

Strategia di comunicazione

Descrizione del progetto

Introduzione e motivazione della scelta:

Il nostro gruppo si propone di creare una strategia che rivaluti la *brand image* della Università di Lingue e comunicazione IULM e che come si vedrà possa portare all'attenzione del target scelto le varie possibilità di impiego che offre il corso di studi, incentivando alla richiesta di informazioni per l'iscrizione al corso di laurea.

Obbiettivi di marketing

Aumentare il numero di iscrizioni al corso di laurea in relazioni pubbliche e pubblicità., aumentare la *brand awarness*

Analisi situazionale

Per valutare l'andamento della marca, il comportamento dei consumatori e il trend di categoria utilizziamo l'analisi *SWOT*

<p style="text-align: center;">OPPORTUNITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> - forte richiesta di "comunicatori" - tutte le imprese cominciano a percepire l'importanza delle pubbliche relazioni - In futuro, la figura del RP saranno sempre più ricercate. 	<p style="text-align: center;">MINACCE</p> <ul style="list-style-type: none"> - molte iscrizioni alle "canoniche" università - Prestigio delle università più "antiche" - Credenza: Università "privata" = compro la laurea
<p style="text-align: center;">FORZE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Università nota nel mondo del lavoro - Ecletticità di professione, laureati con visione a 360° - Forte probabilità di trovare lavoro 	<p style="text-align: center;">DEBOLEZZE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costo della retta - Potrebbe sembrare che le RP siano "tutto e niente"

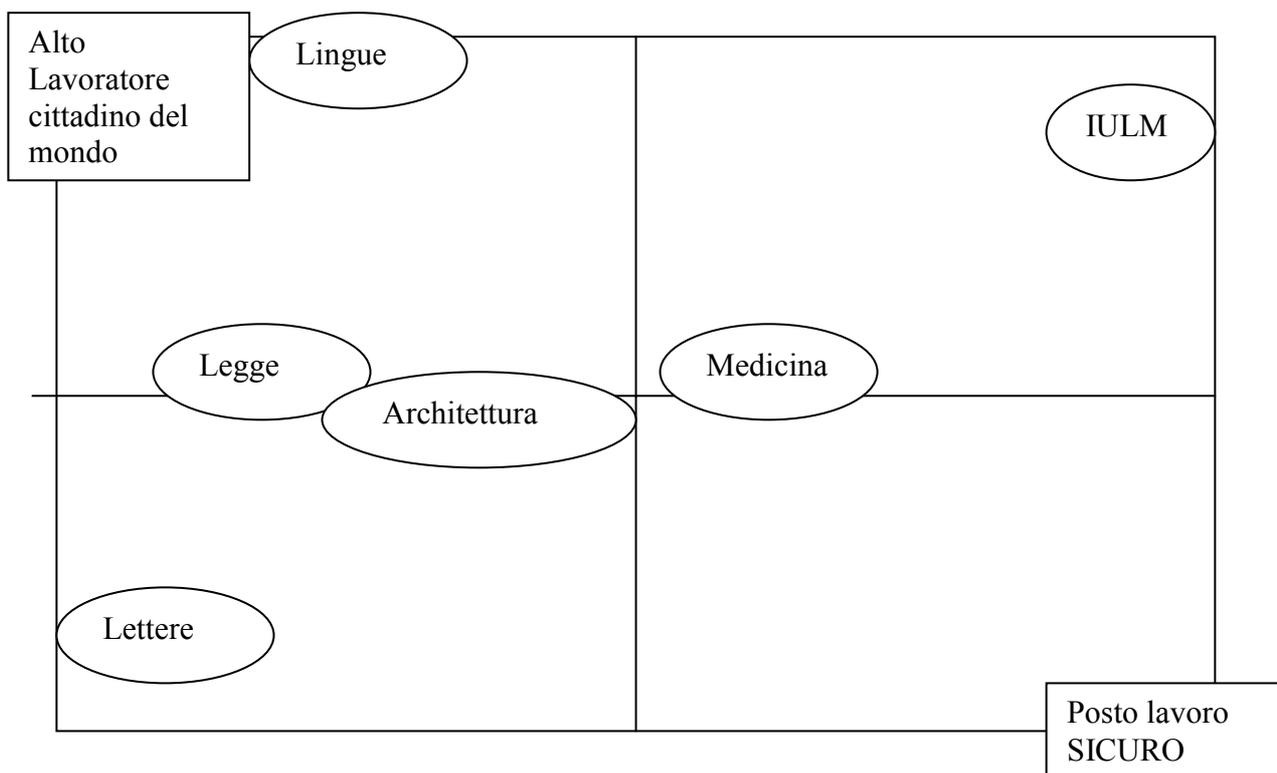
Concorrenza

<p>Altre Università OUT</p> <ul style="list-style-type: none"> - non sono un investimento sicuro, molti laureati es, di legge non trovano lavoro - non eclettici, non proiettati ad un lavoro creativo - un laureati di Filosofia, legge, ingegneria, si Immagina "IN ITALIA" non orientati ad una visione cosmopolita 	<p>Altre università IN</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'università più istituzionale "sembra" + seria - dato l'alto impegno richiesto sembra confermata la serietà

BCG per la concorrenza

Facoltà →	Legge	Architettura	Lettere	Medicina	Lingue	RP - IULM
Serietà apparente	5	3	2	5	2	4
Posto di lavoro assicurato	2	2	1	3	2	4
Ecletticità nella scelta del lavoro	1	2	3	2	4	5
Impegno richiesto	5	4	2	5	2	4
Sforzo economico richiesto	4	3	2	5	2	4
Creatività nel lavoro futuro	2	4	2	2	2	5
Lavoro ideale futuro – alto grado	5	5	4	5	2	5
Globalizzazione, possibilità di viaggio	3	3	2	4	5	5

= migliore



Interlocutori

Nota:

Sono state valutate diverse tipologie di target per la nostra comunicazione, [neodiplomati, genitori che “premono” per la scelta universitaria, amici dei neodiplomati, aziende che selezionano personale della IULM, nonni dei neodiplomati, chi già frequenta la IULM, chi frequenta un’altra facoltà (sarebbe simpatico promuovere una cambiamento universitario.. del tipo.. <<perché studi legge, hai il papà avvocato?..>>) i professori dei licei, i bidelli, le aziende di recruitment..

