

Cooperative Sociali

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

Viadeo: marketing diretto

Accedi a un database di oltre 1 milione di professionisti!

» home

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

[APPROFONDIMENTI TEMATICI]**e vent**

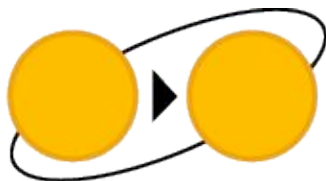
Convegni
Formazione
Comunicati stampa

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...**

Numero 2 - dicembre 2003

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

Bene, rieccomi con un altro flash su come fare una buona e sana comunicazione all'interno della vostra cooperativa.



In questa puntata esamineremo il primo step, da superare prima di intraprendere una qualsiasi azione: **raccolta informazioni.**

La comunicazione nel mondo del sociale

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.

→ Perché

Raccogliere informazioni è un passo importante, poiché mettendo su carta i vari pezzi dell'azienda si hanno più chiare le aree su cui intervenire, questo anche se pensavate di **conoscere bene** la vostra **realtà**. In sostanza significa dare un senso a ciò che siete

adesso, come siete, quali sono i vostri obiettivi, i vostri gap ...

Lo strumento di raccolta informazioni più utilizzato è la **check list**. Si tratta di diverse domande articolate sui vari pezzi di puzzle che compongono la cooperativa.

Suddividiamo la cooperativa in sezioni:

- analisi dell'azienda;
- i soci lavoratori;
- il target;
- i servizi che offre;
- comunicazione esterna;
- la concorrenza;
- esigenze;
- il mercato

Per motivi di spazio qui non sono a scrivervi tutte le possibili domande, dovete mettervi semplicemente nell'ottica di fare a pezzettini la vostra cooperativa, nel senso buono naturalmente!

→ Analisi dell'Azienda

1. Da quanto tempo è sul mercato?
2. L'ammontare del fatturato annuo
3. Quale è l'area geografica in cui

→ I servizi che offre

il cliente decide di usufruire del vostro servizio.

15. Quali sono i vostri servizi?
16. Quali sono i punti di forza e di debolezza di ciascuno?
17. Quale è il servizio che va per la maggiore e perché?
18. Quale invece quello che non riscontra molto successo e perché?
19. Il motivo per il quale

→ Comunicazione esterna

21. Quali sono state le iniziative di comunicazione esterna fatte negli ultimi due anni?
22. Esiste una continuità programmatica nelle diverse promozioni pubblicitarie fino ad

ora fatte?

23. I vari servizi sono comunicati allo stesso modo?
24. Avete ottenuto un feedback?
25. Quali sono stati gli investimenti pubblicitari negli ultimi due anni?
26. Altro

→ La concorrenza

27. Chi sono i vs concorrenti in ordine di importanza?
28. In che cosa si differenzia la vostra offerta rispetto a quella dei vs concorrenti?
29. Altro

→ Esigenze

30. Quali sono in ordine di priorità le vostre esigenze dai seguenti punti di vista:
 - organizzazione
 - comunicazione
 - servizi erogati
31. Altro.

→ Il mercato

32. Quali sono i rischi e le opportunità dell'ambiente esterno?
33. Quali sono le prospettive future del vostro mercato?
34. Altro.

Questa check list vuole essere una **traccia** di domande su cui stilare una serie di informazioni utili all'individuazione degli obiettivi e al raggiungimento degli stessi.

Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su www.socialinfo.it. Non mi resta che salutarvi, nel prossimo numero l'analisi delle problematiche e della programmazione di un piano operativo.

[Dora Carapellese]

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

 opera?
4. Per quali caratteristiche la cooperativa è particolarmente conosciuta all'esterno?
5. Altro

→ I soci lavoratori



6. Quanti sono i Soci Lavoratori (per comodità utilizzerò SL come crittogramma di Socio Lavoratore)?
7. Quali sono gli strumenti utilizzati per presentare la cooperativa ai SL?
8. Ci sono delle riunioni periodiche per informare il SL sull'andamento della Cooperativa?
9. Come sono effettuate le comunicazioni ai SL: mezzo lettera, telefono, e mail ...?
10. Altro

→ Il target



11. Chi è il vostro cliente tipo?
12. Quali sono i mezzi utilizzati per procacciare nuovi clienti?
13. Quali sono gli strumenti utilizzati per presentare la cooperativa al vostro pubblico (opuscoli, supporti audiovisivi ...)?
14. Altro.

[vai su >>]

→ Comunicando - Archivio

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](#)
 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

✓ Eventi

[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](#) |