

UNO STRUMENTO PER COMUNICARE
CON I DIPENDENTI

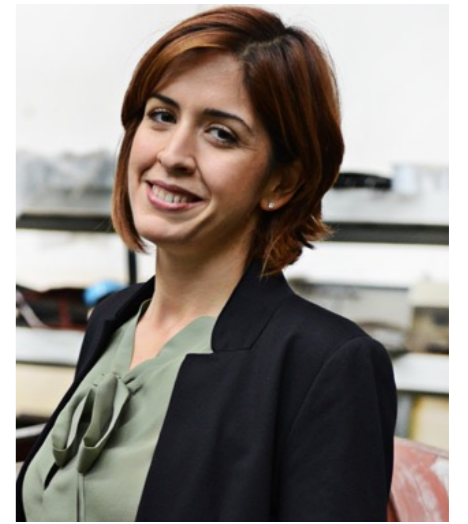
L'HOUSE ORGAN

LE DOMANDE A CUI RISPONDEREMO

- ▶ Chi è Cecilia Brandoli?
- ▶ House organ: che cos'è?
- ▶ Quali strumenti esistono?
- ▶ Perché è tanto importante l'house organ?
- ▶ Quali sono i temi più diffusamente trattati?
- ▶ Cosa serve per iniziare?
- ▶ Come parlare ai dipendenti?
- ▶ Chi è coinvolto nella creazione di un house organ?
- ▶ Quando inviarlo?
- ▶ Perché un house organ può fare la differenza?

CHI SONO

- ▶ Giornalista pubblicista. Il mio lavoro consiste nel produrre e gestire contenuti personalizzati supportando la creazione di valore dell'impresa attraverso la comunicazione: all'esterno e all'interno dell'organizzazione
- ▶ Ho esperienza di gestione di comunicazione interna e ufficio stampa per multinazionali come il Gruppo System (automazione), Dierre Group (protezioni per l'automazione industriale), Motovario (metalmeccanica), LB (automazione)
- ▶ La stessa esperienza l'ho maturata per aziende di più piccole dimensioni, nel settore del restauro di automobili d'epoca, food, telecomunicazioni, start-up
- ▶ Ho maturato esperienze significative per riviste, quotidiani e agenzie di marketing



SITI WEB
BROCHURE
HOUSE ORGAN
NEWSLETTER
REDAZIONALI
ECC...

HOUSE ORGAN: CHE COS'È?

Il giornale aziendale, il notiziario, che ha come argomento principale l'azienda stessa.

Contiene informazioni sulla vita aziendale.



QUALI STRUMENTI ESISTONO?

- ▶ Il GIORNALE INTERNO è rivolto ai dipendenti e tratta argomenti che possono interessare il personale interno, come informazioni sull'organizzazione aziendale, aggiornamenti tecnologici o di prodotto, eventi interni ecc.

- ▶ Il GIORNALE ESTERNO è indirizzato ai clienti, reali o potenziali, ai fornitori, ai rivenditori... in generale alle persone interessate all'azienda (è indispensabile il consenso di chi lo riceve e l'osservanza della GDPR)

ESEMPIO AZIENDA GBE (FONTE: GOOGLE)

Prima pagina di un house organ esterno realizzato da GBE, azienda italiana specializzata in produzione di trasformatori in resina e a secco.

La versione completa è disponibile a [questo link](#)

Caso di successo

Dati di fatturato

GBE **WORLD** GET THE BEST OF ENERGY

GBE SpA • via Terenzio, 51 • 30020 Copertino (BR) • Tel. (080) 441111 • Fax. (080) 441111 • www.gbe.com • info@gbe.com

PAGINA 2

- Plantatione limitata di corrente di corto circuito in olio
- Assorbimento di una resistenza di corto circuito in olio

PAGINA 3

- Circolazione GBE per applicazioni edili
- Trasformatori in resina 3F-monofase

PAGINA 4

- Certificazione TÜV per i trasformatori GBE: tipologia AL
- Trasformatori in resina GBE per la Trump Tower di Miami

PAGINA 5

- Nuovi investimenti: riparazione capertenera e verniciatura
- GBE di rinnovo a 357

PAGINA 6

- Modulo di contenimento per trasformatori in olio
- Progetto storage Toshiba

PAGINA 7

Punti di vista dei nostri Partners

PAGINA 8

La prossima fiera

MADE IN ITALY: IL DESIGN NELLA TECNOLOGIA ITALIANA

GBE PUNTA SULL'ECCELLENZA DELLA TECNOLOGIA ITALIANA E SULLA CAPACITÀ DI REALIZZARE PRODOTTI CUSTOMIZZATI E SPECIALI PER QUALSIASI ESIGENZA

Serietà, professionalità, qualità dei prodotti sono i valori che ancora una volta hanno riconosciuto i successi ed i risultati di GBE nel 2016. In tutta Europa il marchio GBE è inoltre di affidabilità grazie al consolidamento in ciascun mercato con le diverse tipologie di prodotti che l'azienda può offrire.

