ASSOLOMBARDA

Gruppo Meccatronici

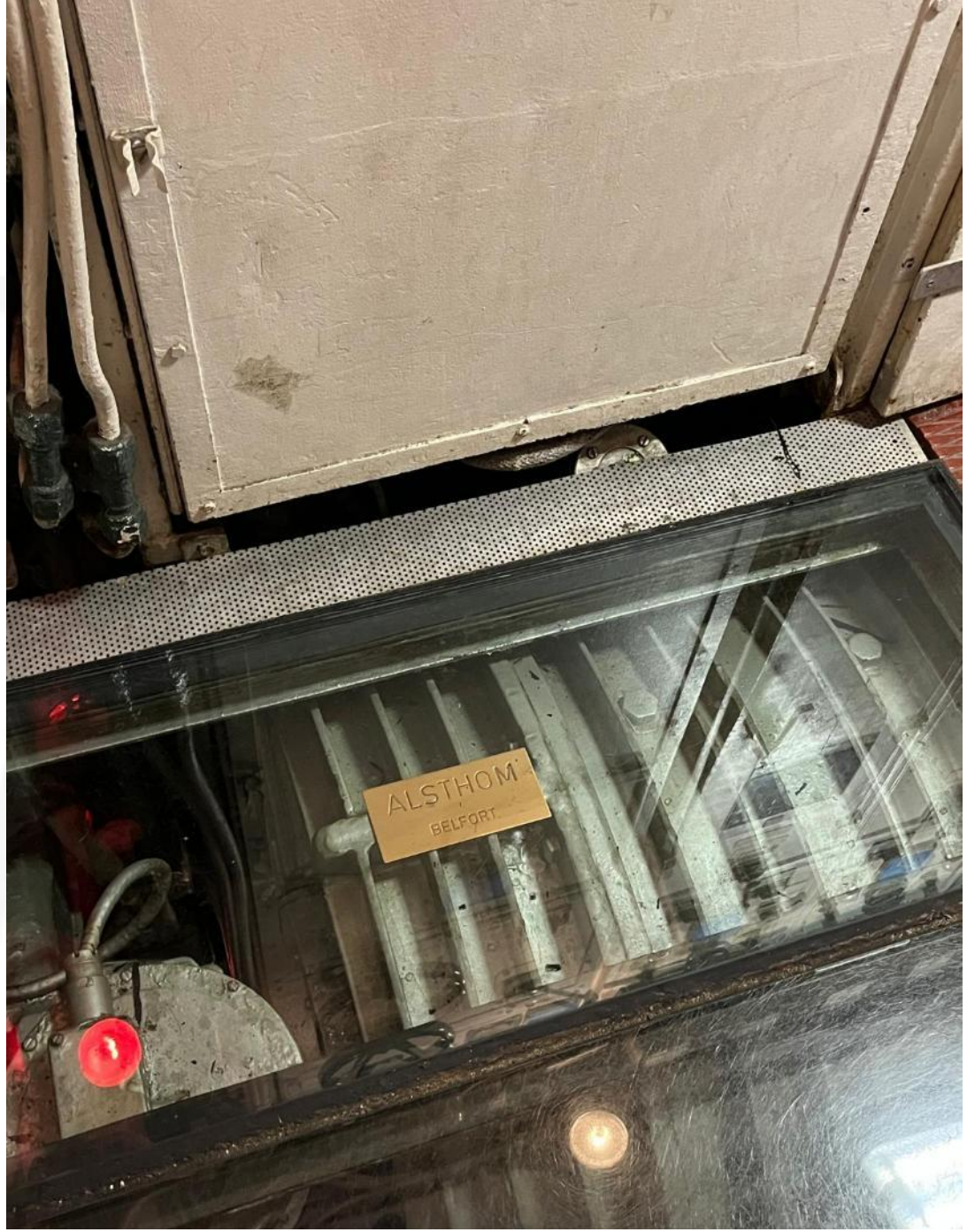
4° appuntamento del ciclo «Roadmap per il futuro della meccatronica»

