



Modulo 7: Imprenditorialità

Marketing e comunicazione

Toolkit per il miglioramento della governance

Azione A.2 – Gestire 2020





Le 4P di Philip Kotler

Alla base di ogni ragionamento di marketing - e quindi anche di marketing sociale - c'è il modello delle 4P di Kotler:

Prodotto

Prezzo

Distribuzione (Place)

Comunicazione (Promotion)



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia





Prodotto

Il sistema d'offerta dell'organizzazione rispetto al suo contesto/mercato specifico, per soddisfare meglio della concorrenza i bisogni e i desideri di un “cliente” specifico.

***Chi sono i nostri interlocutori attuali e potenziali?
Che bisogni reali e potenziali hanno?
Quali desideri emergenti e latenti esprimono?***



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia





Prezzo

Il corrispettivo del valore percepito dal mio cliente, che di conseguenza genera la relativa “transazione” sostenibile (soldi, tempo, passione) per creare un ponte tra l’offerta (il prodotto) e la domanda (il mercato).

Nel volontariato, lo scambio avviene più su un piano di tempo ed emozioni che di razionalità e calcolo economico.

Qual è il valore percepito?
Come siamo posizionati rispetto alla concorrenza?
Ci viene riconosciuto il valore che ci impegniamo a creare?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



Distribuzione

Lo “scaffale”, fisico e/o virtuale, dove troviamo e scegliamo il prodotto.

L'intermediario, laddove presente, tra i vari stakeholder.

Gli influenzatori, le “sponde” che ci aiutano a far crescere l'organizzazione senza doverla spingere commercialmente.

***Chi sono gli ambasciatori?
Come veniamo “trovati” da loro e dai nostri federati/ associati?
Quanti passaggi ci sono tra noi e il nostro “cliente”?***



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia





Comunicazione

Il “vestito” simbolico che mettiamo alla nostra offerta per renderla attraente rispetto alla concorrenza in un dato contesto.

Canali, strumenti, toni di voce diversi.

E' impossibile non comunicare.

***Qual è la strategia di comunicazione?
Abbiamo un messaggio chiaro e tarato sui diversi “pubblici”?
Riusciamo a far sentire la nostra voce in maniera nitida?***



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



Alcuni concetti chiave di marketing contemporaneo



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

Quale marca ti viene in mente?

