



# Brand engagement e competitività dell'Industria di Marca

## Modelli organizzativi, strumenti di relazione, azioni

L'evoluzione dei mercati e le opportunità aperte dal digital influenzano l'organizzazione delle aziende, con effetti rilevanti sulle relazioni interne ed esterne.

Affrontare il cambiamento con una chiara conoscenza delle dinamiche in atto, dei modelli e degli strumenti disponibili consente la messa a punto di più efficaci iniziative di Brand Engagement.

Rispondendo alle richieste delle industrie associate, Centromarca ha incaricato Methodos, società di consu-

lenza di direzione, di sviluppare un percorso formativo su questi temi, destinato in particolare alle funzioni relazioni interne ed esterne, comunicazione, risorse umane, marketing e trade marketing, ricerca e sviluppo.

Il ciclo prevede tre workshop che si terranno a Milano, presso la sede Centromarca di via Serbelloni 5. L'iscrizione, gratuita, è riservata agli associati Centromarca. È possibile iscriversi fin d'ora a tutti gli incontri. Ai partecipanti sarà rilasciato un attestato di frequenza.

### CALENDARIO

#### Marca, barriere funzionali e modalità d'integrazione in azienda

Giovedì 3 marzo 2016, ore 09:30 - 13:00

- Valorizzare l'identità: tratti culturali e valori del Brand
- Generare senso di appartenenza e responsabilizzazione
- Catalizzare l'interazione tra le funzioni marketing e comunicazione
- Costruire una narrazione integrata

#### Il Brand come strumento di coinvolgimento degli attori della filiera

Giovedì 21 aprile 2016, ore 09:30 - 13:00

- I punti chiave di una strategia di engagement
- Creare fiducia, identificazione e condivisione
- Sfruttare i punti di forza della strumentazione "social"
- La narrazione aperta come moltiplicatore di valore della Marca

#### Industria di Marca, modelli organizzativi e cultura del cambiamento

Giovedì 9 giugno 2016, ore 09:30 - 13:00

- Analisi della complessità e ridisegno del concetto di rischio
- Valorizzare le nuove competenze: il ruolo delle risorse umane
- Integrare e gestire i nuovi fattori di competitività per produrre valore condiviso
- Sviluppare la cultura del cambiamento

### DOCENTI

Matteo Barone, Managing partner Methodos.

Responsabile dell'area Stakeholder and employee engagement, focalizzata sulla ricerca socio-organizzativa e sulla realizzazione di piani di comunicazione interna, brand engagement e stakeholder relationship management a supporto del cambiamento culturale.

Cristina Di Grado, Senior manager Methodos.

Responsabile dell'area Employee communication. Ha al suo attivo progetti di comunicazione interna, employer branding, comunicazione istituzionale, marketing communication, comunicazione digitale, corporate social responsibility.

Roberta De Natale, Senior consultant Methodos.

Esperta nell'area della Comunicazione di Marca e nei processi di gestione dei sistemi di qualità e sostenibilità. Ha operato in aziende multinazionali leader dell'IdM e del retail. Ha gestito progetti in ambiti quali ricerca e sviluppo e corporate social responsibility.