

M

K

MARKETING & KOMMUNIKATION

JANUAR 2001 · Fr. 15.-
www.m-k.ch

marketing

Marketing Trophy 2001:
Die Sieger und die Nominierten

Marketing- und Verkaufsteiler-Tagung:
Sustainable Marketing im Visier

kommunikation

State of the Art:
Geschichten, die das Leben schrieb



Unternehmenskommunikation:
Die neue Unverbindlichkeit

medien & märkte

Plakatmarkt Schweiz:
Trend zu kurzfristigen Buchungen

Aussenwerbung:
Unübersehbare Werbung auf LKWs



*Beat Jucker (Jucker Farmart)
Daniel Warnet (Villars Maître Chocolati
Hans-Peter Hess (Lipton-Sais-Unilever)*

DIE GEWINNER DER MARKETING TROPHY 2001



Internet al servizio delle RP

Le relazioni pubbliche ed i rapporti delle aziende con gli organi d'informazione sono in piena metamorfosi grazie a Internet. Da questa convinzione è nata l'iniziativa da parte della Società Ticinese di RP (www.pr-ticino.ch), di organizzare un seminario su Internet e le relazioni pubbliche, che si è tenuto a Lugano.



Elio del Biaggio

COME OGGI BEN SAPPIAMO, Internet si caratterizza proprio per il suo impatto cross-settoriale. Tuttavia, Internet non è solo un media tecnologico che sortisce i suoi effetti sull'economia, bensì si rivela soprattutto uno strumento di comunicazione che sta profondamente cambiando le modalità stesse della vita in società, che sta modificando il modo in cui le persone vivono ed interagiscono. Coloro che infatti riterrebbero Internet quale una rivoluzione tecnologica o economica perderebbero certamente l'essenziale, ovvero Internet come rivoluzione sociologica e antropologica.

gico nel momento in cui ci si rende conto che l'utenza del web conosce molte delle cose che le aziende vogliono sapere per definire strategie di marketing e di comunicazione efficaci. La grande opportunità offerta dalla rete è quella di ottenere queste informazioni semplicemente sfruttando in maniera intelligente le potenzialità del web. La ricerca di informazioni risulta essere attualmente il principale utilizzo della rete. La quantità di informazioni presenti sulla rete è senza paragoni. La velocità di raggiungimento di qualsiasi documento in qualsiasi parte del mondo è

possono essere loro stesse fonte di informazioni.

Fornire informazioni

Politica opposta rispetto a quella che punta all'ottenimento di informazioni è quella che punta a fornire informazioni alla comunità Internet. In rete è possibile fornire una quantità di informazioni maggiore rispetto ai mezzi di comunicazione tradizionali. Ciò consente alle ditte che devono vendere i propri prodotti di sviscerarne tutte le caratteristiche e tutti i pregi in maniera completa, dando così al possibile cliente l'opportunità di conoscere il prodotto, di capirne i possibili utilizzi e di valutare l'effettiva convenienza dell'acquisto. Ciò è tanto più vero poiché in rete le informazioni sui vari prodotti sono facilmente reperibili e quindi il cliente può mettere a confronto con facilità prodotti simili. Il fornire informazioni veritiere e complete sui propri prodotti, contribuisce inoltre a migliorare l'immagine dell'azienda. La presenza di un sito proprio è il modo di aprire una finestra sul mondo per divulgare notizie, documenti, informazioni su prodotti, servizi, fornire assistenza o aiuto e ottenere informazioni dai propri clienti.

Curare le pubbliche relazioni

L'unione e commistione del dare e ricevere informazioni fa sì che la rete possa assumere anche la valenza di strumento per curare le pubbliche relazioni. Sono molte le attività di pubbliche relazioni che sono possibili su Internet ed esse sono rese attuabili dai diversi strumenti, primi tra tutti la posta elettronica e il WWW. Le pubbliche relazioni online hanno lo stesso obiettivo delle pubbliche relazioni di stampo tradizionale, ossia quello di ottimizza-



Ottenere informazioni critiche

Una prima finalità per la quale Internet risulta essere un utile strumento di marketing è quella grazie alla quale, attraverso il web, si riescono ad ottenere informazioni di svariati generi e da svariate fonti. Ciò risulta rilevante dal punto di vista del marketing strate-

sconvolgente. Inoltre, i molti strumenti paralleli al Web, quali i gruppi di discussione, le liste di distribuzione, le chat in linea e altri servizi ancora, permettono di contattare in tempi ridottissimi non solo una quantità vastissima di banche dati e sorgenti di informazione, bensì anche persone diverse, di nazionalità, lingue e culture differenti, che

re la presenza di un'impresa o di un'organizzazione nell'ambiente in cui opera, nel nostro caso nel Cyberspazio, con l'intento di costruire intorno all'impresa che le esercita, un clima favorevole e una reputazione che sia la migliore possibile. Ciò che cambia è la necessità di un approccio totalmente nuovo, assolutamente indispensabile se si intende usare Internet quale strumento di relazioni pubbliche. Decidere di fare delle pubbliche relazioni online è molto più che un processo di comunicazione in tempo reale, significa avere un atteggiamento nuovo nei confronti non solo del consumatore, ma anche nei confronti dei media e dei diversi pubblici, aprire una azienda all'esterno, comunicare in modo chiaro e obiettivo, essere trasparenti, offrire informazioni utili, dare un contributo per lo sviluppo culturale e tecnologico della società, ma soprattutto essere aperti alle critiche, non avere paura del confronto con l'esterno. Le pubbliche relazioni online devono essere impostate nel quadro di un processo di comunicazione totale a 360 gradi e a livello globale. La pianificazione di pubbliche relazioni online non si esaurisce però nella costruzione di rapporti diretti di comunicazione.

ne. Dobbiamo considerare che non tutti i clienti potenziali o i diversi pubblici con cui si vuole comunicare, sono attualmente collegati con Internet, pertanto rimane sempre importante il ruolo dei mass media e dei tradizionali strumenti di relazione, nel processo di comunicazione. E' interessante osservare come la rete Internet modifichi il rapporto con i mezzi di informazione. Usando come esempio la posta elettronica, potente strumento per fare pubbliche relazioni online, ogni impresa è in grado di comunicare con tutti i giornali o periodici che hanno un indirizzo e-mail su scala planetaria. Fare pubbliche relazioni online significa costruire un rapporto di lungo periodo anche con i media. Si tratta anche in questo caso di entrare in una nuova dimensione. Va bene fare conoscere i propri prodotti, servizi, la propria azienda, ma occorre soprattutto aiutare la stampa a svolgere il proprio lavoro di divulgazione dell'informazione. Fornire informazioni significa anche orientare all'acquisto ed in questo senso la rete fornisce un servizio di cura delle pubbliche relazioni in quanto ciò offre ottime occasioni per rendere disponibili, attraverso i diversi canali e sistemi che la rete

offre, notizie e informazioni sui nostri prodotti o servizi. Attraverso la rete possiamo anche controllare le iniziative e le attività dei nostri concorrenti. Bisogna sempre ricordarsi che occorre muoversi con cautela, e con rispetto per gli interlocutori. Un comportamento sbagliato, un sito non interessante o mal costruito, una promessa di servizio o di informazione non pienamente mantenuta, possono produrre reazioni negative, che si risolvono in un danno per l'immagine di marca e un orientamento negativo negli acquisti.

Con questa rapida escursione al confine fra Internet e il mondo delle relazioni pubbliche, ci rendiamo conto di alcuni importanti e fondamentali aspetti, come comunicare significhi agire, capire voglia dire ascoltare, conoscere sia decidere e condividere equivalga a crescere. Quello che sta accadendo oggi nel mondo per effetto di Internet si presenta veramente come irripetibile. Non solamente perchè questa tecnologia sta mostrando potenzialità intrinseche che andranno ad influenzare sostanzialmente l'industria del computer, ma soprattutto per gli effetti che potrà avere sulla nostra vita di tutti i giorni.

ANZEIGE



Diese Getränke sind als Beispiel dargestellt.
 Preise variieren nach Angebot und Nachfrage.
 Bitte beachten Sie, dass es sich um eine
 Preisangabe handelt.

Für eine Leserschaft mit etwas mehr Savoir-vivre.

NZZ Grandplus
Das nationale Leaderkombi.



Mit einem Inserat in NZZ Grandplus erreichen Sie die wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Leader der Schweiz. Also eine kaufkräftige Leserschaft mit progressiver Ausrichtung. Telefon 01 258 16 98, Publicitas Bern, Telefon 031 384 13 84, oder Espace Pub Publicitas Genève, Telefon 022 799 59 00.