

Sistemi di Marketing e Ambienti: Comunicazione

Definizione e tipologie di comunicazione

Per comunicazione d'impresa si intende «l'insieme delle attività svolte dall'azienda per creare e mantenere nel tempo una approfondita conoscenza diretta ed un alto grado di riconoscibilità presso i pubblici di riferimento, sia interni che esterni».

Comunicazione business to business

- In cui il pubblico di riferimento è costituito da operatori economici

Comunicazione business to consumer

- Quando l'utilizzatore finale del bene industriale è un privato

Gli scopi della comunicazione nel B2B

Creare un clima favorevole al personal selling	Dare informazioni sulla società e sui prodotti prima di contatti personali
Raggiungere influenzatori del processo d'acquisto non altrimenti raggiungibili dall'addetto alla vendita	Le ragioni di un rifiuto di contatto sono diverse: <ul style="list-style-type: none"> • Percezione del rapporto tempo speso/benefici basso • Disparità del livello manageriale • Argomento considerato delegabile o non pertinente • Volontà di non creare senso di impegno
Raggiungere influenzatori non noti	Specie nelle grandi organizzazioni, la «geografia» del centro d'acquisto non è sempre visibile all'esterno. Altre volte, riorganizzazioni recenti o in atto modificano ruoli noti e consolidati
Raggiungere intermediari di canale	Spesso il prodotto, anche se destinato a un cliente business, è convogliato attraverso intermediari, che non è facile individuare e trovare
Stimolare la domanda derivata	Sia a causa della volatilità della domanda finale, sia per l'effetto amplificazione a monte della filiera, in certi casi si cerca di influenzare l'utente finale anche se non è un utente business
Creare un'immagine favorevole alla società in relazione a temi attualmente importanti	Tipico esempio è il marketing verde

Le fasi del processo di comunicazione B2B

Si possono identificare diverse fasi del processo di comunicazione:

1. Identificazione del target
2. Determinazione degli obiettivi di comunicazione
3. Definizione del budget totale di comunicazione
4. Elaborazione del messaggio

...

Le fasi del processo di comunicazione B2B

Si possono identificare diverse fasi del processo di comunicazione...

...

5. Definizione del mix di comunicazione
6. Gestione e coordinamento del processo di comunicazione
7. Misura dei risultati

Tecniche di comunicazione B2B

Per poter implementare la comunicazione nel B2B possono essere impiegate varie tecniche di comunicazione:

Pubblicità

- Qualsiasi forma di presentazione e promozione impersonale di idee, beni, servizi da parte di un promotore ben identificato, effettuata a titolo oneroso

Pubbliche relazioni

- L'insieme di attività intese a creare e mantenere efficienti e chiare relazioni con i vari pubblici di riferimento dell'azienda: clienti, dipendenti, azionisti, mondo politico, enti pubblici o privati e con il pubblico in generale, in modo da inserirsi profondamente nel proprio ambiente di marketing e presentare una precisa immagine di sé alla collettività

Tecniche di comunicazione B2B

Per poter implementare la comunicazione nel B2B possono essere impiegate varie tecniche di comunicazione:

Promozione delle vendite

- Azione di breve durata e non finalizzata a creare preferenza di marca (incentivi, agevolazioni di pagamento, assistenza post vendita)

Direct marketing

- Strategia di marketing che utilizza strumenti interattivi per raggiungere un target qualificato e per ottenere una reazione immediata e misurabile, attraverso una risposta diretta.

Strumenti di comunicazione B2B

Mezzi / Strumenti	Finalità				
	Pubbliche relazioni	Brand Management	Comunicare la Value Proposition	Istruzioni operative / informazioni tecniche	Attuate una «conversazione» con clienti stakeholder
Stampa	X	X	X		X
Fiere	X	X	X		X
Supporti informativi		X	X	X	
Eventi	X	X			
Sponsorizzazioni		X			
Telemarketing			X		
Mailing, e-mailing			X	X	X
Azione forza di vendita			X	X	X
Internet		X	X	X	X