Brand Identity Industriale

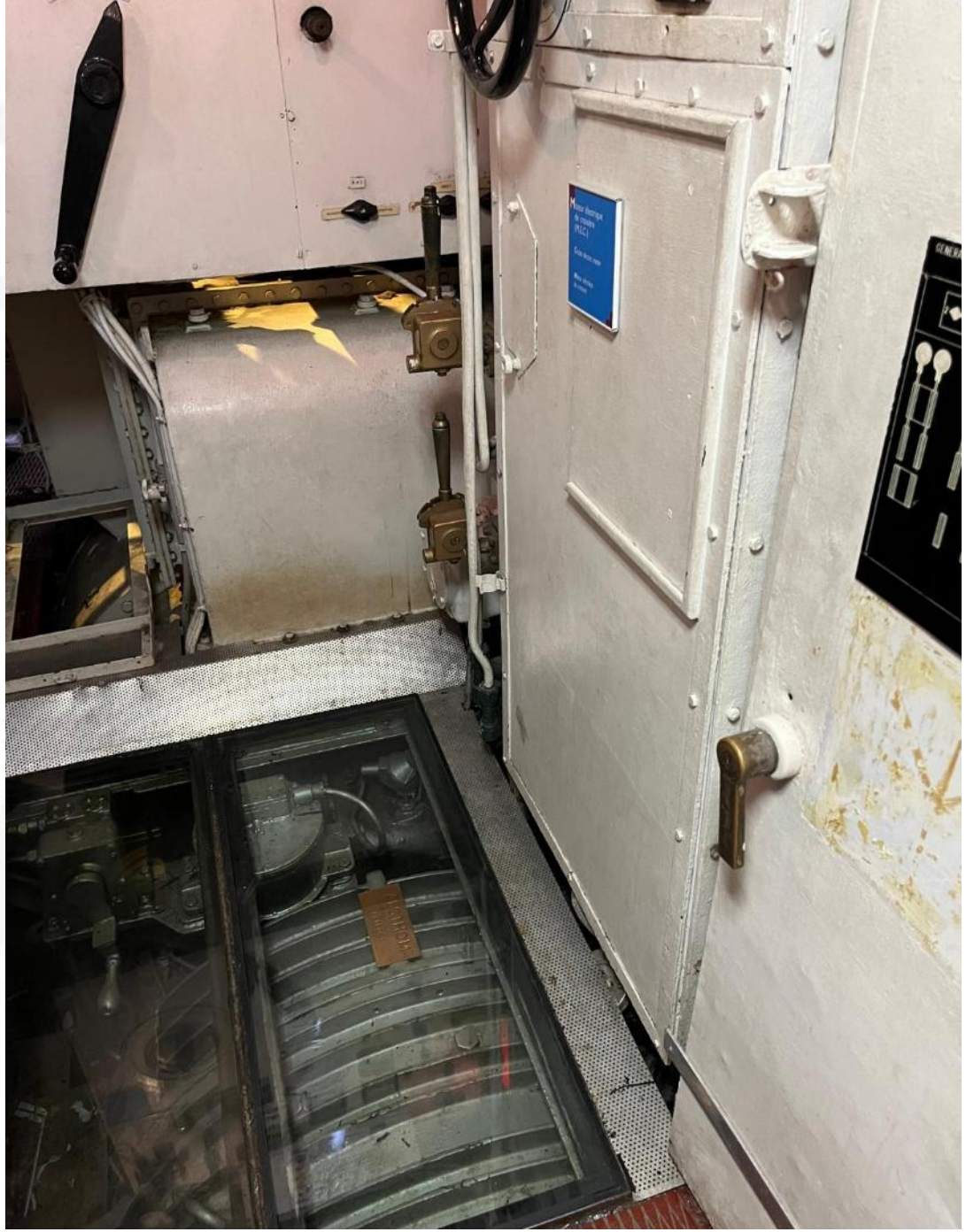
Assolombarda 29/10/2026

Gaia Mazzon, Vicepresidente del Gruppo Meccatronici di Assolombarda e Communications Director di Alstom Italia

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

CITÉ DES SCIENCES ET DE L'INDUSTRIE PALAIS DE LA DÉCOUVERTE LE BLOB

cité sciences et industrie

Infos pratiques Au programme Ressources Vous êtes Ma Cité accessible Mes services

Accueil → Au programme → Expos permanentes → L'Argonaute

EXPOS PERMANENTES

L'ARGONAUTE

UN VRAI SOUS-MARIN DE CHASSE DES ANNÉES 50 QUI SE VISITE !

En plein Paris, venez découvrir en famille les conditions de vie à bord d'un sous-marin.



© N. Breton / EPPDCSI

L'Argonaute est un bâtiment musée qui a accosté dans le Parc de la Villette en 1989. Sa **visite audioguidée** vous permet d'appréhender la vie quotidienne d'un équipage de 40 hommes. À l'intérieur, des **installations décoratives et des photos** de l'époque permettent à chacun de s'imaginer en sous-marinier.

2,2 milioni di visitatori all'anno… stime fino a 3

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

55+ uscite sui media

03 Mar 2023

Alstom inaugura il nuovo sito produttivo a Valmadrera (Lecco) dedicato all'elettrificazione ferroviaria



Sito produttivo a Valmadrera

Download as PDF

- Un investimento di circa 2 milioni di euro per un sito di 9800 mq
- Produzione di materiale per l'elettrificazione per il mercato sia italiano che estero
- Una posizione di leadership nel mercato dell'infrastruttura ferroviaria e dell'elettrificazione sia in Italia che a livello internazionale con un fatturato oltreconfine del 90%

Contatti stampa - Italia

Gaia Mazzon
Send an email
Tel: +39 347 596 9004

Press contact - Samuel Miller

Samuel Miller
Send an email
Tel: + 33 1 57 06 67 74

3 marzo 2023 - Alstom, leader globale nella mobilità intelligente e sostenibile, ha inaugurato oggi a Valmadrera (Lecco), alla presenza di **Attilio Fontana**, *Presidente della Regione Lombardia*, **Antonio Rusconi**, *Sindaco di Valmadrera*, **Michele Viale**, *Direttore Generale di Alstom Italia e Presidente e AD di Alstom Ferroviaria*, **Gian Luca Erbacci**, Presidente Europa del Gruppo Alstom e **Edoardo Gino**, *Direttore Generale del sito Alstom di Valmadrera*, un nuovo stabilimento che svilupperà e produrrà componenti per la trasmissione dell'energia elettrica per linee ferroviarie, metropolitane e tramvie.

Il nuovo stabilimento conferma la leadership di Alstom nel mercato delle infrastrutture ferroviarie e dell'elettrificazione a livello italiano e internazionale con un fatturato oltreconfine del 90%, grazie ad una centenaria esperienza nei sistemi di trazione elettrica.

Alstom ha investito circa 2 milioni di euro nel nuovo sito produttivo, che comprende investimenti su nuovi macchinari a controllo numerico, un macchinario relativo a test per laboratorio qualità e sistemi di stoccaggio automatico. Il sito di Valmadrera, centro di eccellenza del Gruppo per la progettazione e la costruzione di componenti di catenaria, rotaia conduttrice e rotaia APS, si sviluppa su una superficie di 9800 metri quadrati - 8.500 mq di fabbricato e 1.300 mq di magazzino - e consentirà di potenziare un'organizzazione produttiva efficiente e sostenibile. Questo nuovo e moderno stabilimento unificherà la produzione, che in precedenza era suddivisa in due siti più piccoli a Pescate e Olginate.

