;
- Tecniche di ricerca.

III. L'architettura della comunicazione

A partire dai gap rilevati fra performance attesa e performance registrata sui singoli item che compongono i macrogruppi emozione-ragione-etica e tenuto conto delle dinamiche sociali e di mercato del settore in cui opera l'impresa, viene ad essere concepita l'azione di comunicazione più adatta per l'azienda.

In quest'ottica, nel corso della giornata, verranno esaminati:

- metodologie e tecniche di individuazione dei gap;
- macrotendenze relative al settore in cui opera l'azienda cliente;
- studi di benchmarking settoriali e/o ipotesi di aree appetibili;
- esempi di costruzione di una architettura di comunicazione *ad hoc*

IV. La comunicazione

Step finale è ovviamente quello relativo alla realizzazione operativa lungo tutti i canali della comunicazione integrata.

In quest'ottica, verranno ad essere esaminati:

- Le tecniche della pianificazione media *HS-Oriented*
- le modalità di confezionamento di azioni e messaggi *HS-Oriented* sui canali tradizionali (visual identity: brand name, logo, packaging, pubblicità tradizionale, promozioni e sponsorizzazioni);
- Le attività di comunicazione volte a stimolare partecipazione e relazione in una logica di HS:
 - RP, internet e social network *HS-Oriented*;
 - Principi di customer knowledge marketing, marketing estetico, marketing etico, marketing relazionale, marketing esperienziale, marketing tribale *HS-Oriented*.

- V. HSDay Service

La seconda parte della giornata sarà dedicata all'ascolto delle esigenze espresse dal cliente ed alla stesura di una prima bozza di interventi *HS-Oriented*.

- Costi

Tavola multidisciplinare composta da 5 esperti del settore:

- Formazione mattutina
- Consulenza pomeridiana

€ 10000 + IVA

Tavola multidisciplinare composta da 3 esperti del settore:

- Formazione mattutina
- Consulenza pomeridiana

€ 6000 + IVA