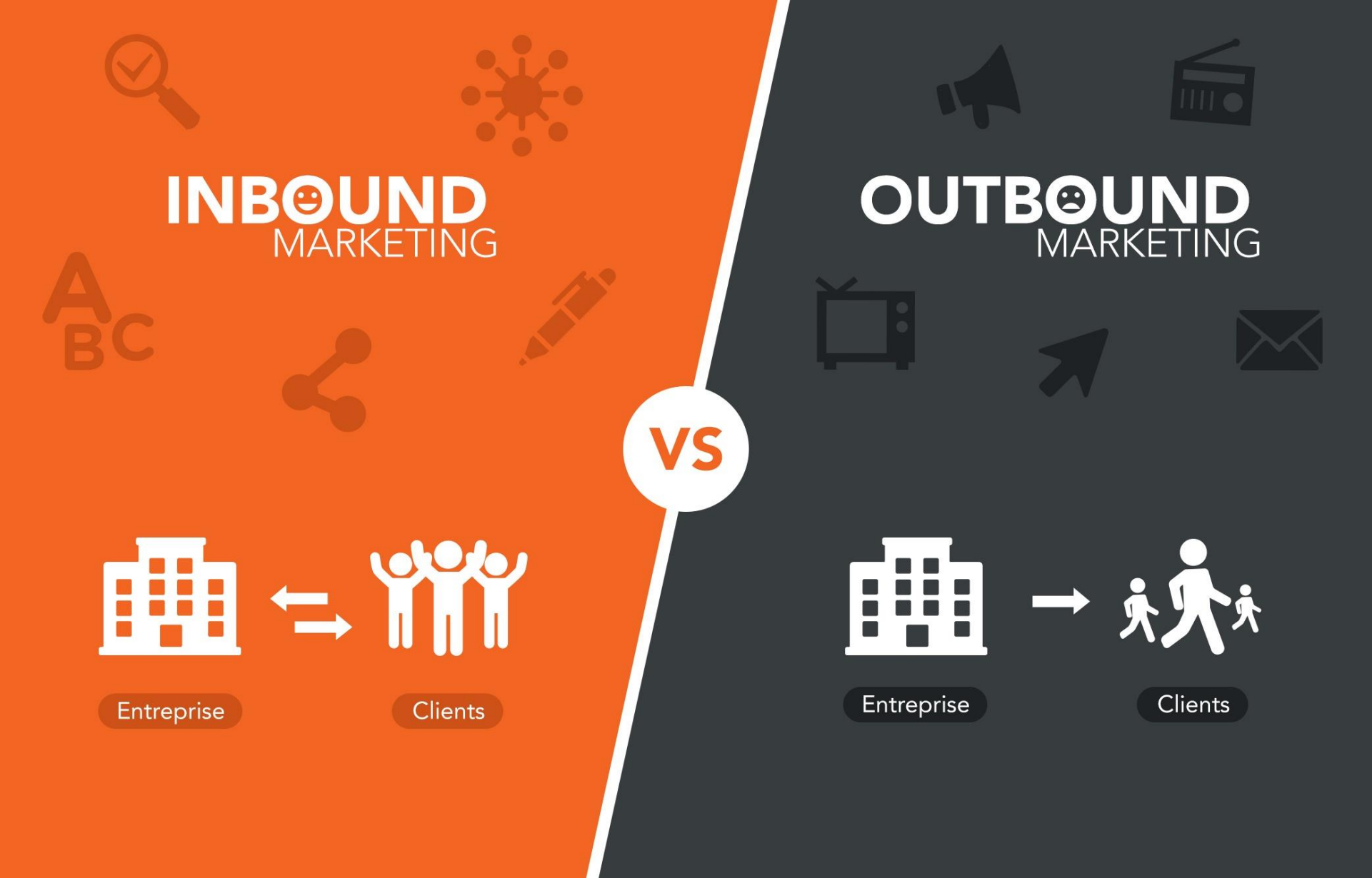




MARKETING'S NEXT WAVE

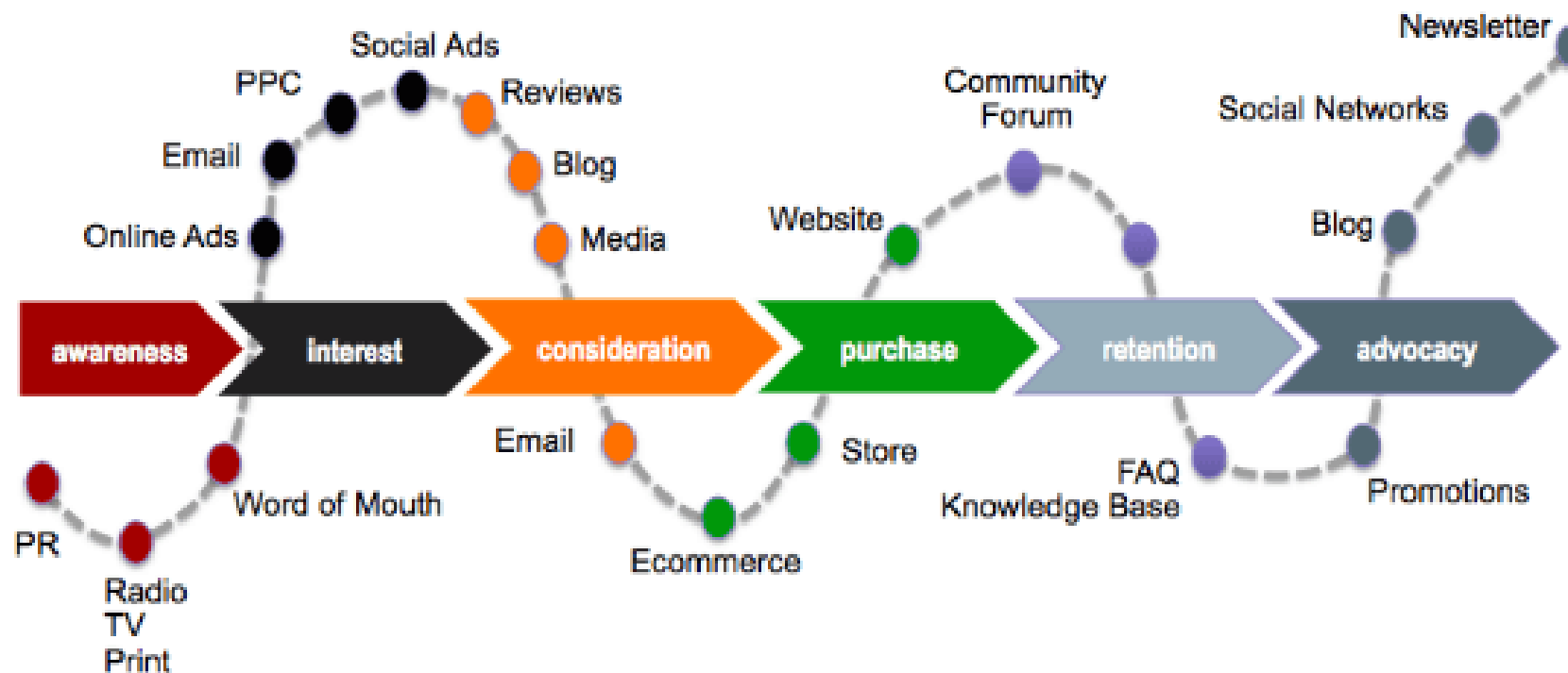
Relationship Marketing







Il customer journey





I fondamentali

Obiettivi - qualitativi (appello) e quantitativi

Metriche (KPI) - numeri e scadenze

Ruoli (chi-fa-cosa-entro-quando)

