

Cooperative Sociali

Se adottate un Bambino a distanza gli Regali una Famiglia! 28€ al mese.

Marketing & Comunicazione

Master ISTUD 2008 - XI Edizione
Accreditato ASFOR. Iscriviti Ora!

» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

[APPROFONDIMENTI TEMATICI]**e vent**

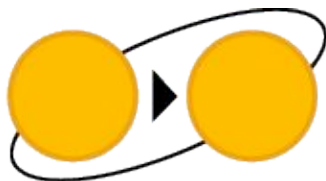
Convegni
Formazione
Comunicati stampa

pubblicazioni

Libri
Riviste
Agenzia Auser

a pprofondimenti

Alzheimer
Speciale Disabili
Assistenza Domiciliare
Certificazione qualità
Comunicando
Civitas
Telemedicina
Speciale IPAB
Speciale PTE - EXPO

VMD**a ssociazioni****S truttture online****l avoro****r icerca****G lossario****S egnaliamo****f orum****a rchivio****p roponi evento****l ink****Comunicando...****N.6 aprile 2004**

La cooperativa sociale è a tutti gli effetti un'impresa, anche se da un punto di vista legislativo è regolamentata in modo differente da un'azienda che ha esclusivamente scopo di lucro. Questo significa che è anch'essa una realtà che ha rapporti con diversi pubblici che richiedono una comunicazione costante e strategica ai propri obiettivi.



Il **sesto** appuntamento di "Comunicando", la sezione di Socialinfo.it dedicata alla comunicazione sociale curata da Dora Carapellese.

Rieccoci nuovamente per parlare degli **obiettivi** relativi alla nostra Nuvola coop.

→ Gli obiettivi

Prima di procedere mi sembra doveroso dare una piccola **definizione** di obiettivo, perché vi assicuro che può capitare che venga dimenticato l'obiettivo a cui il lavoro stesso è finalizzato, così come spesso vi è **poca chiarezza** nel definire i vari obiettivi e strategie.

Molto semplicemente, per obiettivo si intende ciò che si vuole ottenere attraverso un'azione o una serie di azioni.

→ Le comunicazioni

Comunicazione interna **Comunicazione esterna**

Per comunicazione interna s'intende il flusso d'informazioni che circola all'interno della cooperativa diretto ai soci lavoratori, ai soci sovventori, ai collaboratori esterni.

*Una corretta **politica** di comunicazione interna acquista una particolare importanza soprattutto rispetto all'individuazione di nuovi modelli organizzativi e di gestione delle risorse umane, idonei a premiare negli individui le capacità innovative, la responsabilità, la flessibilità al cambiamento.

In questo senso la comunicazione interna è uno strumento privilegiato per veicolare i valori propri della cooperativa. Saper comunicare **all'interno** con efficacia significa quindi riuscire a sviluppare senso di appartenenza e coinvolgimento consapevole negli obiettivi dell'azienda da parte di tutti coloro che

→ Comunicazione interna

Secondo le caratteristiche del nostro target (**Comunicando n.2**), le informazioni a loro dirette devono avere la peculiarità di una comunicazione chiara ed immediata. Nuvola coop si è prefissa

tre obiettivi:

- Trasparenza e semplicità di comunicazione;
- Fidelizzazione del socio - abbassamento del tasso di turnover;
- Rendere consapevole il socio lavoratore della sua doppia natura di socio e imprenditore e che come tale è parte integrante della cooperativa e quindi può essere propositivo per il miglioramento della stessa.

Si è ritenuto basilare iniziare a **migliorare** gli strumenti esistenti e a costruire step by step una comunicazione comune.

→ Gli strumenti

Vari sono stati gli strumenti, mi limito a fare un piccolo elenco che riprenderemo più nello specifico la prossima volta.



ufficializzazione della mission;

sopporti visivi per i corsi di formazione interna;

colari con un lay out più fruibile;

- assemblea dei soci: somministrazione delle varie comunicazioni con l'utilizzo di supporti visivi per favorire una maggiore memorizzazione;
- vari materiali cartacei in linea con la nuova immagine;
- arredo sede di Nuvolahouse organ.

Aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento.

Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su www.socialinfo.it.

[Dora Carapellese]

→ Comunicando - Archivio

Numero 5 - marzo 2004

Numero 4 - febbraio 2004

Numero 3 - gennaio 2004

Numero 2 - dicembre 2003

Numero 1 - novembre 2003

✓ Link

Scienze della Comunicazione.com
Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione

Comunitàzione
Community delle Scienze della Comunicazione

Studio Lentati
Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale

Comunicando il sociale

L'autrice

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

Dora Carapellese**Contatta l'autrice**

concorrono con il proprio lavoro allo sviluppo di Nuvola.



Quando parliamo di comunicazione esterna invece ci rivolgiamo non solo al nostro target ma indirettamente anche ad **altri pubblici**:

- istituzioni pubbliche locali, nazionali, come organismi politici, legislativi o amministrativi, comuni, province, regioni ed enti locali in genere;
- gruppi di opinione, organizzati o spontanei, che si aggregano per obiettivi o per situazioni specifiche, come associazioni di consumatori, movimenti a difesa dell'ambiente;
- giornalisti e operatori dell'informazione, che operano in quotidiani, periodici, reti radiofoniche e televisive nazionali e locali;
- associazioni imprenditoriali, territoriali e di settore, con associazioni di tipo professionale, sindacati e organizzazioni di lavoratori;
- centri di cultura, università, scuole ed ogni ente, organismo o istituto che opera in campo culturale.

[[vai su >>](#)]

Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

[Eticare](#)

Per definire la comunicazione sociale

[Confcooperative](#)

Confederazione Cooperative Italiane

[Legacoop](#)

Il sito di Legacoop

[Ferpi](#)

Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

[Prima Comunicazione](#)

Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

[OCS](#)

Osservatorio Comunicazione Sanitaria

✓ Eventi

[Alla scoperta delle potenzialità della comunicazione](#)

7 - 16 maggio 2004 - Bologna

[Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa](#)

2 - 3 luglio 2004 - Genova

[Il master in Responsabilità sociale delle imprese](#)

Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

[Il convegno Master-Com](#)

L'impossibilità di non comunicare

[inizio pagina](#)

[home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) |
[ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |