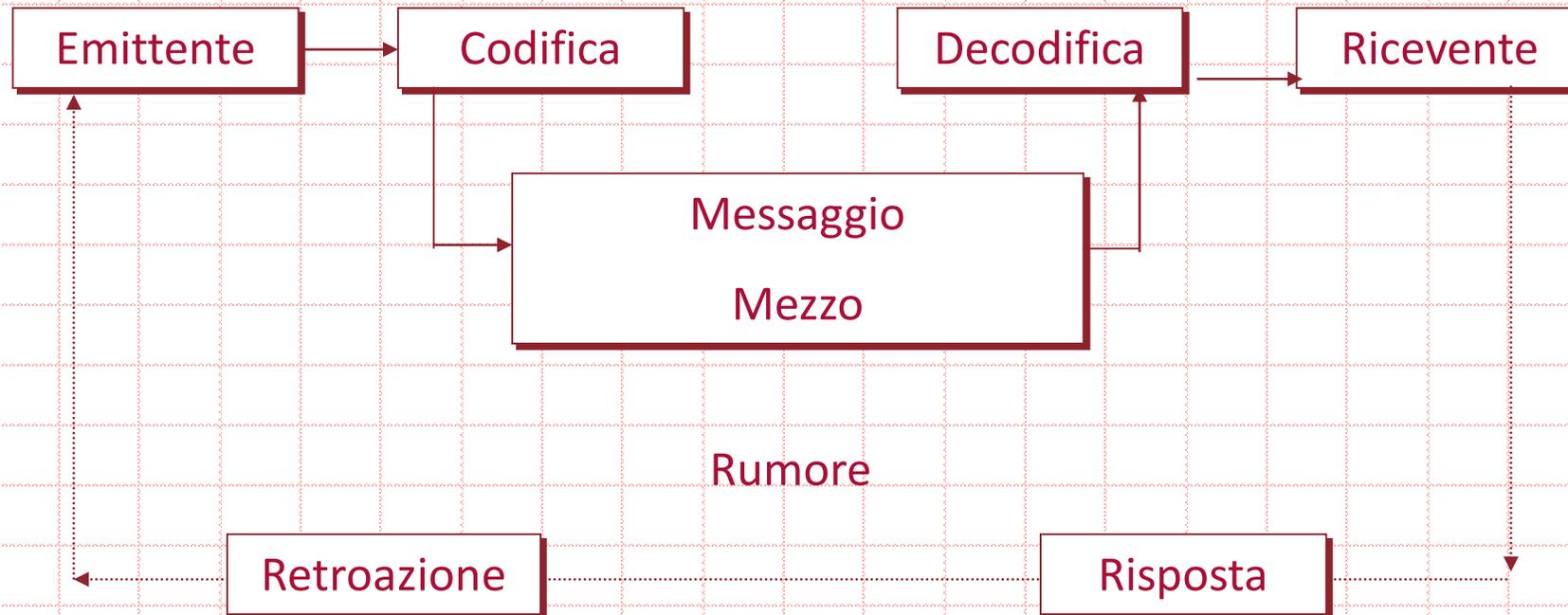
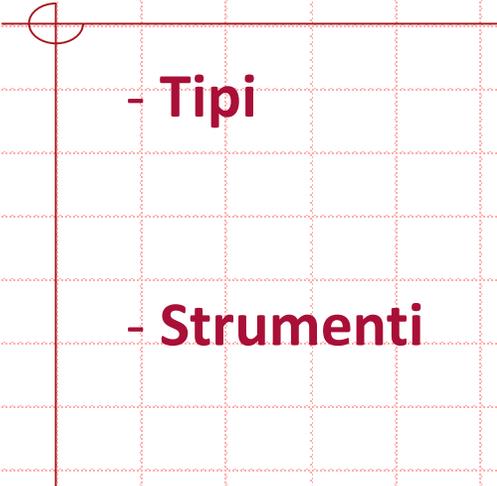


Ogni tipo di comunicazione prevede lo scambio di un messaggio tra l'emittente e il ricevente e il ricorso a un sistema di codifica e decodifica che permette di esprimere e interpretare il messaggio





- **Tipi**

- **Strumenti**

- **Natura**

- **Mezzi**



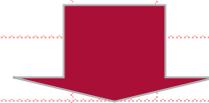
## Dimensioni discriminanti:

Pubblico obiettivo

Obiettivi

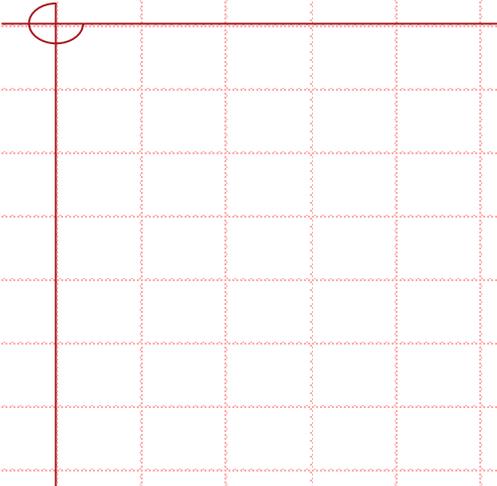
Funzione aziendale preposta

- Pubblicità
- Promozione delle Vendite
- Relazioni Pubbliche
- Vendita Personale
- Direct&Interactive



**COMMUNICATION MIX**

# LA COMUNICAZIONE - NATURA



**Esplicita vs Implicita**

**Razionale vs Emozionale**

# ESPLICITA vs IMPLICITA

- Pubblicità/Digital presence
- Cataloghi
- Fiere
- Sponsorizzazioni
- Relazioni con opinion leader e influencer
- Relazioni istituzionali
- [...]

- Strutture aziendali
- Comportamenti
- Abbigliamenti
- Centralino
- Documenti amministrativi
- Tempi di pagamento
- Fatture
- [...]

# ESPLICITA vs IMPLICITA



# RAZIONALE vs EMOZIONALE



# LA COMUNICAZIONE - MEZZI

I mezzi di comunicazione rappresentano i canali (i supporti fisici) mediante i quali le comunicazioni di marketing (messaggi) passano dalla fonte-impresa ai destinatari.

Possono essere distinti in:

**PERSONALI: canali aziendali** (forza di vendita diretta o indiretta, direct&interactive marketing – spedizioni postali, marketing telefonico, e-mail marketing), **canali tecnici** (esperti e consulenti), **canali sociali** (contatti interpersonali nei gruppi sociali di riferimento, contatti sviluppati sui social media – passaparola)

**IMPERSONALI: classici** (di massa e selettivi), **integrativi** (promozioni, atmosfera, eventi, PR)

# LA COMUNICAZIONE - MEZZI

- **Mass-media classici:** stampa, tv, radio, cinema, pubblicità esterna (manifesti, cartellonistica luminosa, dinamica, ecc.)
- **Mezzi integrativi:** promozioni vendite, merchandising (attività sul punto vendita), atmosfera, event marketing, relazioni pubbliche

## ABOVE vs BELOW THE LINE