Revisioni periodiche

Documento sintetico e vivo

Perché-come-cosa

Iniziamo a costruirlo assieme?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

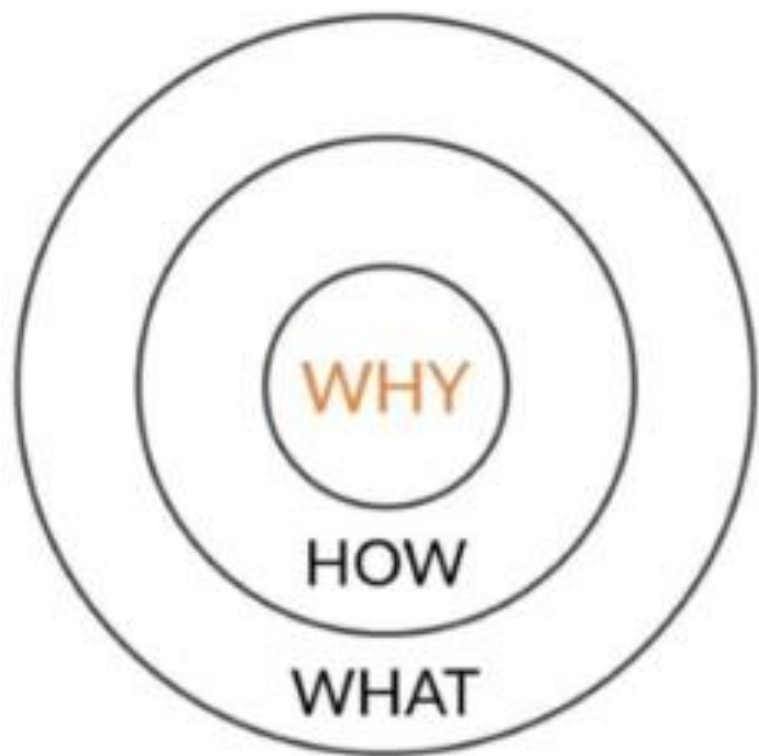


Cos'è la Comunicazione

*in latino cum = con, e munire = legare, costruire e dal
latino communico = mettere in comune, far partecipe*

Si intende il processo e le modalità di **trasmissione** di un'informazione da un **individuo** a un altro (o da un luogo a un altro), attraverso lo **scambio di un messaggio** elaborato secondo le regole di un determinato **codice**.

Il cerchio magico



What

Qualunque organizzazione sa che cosa fa, quali servizi offre.

How

Molti hanno consapevolezza di come fanno le cose, di cose li rende speciali

Why

Pochi conoscono il perché profondo di quello che fanno. Non si tratta “fare i soldi” ma di avere una missione, uno scopo alto.



A chi vogliamo comunicare

Comunicare è un po' come sedurre:
davvero vanno bene proprio tutti?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



Mezzi e canali

“Il mezzo è il messaggio” Marshall McLuhan

Ogni canale ha un suo codice da rispettare.

Le stesse persone possono utilizzare più canali di comunicazione, quindi si aspettano la multicanalità.

Su quali canali di comunicazione sono le persone che vogliamo coinvolgere?

Usiamo lo stesso registro su tutti i canali?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

Contenuti



Pensiamoli sempre per il volontario, la persona con cui vogliamo entrare in relazione (attenzione all'autoreferenzialità).

Scegliamo il giusto “tono di voce”

Organizziamo il nostro lavoro con un piano editoriale (tempi/ canali/ contenuti)

***Abbiamo un piano editoriale?
Proviamo a costruirlo assieme?***



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



Emozioni

Non montagne di testo e parole

Le spiegazioni logiche servono a giustificare una decisione già presa con il cervello limbico, quindi con le emozioni

Quanto sappiamo comunicare le emozioni?

Quali emozioni possiamo suscitare?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



Raccontami una storia

Il nostro cervello è costruito per registrare storie, da sempre la conoscenza si tramanda attraverso la tradizione orale.

Quali sono le storie che possiamo raccontare con il nostro progetto?



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia



**Per ulteriori informazioni:
Alessandro Leonardi
alessandro.leonardi@etifor.com**