20+ uscite sui media

09 Apr 2025

Alstom firma un contratto con RESA Yapi Elektromekanik A.S. per la fornitura del primo Sistema di Catenaria Rigida Aerea della nuova linea ad alta velocità della Turchia



Alstom-Rigid Overhead Catenary System

Download as PDF

- Alstom Valmadrera (LC) progetterà e fornirà i componenti della Catenaria Rigida ad alta velocità
- La nuova linea ridurrà la pressione sui trasporti locali aumentando il trasporto passeggeri dell'80% e quello merci del 45% nella regione di Istanbul

Contatti stampa - Italia

Gaia Mazzon
Send an email
Tel: +39 347 596 9004

9 Aprile 2025 - Alstom, leader globale nella mobilità intelligente e sostenibile, ha firmato un accordo con RESA Yapi Elektromekanik A.S. per la fornitura del Sistema di Catenaria Rigida Aerea (ROCS) per una sezione della nuova linea ferroviaria ad alta velocità della Turchia che collegherà Halkali e Kapikule. La linea farà parte della Rete Transeuropea di Trasporto (TEN-T), 153 km di dorsale di trasporto integrata e sostenibile, strategica per lo sviluppo socio-economico dell'intera Unione Europea. Una volta completata, ridurrà la pressione sui sistemi di trasporto locali con un aumento dell'80% dei passeggeri e del 45% delle merci, facilitando gli scambi tra le due aree della regione di Istanbul.

"Siamo orgogliosi di fornire il primo Sistema di Catenaria Rigida Aerea della nuova linea ad alta velocità della Turchia. Questo contratto dimostra non solo l'eccellenza e l'approccio innovativo del nostro Sito, ma riconosce anche l'impegno nell'ammodernamento dell'infrastruttura ferroviaria a livello globale, contribuendo ad avvicinare ancora di più l'Europa al resto del mondo."

Edoardo Gino - Site Director di Alstom Valmadrera

10+ uscite sui media

15 Ott 2026

Alstom accelera il percorso di decarbonizzazione: operativo nel sito di Valmadrera il nuovo impianto fotovoltaico che coprirà il 30% del fabbisogno energetico



Download as PDF

- L'impianto, composto da 250 pannelli fotovoltaici, consentirà una riduzione stimata di 35.200 kg di CO_2 all'anno e si inserisce nella strategia globale di decarbonizzazione del Gruppo

Contatti stampa - Italia

Gaia Mazzon
Send an email
Tel: +39 347 596 9004

15 ottobre 2026 - Alstom, leader globale nella mobilità intelligente e sostenibile, annuncia il completamento del nuovo impianto fotovoltaico presso il sito di Valmadrera, un ulteriore passo nel percorso di sostenibilità del Gruppo volto a migliorare l'efficienza energetica delle proprie attività industriali.



"L'entrata in funzione del nuovo impianto fotovoltaico di Valmadrera rappresenta un passo concreto nel nostro percorso di riduzione dell'impatto ambientale e di efficientamento energetico."

Federica Cordellieri - EHS Director di Alstom Italia

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

La domanda di partenza

Quante imprese eccellenti conoscete che sono poco riconosciute dal mercato?



Prodotti solidi. Competenze profonde.
Clienti importanti.
Eppure il valore resta spesso invisibile.

Quanto del nostro valore è visibile fuori dall'azienda?

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Perché il brand conta

Nel B2B il brand riduce il rischio… a parità di caratteristiche del prodotto o servizio

Fornitore A

Tecnologia simile
Prezzo comparabile
Poche prove visibili

Fornitore B

Applicazioni note
Persone riconoscibili
Casi concreti

→

Scelta percepita

“Di loro mi fido.”



Il brand non sostituisce la performance. La rende più facile da scegliere.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

3 parole che costruiscono valore

REPUTAZIONE

Ciò che abbiamo dimostrato nel tempo.

FIDUCIA

Meno incertezza nella scelta.

RICONOSCIBILITÀ

Essere ricordati quando nasce il bisogno.

Memoria prima dell’acquisto

Non tutti i clienti stanno comprando oggi.
Il brand prepara la scelta di domani.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

La brand identity è come un iceberg



Logo • colori • sito • stand • fotografie

Competenze • persone • prodotto • servizio • relazioni • modo di lavorare

Il brand rende leggibile ciò che l'impresa è già.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Il logo sul prodotto

Il logo è la **sintesi di chi sei**. Tre studi BIG misurano quanto vale.

Gaia Mazzon · Assolombarda · 29 ottobre



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Il logo è la sintesi di chi sei

Il logo è **identità**: chi sei, in un solo segno. Serve a **farti riconoscere** e a **distinguerti** dal mercato. Come un'**impronta digitale**: unico, tuo.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori



PREMESSA

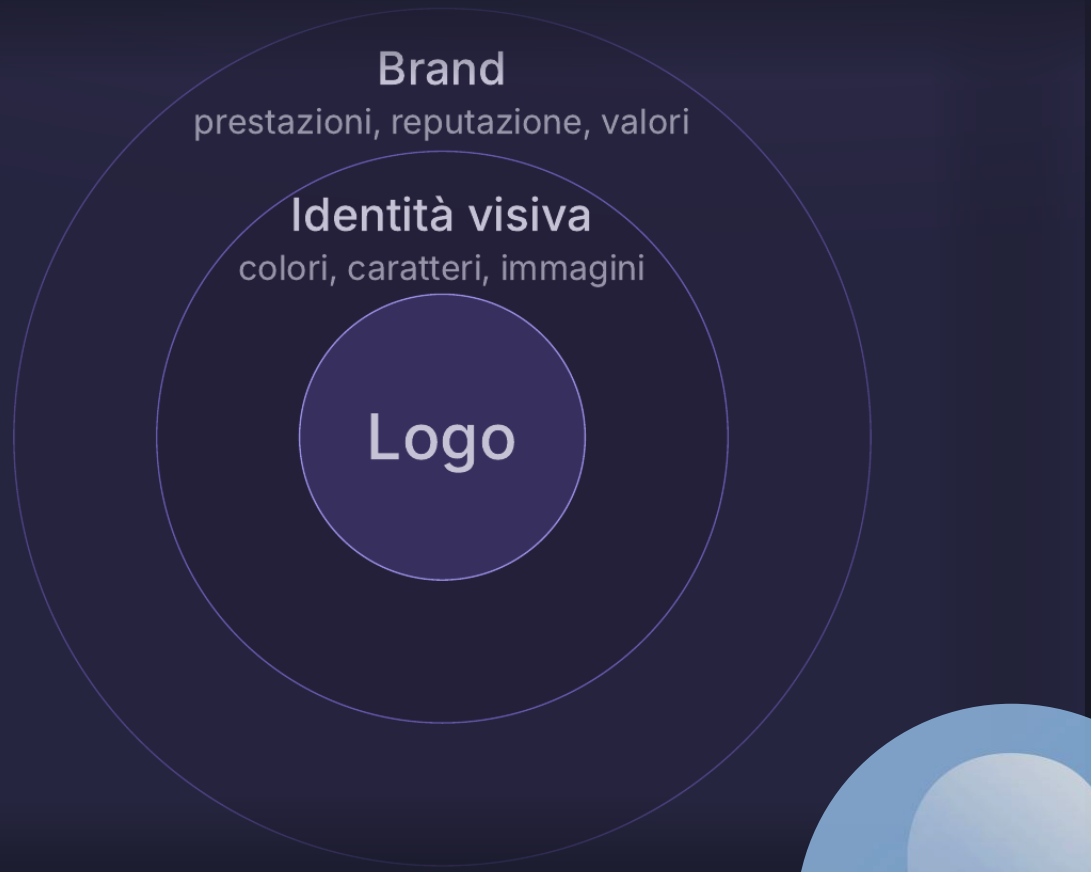
Senza logo resti anonimo

- **Senza logo** il lavoro resta anonimo: la fiducia che crei non torna a te.
- Il cliente ricorda il **prodotto**, non chi lo ha fatto.
- Sul prodotto il logo **lavora ogni giorno**, per anni, **a costo zero**.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Il logo è la sintesi di tutto

Dalla **prestazione** del prodotto alla **reputazione**, fino ai **valori** dell'azienda: tutto deve essere **coerente**. Il logo è la **sintesi di tutto**: la promessa che il cliente riconosce in un segno.





E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Il brand vive nella memoria

Il brand è il **ricordo** che lasci: ciò che le persone pensano e sentono di te. Il logo è la **chiave** che riapre quel ricordo in un istante.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Le parole che useremo

Brand (marca)
Ciò che le persone **pensano e sentono** di te.

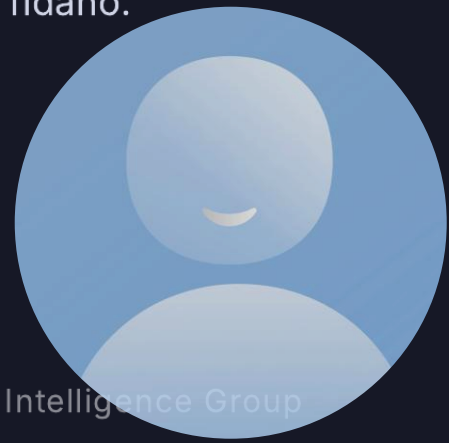
Logo
Il segno che ti rende **riconoscibile** a colpo d'occhio.

Notorietà (awareness)
Quante persone **ti conoscono**.

Attribuzione
Sapere **di chi è** il prodotto che si ha davanti.

Raccomandabilità (NPS)
Quanti clienti **ti consiglierebbero**, meno quanti ti sconsiglierebbero. Da −100 a +100.

Premium price
Il **prezzo in più** che i clienti accettano da un brand di cui si fidano.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori



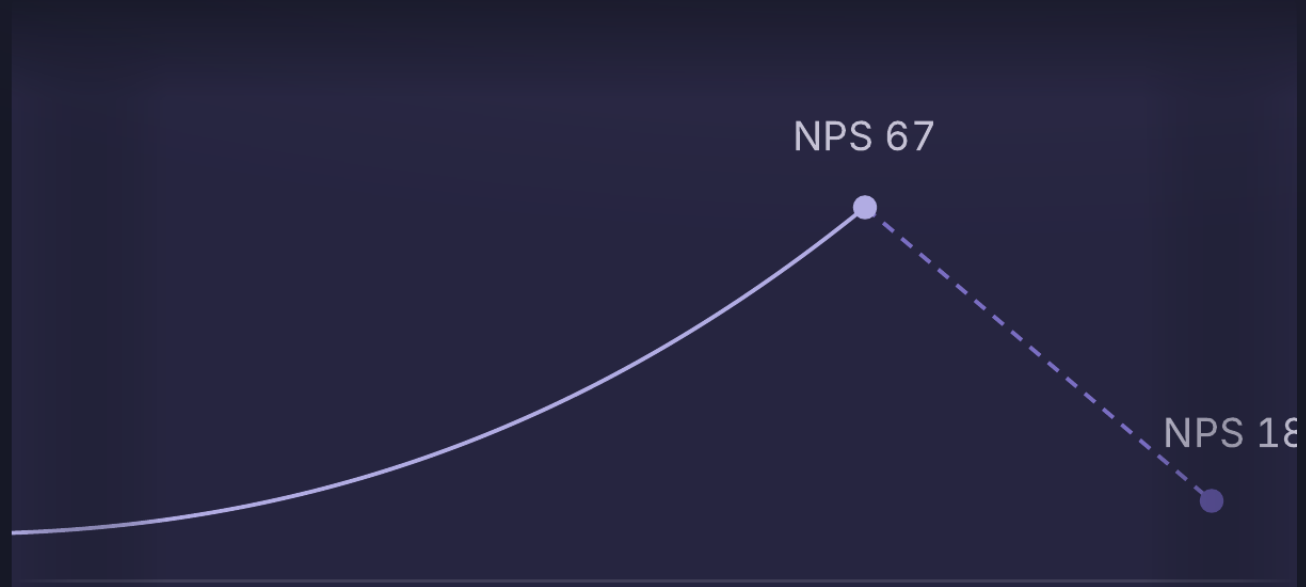
I loghi cambiano, il segno resta

Warner Bros. e BMW hanno **semplificato** i loghi: si riconoscono comunque al primo sguardo. Un buon logo è **semplice**: si ricorda e si riproduce ovunque: su un impianto, un furgone, una fattura.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

−49

Punti di **NPS** (l'indice di raccomandabilità: quanti clienti ti consiglierebbero) persi in due anni da un marchio storico che ha **trascurato la reputazione**: da 67 a 18, pur restando conosciuto come prima. La reputazione **si costruisce lentamente** e **si distrugge in fretta**.



Schema illustrativo: la curva mostra l'idea, i due valori sono quelli misurati (2023 e 2025)



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

BIG
market research

I tre studi in sintesi

×7

Logo visibile sul prodotto

Con il logo visibile, **sette volte** più persone sanno di che marca è l'impianto. 1.003 interviste online · 2024

99%

Il brand tra i professionisti

Imbianchini per cui il brand è **molto importante** nella scelta dei prodotti. 600 interviste telefoniche · 2025

+9,2%

Premium price

Il **sovrapprezzo** che i consumatori accettano da un brand di fiducia. 1.000 interviste online · 2023

Nomi aziendali riservati: i dati sono utilizzabili citando BIG come fonte.

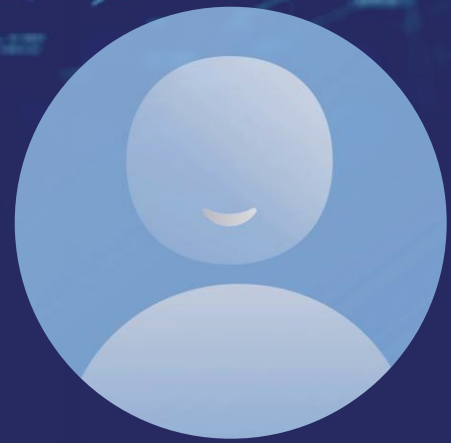


E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

01

Impianti nelle abitazioni

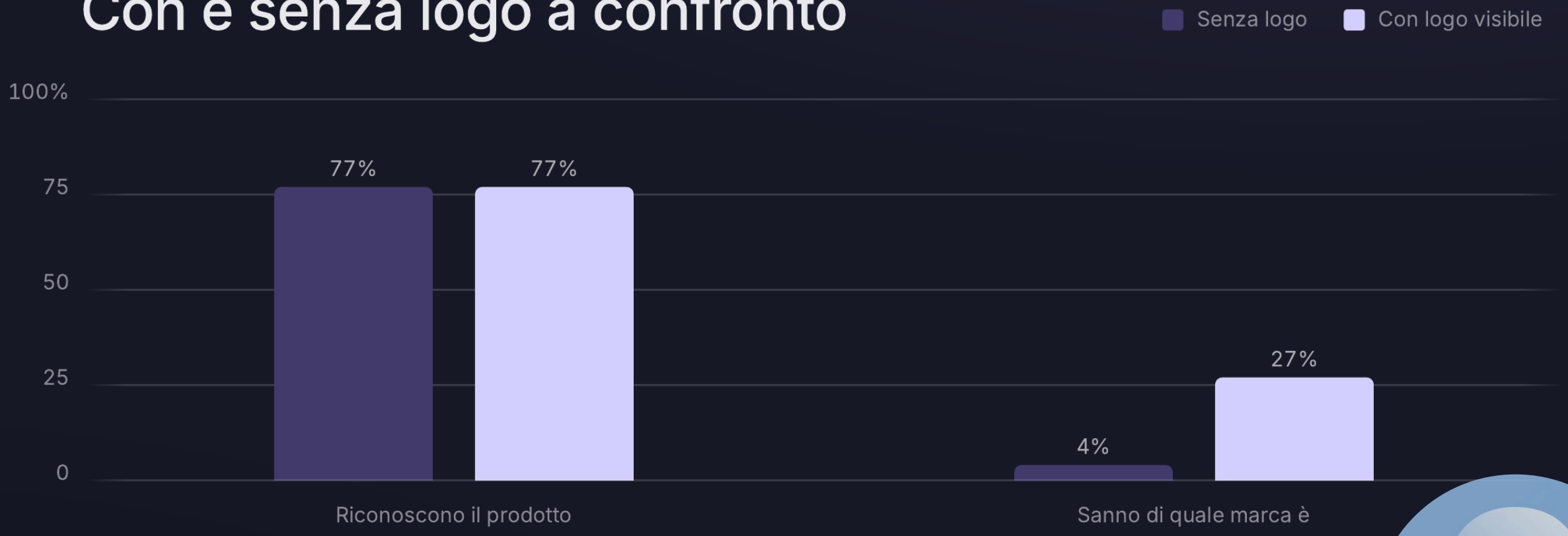
Caso 1 · Un prodotto che il cliente non compra direttamente: lo installa un tecnico, ma vive in casa sua · 1.003 interviste online · 2024



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

BIG market research

Con e senza logo a confronto



Stesso prodotto, stessa notorietà. Ma solo con il logo visibile le persone **sanno di che marca è**: dal 4% al 27%. Studio BIG, 1.003 interviste online, 2024.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

×7

Sette volte più persone riconoscono la marca quando il logo è visibile (+575%). In casa del cliente il logo è **l'unico contatto** con il brand: nessuna pubblicità arriva fin lì.

