

REPUTAZIONE AZIENDALE

Gestirla, difenderla e valorizzarla.

Strategie e best practices



“I mercati sono conversazioni” – un’affermazione semplice quanto attuale, nonché banco di prova per qualsiasi azienda di ogni settore e dimensione.

Il corso trasmette i metodi e gli strumenti più innovativi per progettare, gestire e rafforzare la reputazione e il **posizionamento del proprio brand** in modo integrato e sinergico su tutti i media, digitali e tradizionali. La costruzione di una **Brand Identity** vincente parte dalla capacità di analisi e ascolto della rete, per poi definire strategia, esecuzione e controllo con l’obiettivo di massimizzare la relazione con i pubblici di riferimento, attraverso tutti i canali e tutti i punti di contatto, valorizzando il capitale narrativo dell’azienda, dei vertici e di tutte le risorse coinvolte lungo la catena del valore.

Obiettivi

I partecipanti acquisiranno una nuova visione del *Reputation Management*: si apprenderanno strategie, e strumenti per costruire una relazione positiva e duratura con i pubblici di riferimento dell’Azienda al fine di arricchire notorietà, autorevolezza e opportunità di crescita dell’azienda, sia online che offline. In particolare, il corso fornisce ai partecipanti la cassetta metodologica per:

- Costruire la reputazione aziendale: relazioni esterne, media relation, comunicazione interna.
- Definire e caratterizzare lo stile comunicativo.
- Formulare e trasmettere contenuti rilevanti e di valore per i diversi pubblici di riferimento.
- Individuare e impedire la diffusione di *fake news*.
- Comprendere tempestivamente e contrastare rischi reputazionali per l’azienda, i suoi prodotti o i suoi vertici.

Contenuti

- Le variabili, il ciclo e i pubblici della *Brand Reputation*.
- Comunicazione aziendale e *Brand Reputation*: correlazioni e sinergie.
- Impatto del digitale nella percezione dell’azienda e dei social media nella gestione della reputazione.
- *Reputation management*: la metodologia scientifica per la costruzione e la valorizzazione della reputazione aziendale online e offline.
- Monitoraggio della reputazione online della propria azienda, dei marchi, dei competitor.
- Oltre la Responsabilità Sociale d’Impresa: dalla filantropia al benessere diffuso.
- Il *Greenwashing*: cos’è e come evitarlo.
- Rischio reputazionale: prevenire e gestire una crisi reputazionale.
- Creazione, elaborazione e diffusione della notizia: press-kit, comunicato stampa, *brand journalism*.
- *Employee Branding*, *Social Advocacy* e *Corporate Storytelling*.

Benefici attesi

- Gli strumenti utili a strutturare una strategia di comunicazione vincente per la gestione della reputazione, definendo obiettivi e individuando attività da implementare, variabili da monitorare e azioni correttive da attuare.
- Le metodologie idonee a pianificare, organizzare e gestire piani di comunicazione diversificati a seconda dei contesti e degli obiettivi.
- Gli strumenti per una gestione scientifica della reputazione in grado di trasformarla in asset strategico per l’azienda.

Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Direttori IT, Direttori Qualità e Organizzazione, Direttori Commerciali e Marketing, Responsabili AFC, Direttori e Responsabili Risorse Umane.

Docenza

Giulia Ruta *Digital innovation strategist*, da anni affianca aziende, imprenditori e startup ad alto potenziale per massimizzarne la crescita attraverso le opportunità offerte dal digitale. Consulente e formatrice di marketing strategico e *new media*, esperta di nuovi modelli di business e innovazione digitale: dal *design thinking* al *growth hacking*. Collabora con diversi acceleratori di impresa e centri per l’innovazione.

Calendario

2 giornate

10 e 17 novembre 2020 ore 9.00 – 18.00

Quota di iscrizione

700 € + iva aziende associate

800 € + iva aziende non associate

Sede

Assoform Romagna (sede di Rimini)

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini