

Come sviluppare e comunicare la strategia di sostenibilità giusta per la tua azienda – 8-10 gg

P

- > Anche la strategia di sostenibilità deve contribuire a realizzare la value proposition della tua azienda, e deve essere comunicata efficacemente a tutti gli stake holder, siano essi clienti, dipendenti o investitori**
- > Percorso aziendale**



ANTONELLA PESCIO

- MBA alla Columbia Business School di New York
- Dal 1988 al 2004 ho maturato significative esperienze nel consumer marketing internazionale e nelle vendite in Olivetti, Colgate–Palmolive, Barilla, Gatorade e Illycaffè. Dal 2004 al 2008 sono stata direttore marketing di Bisazza Mosaico, sviluppandone la struttura di marketing/trade marketing e l'identità di marca nei principali mercati mondiali
- Da quasi 15 anni faccio la consulente, Formatrice e temporary manager e negli ultimi anni ho seguito diversi progetti per mettere a punto la strategia di sostenibilità e la sua comunicazione per clienti come SMEG e Fedon
- Formatrice in azienda per clienti come IVG Colbachini, Gruppo Cimbali, Gruppo Dani, ecc., collaboro con Confindustria
- Insegno Marketing & Digital Communication all'Università di Modena e Reggio Emilia, e ho tenuto corsi universitari e Master in Marketing Strategico e Digitale all'Università di Brescia, Ca' Foscari Challenge School (Master in Cultura del Cibo e del Vino), Fondazione Cuoia e Istud

Percorso Strategia Sostenibilità 8-10 gg



Full immersion in azienda 1 gg

- > Interviste interne/ focus group per indagare sentiment aziendale sostenibilità
- > Presentazione azienda da parte team interno:
 - overview azienda e condivisione purpose, mission, stakeholder, strategia marketing/ comunicazione, percorso sostenibilità effettuato fin ora e obiettivi futuri
 - Presentazione Business Unit/ prodotti interessati dal percorso
 - Visita produzione con focus aspetti legati alla sostenibilità
 - Definizione obiettivi strategici chiave in relazione al tema della sostenibilità e business coinvolti/ mercati prioritari e stakeholder interni ed esterni di riferimento (principali destinatari della comunicazione)

Analisi competitiva e di mercato 4 gg

- > Condivisione case history guida marketing sostenibile
- > Creazione team multifunzionali di progetto per BU
- > Interviste individuali a stakeholder interni ed esterni
- > Eventuali affiancamenti in vendita
- > Segmentazione di mercato e analisi competitiva: desk analysis e workshop in team

Sostenibilità ambientale nell'occhialeria 1 gg

- > Potenziali percorsi di sostenibilità ambientale nell'industria di riferimento materie prime, processi produttivi, recycling ed economia circolare, filiera green, packaging, materiali di visibilità, attività di comunicazione

Individuazione Value Proposition sostenibile

1 gg

- > Estrazione fattori chiave differenziazione: workshop in team
- > Messa a punto Value Proposition Sostenibilità/ CSR: workshop in team

Customer Journey e piano comunicazione 2-3 gg

- > Mappatura customer journey stakeholder chiave:
 - Workshop Customer Journey per ciascuno stakeholder
 - Dai touch point al piano marketing/ comunicazione sostenibile, workshop in team ed elaborazione piano
 - Valutazione costi ed eventuali criticità/ rischi, ritaratura/ affinamento piano
 - Definizione KPI's per misurazione risultati