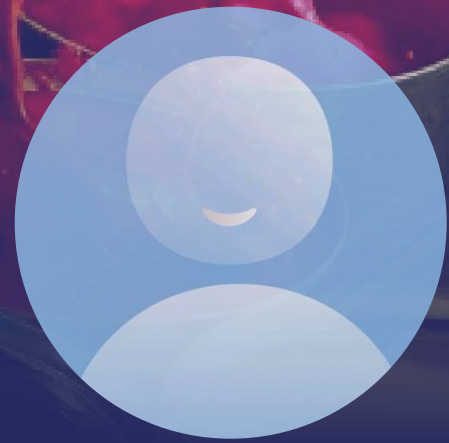


E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

02

Pitture e rivestimenti, professionisti

Caso 2 · Come i professionisti giudicano i marchi di pitture · 600 interviste telefoniche a imbianchini e artigiani · 2023 e 2025



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

BIG market research

L'effetto dell'investimento in due anni

VARIAZIONE 2023 → 2025	NOTORIETÀ	USO RECENTE	PROPENSIONE A SCEGLIERLO
Marchio A (investe)	+38%	+8%	+10%
Marchio B (investe)	+26%	+4%	+6%
Marchio C (fermo)	−8%	−4%	−7%

Chi **investe** cresce su tutti e tre gli indicatori; chi **si ferma** arretra su tutti e tre. E la notorietà da sola non basta: il marchio più noto ha visto l'NPS (raccomandabilità) **crollare da 67 a 18**. 600 interviste telefoniche a professionisti.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

99%

Imbianchini per cui il brand è **molto importante** nella scelta dei prodotti per il cappotto termico (l'isolamento esterno degli edifici). **Senza marca, non sei nemmeno in gara.**



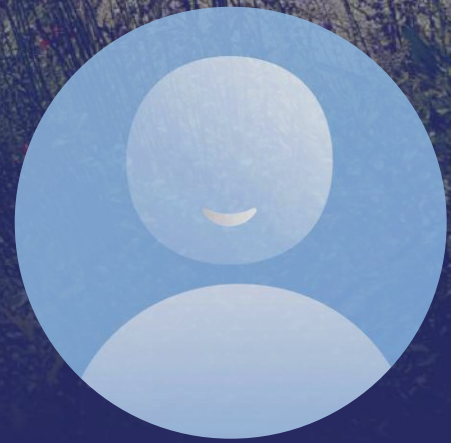
E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

BIG
market research

03

Semi e verde domestico

Caso 3 · Un mercato frammentato, dove quasi nessuno investe nel marchio · 1.000 interviste online · 2020 e 2023



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

BIG market research

Il valore della fiducia nel tempo

INDICATORE	2020	2023
BIndex: quanto il brand attrae (0–1.000)	701	824
Soddisfazione (0–10)	8,0	8,2
Acquirenti di semi da prato che lo scelgono	28% · #1	26% · #1

Il **BIndex** misura quanto un brand attrae per i valori che esprime: in tre anni **+17,5%**, e il marchio resta il più scelto. Chi ha investito su un logo **riconoscibile** oggi ha un **vantaggio competitivo**: il 78% degli acquirenti lo considera una marca di fiducia.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Un mercato frammentato, senza un vero leader

- Nel verde domestico **quasi nessuno investe nel marchio**: tanti produttori, nessun vero leader.
- Si parla solo di **“prodotto”**: così si svilisce tutto ciò che c'è dietro, qualità, ricerca, servizio.
- Chi investe nel brand **si distingue**: BIndex +17,5% in tre anni, il più scelto, 78% di fiducia.
- In un mercato **frammentato** il marchio è ancora più decisivo.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

+9,2%

Il **sovrapprezzo** medio (premium price) che i consumatori accettano quando il brand comunica salute, sostenibilità e innovazione. Un brand di fiducia ti fa **competere sul valore**, non sul prezzo.





E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

PER LE MICRO IMPRESE

Tre messaggi da portare a casa

×7

Il logo sul prodotto **vale quanto anni di comunicazione**.

99%

Anche tra professionisti è il brand a **decidere la scelta**, non solo il prezzo.



+9,2%

Un brand solido vale un **prezzo più alto**. E si può misurare.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Business Intelligence Group S.r.l.

+39 340 5767553

info@businessintelligencegroup.it

Corso Italia 89, 56125 Pisa (PI)

Corso della Vittoria 12/b, 28100 Novara (NO)

www.businessintelligencegroup.it

Dati utilizzabili citando BIG come fonte · Nomi aziendali riservati · Scheda metodologica su richiesta



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

La materia prima è già in azienda

competenza rara	**lavorazione distintiva**	**cliente fedele**	**esperienza tecnica**
problema risolto	**certificazione**	**macchina complessa**	**collaborazione scuola**



Non inventare una storia.
Riconosci una storia vera.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Dal valore al posizionamento

CHIARIRE

Che cosa sappiamo fare in modo credibilmente diverso?