Target

Alla fine sono stati scelti 2 target. Il primario: i genitori dei figli neodiplomati quindi gli stessi neodiplomati...

Vengono di seguito analizzati gli **interessi**, cosa voglio, i bisogni gli stili di vita dell’audience ideale...

GIOVANI	→	genitori dei Giovani(alla domanda: “che i figli abbiano...”)	
Divertimento			Lavoro Onesto
Velocità nel terminare gli studi per il “PEZZO DI CARTA”		Non perdere tempo Realizzazione affermazione	Facciano una famiglia
	Lavoro che piaccia		
	Sicurezza economica		
	Autonomia		Siano soddisfatti
Riconoscimento in uno “stile di vita”			
	Carriera		
Non vogliono essere esclusi dal gruppo		Scelte giuste	
	Crescita		
Piacere agli altri			Abbiano e si prendano responsabilità
Non troppo impegno			
Riuscire			
Libertà di pensiero			
			Non vogliono sprecare il denaro
			Risparmio o buon investimento
	Futuro ASSICURATO		
			Abbiano dei nipoti
			Ripongono speranze
		Soddisfazione	
Pronti a qualsiasi lavoro			
Non vogliono fare lo stesso “mestiere” tutta la vita			Posto di lavoro sicuro nel tempo
Viaggiare			
Stringere relazioni			
Lavoro di concetto			

Ipotesi di strategia creativa

Laddering – punti di forza per la scelta della strategia creativa

Utile nuova	Interessante Docenti professionisti	Richiesta di lavoro Tematiche ricorrenti ed aggiornate	Su misura Non affollata
Pronta per il futuro	Pronta per l'Europa	Alta qualifica dei laureati	Non è perdita di tempo
Successo	Eclettico	Lavoro creativo	Professionale

Azione desiderata

- richiesta di brochure – visita del sito internet per informarsi sulle iscrizioni, ricerca/richiesta di informazioni - - **aumento delle iscrizioni.**

Promessa – benefit

Posto di lavoro di successo –

Ipotesi

Promessa → consumer insight → **telling Idea**

PROMESSA	CONS. INSIGHT	TELLING/SELLING IDEA
Alla IULM si studia la COMUNICAZIONE	La Comunicazione è l'anima del commercio	Lo IULM ANIMA IL COMMERCIO
La IULM ti lancia nel mondo della comunicazione	Molti laureati non trovano lavoro	Un laureato IULM trova lavoro facilmente
IULM è CARA ma è un investimento sicuro	Università meno care non ti assicurano il ritorno €€€ - Non assicurano il posto di lavoro [vedi #200]	Università IULM ripaga i tuoi sforzi -
La IULM ti costruirà le basi per lavorare nella comunicazione	I pubblicitari si vestono in modo strano .	Ad un laureato IULM tutto è concesso – dite a vostra mamma che suonate il piano in un bordello... (
	I pubblicitari conoscono un sacco di fotomodelle	
	I pubblicitari fanno le feste con donne, champagne e cocaina	
La IULM è una Univ. Giovane e con poca concorrenza	Molti laureati di altre univ. non trovano lavoro	
IULM	Molti laureati inviano curricula e non ricevono neanche risposta	Non ti servirà scrivere tanti curricula -
		Laureati IULM sono corteggiati
Iulm forma comunicatori	Le aziende hanno scoperto di aver bisogno di comunicatori	Molte aziende hanno scoperto di aver bisogno di laureati IULM
Studiare alla IULM è un investimento in comunicazione	L'investimento in comunicazione è alla base del funzionamento del mercato	Un laureato Iulm fa funzionare il mercato
IULM ti farà trovare lavoro	Il lavoro nobilita l'uomo	Iulm nobilita il lavoro
IULM ti farà trovare lavoro	Il lavoro nobilita l'uomo	Chi fa IULM fa l'amore

	CONSUMER INSIGHT	
	È difficile trovare lavoro	IULM orientata al Business – vicina all'azienda
	Neodip non sa scegliere l'università	
	Perché si sceglie una univ. Piuttosto che un'altra	
	Le RP sono un anello della catena della produzione	La iulm è il partner ideale per quell'anello

Riflessioni sulla Selling/telling Idea

Il posto di lavoro, non perdono tempo

#199

Per gli studenti che non hanno finito legge – che vengano alla IULM

#200 per il genitore che ha sempre visto crescere il proprio bimbo, e che ha sempre scelto il meglio per lui – vuoi fermarti adesso

#201

in media chi finisce l'università e trova subito lavoro va via di casa, chi studi ancora vive coi "suoi" le mamme si disperano quando il figlio esce di casa

se trovassi subito lavoro?..

- non scriverei tanti curricula
- non farei tanti colloqui
- pago i debiti
- posso già mettere su famiglia (mamma/piange)
- non farei la vacanza premio del post-laurea
- non farei al festa di laurea perché sono al lavoro
- i partecipanti alla mia festa di laurea sarebbero i colleghi di lavoro
- il problema sarebbe dover chiedere 1 giorno di ferie per la festa di laurea
-