GBE ha voluto investire ancora in nuovi prodotti, tra cui reattori in olio con schermo per alta tensione con regolazione della potenza sotto carico, trasformatori di potenza con raffreddamento DFWF, trasformatori con motori comandati con inverter per l'attenuazione delle perdite, trasformatori polifase fino a 48 polsi in un unico banco. Forte dei risultati ottenuti, GBE lo scorso anno ha deciso di investire nuovamente nel mercato italiano. Molta, infatti, sono le aziende in Italia che hanno dato prova di tecnologia e qualità, permettendo di trovare partner interessanti per la realizzazione degli impianti più diversificati. Con una nuova rete di agenzie che operano in maniera capillare sul territorio, GBE è nuovamente presente con la stessa forza e serietà che l'ha sempre definita nel resto d'Europa. Le agenzie partner di GBE propongono soluzioni personalizzate per la distribuzione ad installatori o utilizzatori finali, ma grazie alla loro preparazione tecnica, serietà e competenza sono in grado di assistere direttamente il cliente anche per prodotti customizzati e soprattutto speciali. Si conferma così ancora una volta, anche nel mercato italiano, la capacità di GBE di garantire non solo un rapporto qualità-prezzo competitivo, ma anche di realizzare un prodotto ottimizzato secondo le specifiche più esigenti. Tutto ciò ha dato prova di quanto in Italia ci siano ancora molte risorse le cui idee lo pensano, spostando da impianti solari, eolici, idroelettrici, navali, impianti di cogenerazione e per la distribuzione dell'energia.

Il Made in Italy è da sempre molto richiesto in tutto il mondo, il design italiano è riconosciuto come eccellenza non solo nei settori tessile, alimentare o vinicolo, ma anche in quello tecnologico. Quest'ultimo sta diventando sempre più importante e superiore rispetto al livello degli altri Paesi europei. In Italia le aziende sono diventate leader per alcune tipologie di prodotti che fino a ieri appartenevano ad altri.

Il fatturato in Italia nel 2016 è cresciuto per GBE del 30%. È facile pensare che grazie alla condizione degli stessi valori con i propri partners, il 2017 presenterà sicuramente nuove opportunità.

FATTURATO IN CRESCITA ANCHE NEL 2016: +17%

Il 2016 è stato un anno interessante con risultati riconfermati: GBE è riuscita a conquistare pienamente i mercati chiave e già presente e ad affermarsi in quelli nuovi. Per alcuni Paesi sono stati studiati e realizzati prodotti in accordo alle normative vigenti, sfruttando ottime sinergie per la realizzazione di stazioni complete di accessori di MT ed interruttori di BT per installazioni all'esterno. La quantità di unità prodotte è aumentata pressoché invariata, ma con aumento della potenza media per le 1300 kVA (+6% rispetto al 2015) e con una potenza prodotta complessiva di oltre 4700 MVA. I tre stabilimenti sono a pieno regime, la carpenteria si è dotata di sei stazioni di saldatura e di un impianto di verniciatura unico. La forza dell'azienda, italiana, grazie al personale specializzato nel 2016 la formazione ha avuto un ruolo di rilievo, coinvolgendo tutte le principali funzioni aziendali e creando così le basi per una crescita ulteriore e continua di GBE.

AUMENTO FATTURATO IN %

numero 5 | giugno 2017

PERCHÈ È TANTO IMPORTANTE L'HOUSE ORGAN?

1. Raccontiamo l'azienda ai dipendenti
2. Comunichiamo i valori aziendali
3. Diffondiamo le informazioni importanti

E inoltre...

- ▶ Assottigliamo le barriere tra i dipartimenti del Gruppo
- ▶ Ci prendiamo cura della relazione con i dipendenti

DI COSA PARLIAMO?

1. Casi commerciali di successo
2. Novità tecnologiche e di prodotto
3. Fiere nel mondo a cui il Gruppo partecipa
4. Eventi interni all'azienda
5. Eventi esterni in cui il Gruppo è protagonista (iniziative culturali, sportive, ecc)
6. La nascita di un progetto o di un servizio
7. Traguardi importanti (anniversari storici)
8. Dati e informazioni sul Gruppo
9. Estratti di articoli pubblicati sulla Stampa
10. Gli auguri di Natale...



COSA SERVE PER INIZIARE?

- ▶ Individuare la soluzione tecnologica che ci consentirà di raggiungere il nostro pubblico
- ▶ Raccogliere gli indirizzi email dei dipendenti
 - ➡ *coinvolgiamo il dipartimento IT*
- ▶ Individuare i professionisti che si occupano della creazione dell'infrastruttura e poi della gestione dello strumento
 - ➡ *grafico, content manager, responsabile aziendale*

COME PARLARE AI DIPENDENTI?

▶ **STILE**

Lo strumento dovrà essere riconoscibile

▶ **RUOLI**

Individuare i professionisti coinvolti nel progetto e i ruoli

▶ **CONTENUTI**

Interessanti, autentici, trasparenti

▶ **LINGUE**

Italiano, inglese. Altro?

CHI È COINVOLTO NELLA CREAZIONE DELL'HOUSE ORGAN?

responsabile aziendale progetto

ufficio personale

la proprietà

reparto IT

11

ufficio marketing

content manager

SOGGETTI

fotografo

studio di traduzioni

il personale dell'azienda
che fornisce informazioni

IL RESPONSABILE DELLA VALIDAZIONE

grafico interno o studio di consulenza

QUANDO INVIARLO?

La frequenza di invio è fortemente correlata al processo di creazione di ogni edizione dello strumento.

Due aspetti importanti:

1. Ricordiamoci che eccedere nella frequenza degli invii ci rende invasivi... (o potremmo finire nello spam!)
2. Rispettiamo gli impegni presi



**UN EFFICACE HOUSE ORGAN
PROPONE UN CONFRONTO PUNTUALE,
“EDUCA” E INFORMA,
E PUÒ CONTRIBUIRE A FARE DI UN’AZIENDA
UN’IMPRESA DI SUCCESSO.**

Grazie per l’attenzione!