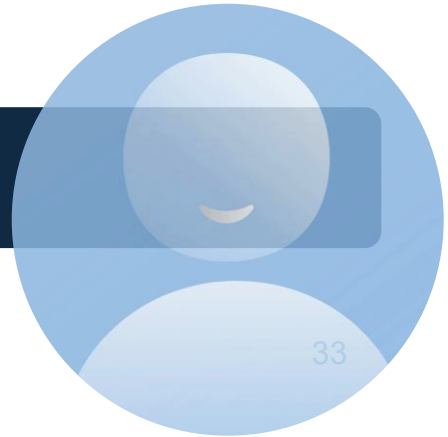
DIMOSTRARE

Quali prove riducono il rischio percepito?

RENDERE COERENTE

Ogni touchpoint racconta la stessa impresa?

Chiarezza → Credibilità → Riconoscibilità



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Non partite dalle lavorazioni

Descrizione generica

“Facciamo fresatura e tornitura.”

Posizionamento rilevante

“Realizziamo piccoli lotti ad alta precisione per clienti che hanno bisogno di tempi rapidi.”

Partite dal problema che risolvete, non dall’elenco di ciò che fate.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Purpose, vision, mission, valori, competenze

PURPOSE

Perché esistiamo

VISION

Dove vogliamo andare

MISSION

Che contributo offriamo

VALORI

Come operiamo

COMPETENZE

Cosa facciamo bene

Obiettivo: un posizionamento chiaro, rilevante, credibile e vero.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Una promessa attira. Una prova convince.

PRECISI —— Spiegate come lavorate

AFFIDABILI —— Mostrate risultati ed esperienze

INNOVATIVI —— Date visibilità alle persone e al know-how

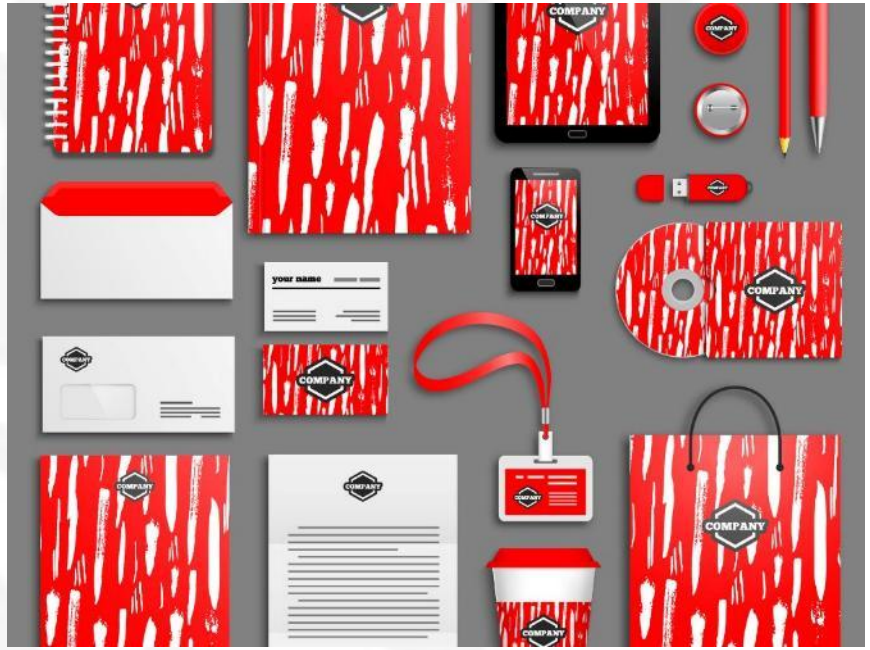
Meno dichiarazioni, più evidenze.



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Coerenza: ogni punto di contatto parla

sito	**presentazione**	**scheda tecnica**	**firma email**
stand	**preventivo**	**packaging**	**fotografie**



La stessa azienda deve essere riconoscibile ovunque.

L’identità visiva non è tutto il brand.
È il sistema che lo rende immediatamente leggibile.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

5 leve da attivare subito

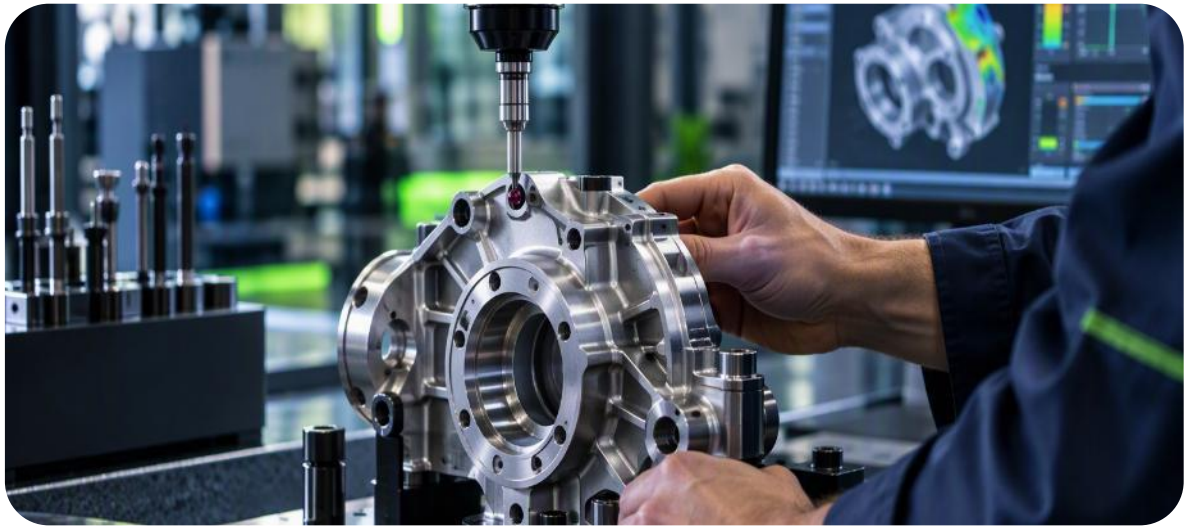
1. Firmate il vostro lavoro
2. Documentate ciò che fate
3. Date un volto alle competenze
4. Attivate il territorio e il mondo accademico
5. Trasformate gli aggettivi in prove



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Firmate il vostro lavoro

Dove compare il nostro valore senza che compaia il nostro nome?



targhetta	**packaging**	**manuale**	**scheda tecnica**
report qualità	**fotografia**	**documentazione**	**firma e-mail**

Firmare il valore significa accumulare riconoscibilità.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Documentate ciò che si fa

SUCCEDE → RISOLVIAMO → DOCUMENTIAMO → RIUTILIZZIAMO

Una storia, molti usi

- post LinkedIn
- pagina sito
- case study
- materiale fiera
- slide commerciale
- visita cliente

Quante prove della competenza produciamo e poi lasciamo sparire?



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Date un volto alle competenze



Non basta

“Disponiamo di personale altamente qualificato.”

Rendetelo concreto

“Questa persona lavora da 18 anni su questa tecnologia. Quando emerge questo problema, è la persona che i clienti chiamano.”

Competenza + storia + persona = credibilità ed employer branding

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Attivate il territorio e il mondo accademico

REPUTAZIONE —— L’impresa diventa conosciuta

TALENT ATTRACTION —— Le persone la incontrano prima di inviare il CV

ORGOGLIO INTERNO —— I dipendenti diventano ambassador

Perché una persona competente dovrebbe voler lavorare proprio qui?

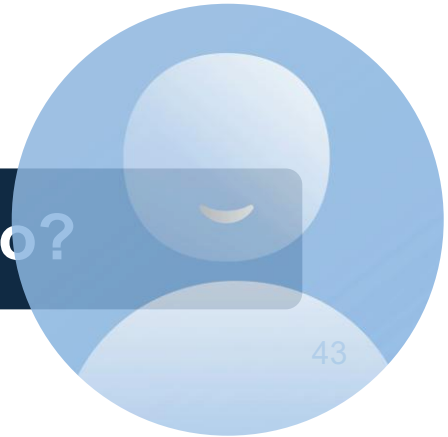


E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Trasformate gli aggettivi in prove

VELOCI	→	**tempi di risposta**
PRECISI	→	**controlli, strumenti, procedure**
AFFIDABILI	→	**puntualità delle consegne, continuità delle performance, relazioni con i clienti**
INNOVATIVI	→	**problema risolto, processo migliorato, nuova soluzione sviluppata**

“Qualità e innovazione dal 1987”: solo noi possiamo dirlo?



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Breve laboratorio

**Aiutiamo [TIPO DI CLIENTE] ad ottenere [RISULTATO]
attraverso [COMPETENZA SPECIFICA] e lo dimostriamo con [PROVA].**

1

Chi aiutate?

2

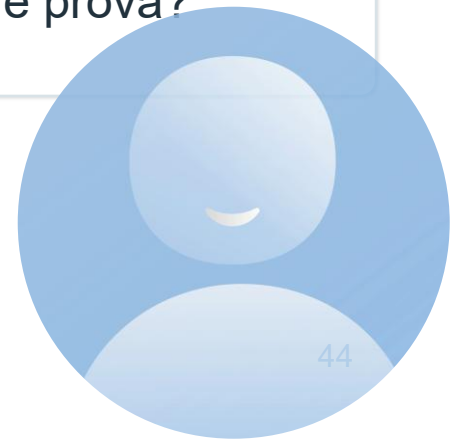
Quale risultato?

3

Quale competenza?

4

Quale prova?



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Checklist: 10 domande da farvi domani mattina

1. È chiaro in una frase che cosa facciamo meglio?
2. Sul sito esistono prove concrete delle nostre affermazioni?
3. Mostriamo le persone che possiedono il know-how?
4. Raccontiamo i problemi che sappiamo risolvere?
5. I nostri prodotti e documenti sono riconoscibili come nostri?
6. Abbiamo almeno tre case history raccontabili?
7. Le certificazioni sono semplicemente archiviate o aiutano a costruire fiducia?
8. Il nostro profilo LinkedIn e il sito raccontano ciò che facciamo oggi?
9. Uno studente di un ITS capirebbe perché potrebbe essere interessante lavorare con noi?
10. Se un cliente ci raccomanda a un collega, saprebbe spiegare in una frase per cosa siamo particolarmente bravi?



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

Cosa si può fare in 90 giorni?

30 GIORNI
CAPIRE

Una frase di posizionamento vera e condivisa.

60 GIORNI
DIMOSTRARE

Un case study: problema, soluzione, risultato, numeri, persone.

90 GIORNI
RENDERE VISIBILE

3 touchpoint coerenti: sito, presentazione, LinkedIn.

La reputazione è la somma di segnali coerenti nel tempo.

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

QUANTO VALORE ESISTE OGGI NELLA VOSTRA AZIENDA CHE IL MERCATO NON VEDE?

Fare bene è indispensabile.
Far sapere bene ciò che sappiamo fare costruisce reputazione.

Q&A



E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori

ASSOLOMBARDA

ALSTOM

GAIA MAZZON

Vicepresidente del Gruppo Meccatronici di Assolombarda
e Communications Director di Alstom Italia

Mob 347.5989004

Gaia Mazzon | LinkedIn

www.assolombarda.it
www.assolombardanews.it
Seguici su

E' vietata la riproduzione e l'utilizzo, anche solo parziale di queste slide senza preventiva approvazione scritta da parte degli autori