

ONE4®
we take care

www.ONE4.eu
info@ONE4.eu | +39 0289202691



ONE4 srl - Azienda certificata EN ISO 9001 : 2015
Autorizzazione a tempo indeterminato per l'esercizio dell'attività di ricerca e selezione n. 0014442 del 05/10/2016. Autorizzazione a tempo indeterminato per l'esercizio dell'attività di supporto alla ricollocazione del personale n. 0014437 del 05/10/2016. Iscrizione all'albo degli operatori accreditati per la formazione della Regione Lombardia numero 968 del 20/10/2016.

Analisi dell'efficacia del Brand

L'analisi del Brand di ONE4 ha lo scopo di **identificare lo stato di salute e l'efficacia della comunicazione** dell'azienda presa in considerazione.

Anche nello stesso settore, **ogni azienda deve essere riconoscibile** e in grado di distinguersi dalla concorrenza, comunicando in maniera unica ai propri clienti e potenziali.

L'analisi del Brand di ONE4 è lo strumento efficace che permette di **pianificare in maniera strategica** la comunicazione aziendale.

Il nostro approccio

Questa analisi si pone l'obiettivo di fotografare la situazione attuale interna, **facendo emergere quali sono i punti di forza e di debolezza della comunicazione online e offline**. Allo stesso modo, deve fare emergere quali sono le minacce e quali invece le opportunità analizzando lo stile di comunicazione dei competitor.

Il consulente marketing di ONE4 **analizzerà il materiale comunicativo prodotto e il percepito del mercato** al fine di rilevare qual è ad oggi l'immagine dell'azienda e quanto sia in linea con gli obiettivi e la strategia di sviluppo.

L'analisi del Brand di ONE4 è lo strumento base necessario a sviluppare una strategia di comunicazione aziendale che sposi le linee guida, i valori e la mission aziendale.



Nel concreto, di cosa si tratta?

- **Analisi** dei materiali di comunicazione online e offline dell'azienda.
- **Confronto** con i reparti interni all'azienda per la comprensione del mercato di appartenenza.
- **Identificazione** del percepito dell'azienda sui clienti esistenti.
- **Analisi** dei punti di forza e di debolezza di comunicazione dell'azienda.
- **Analisi** dello stile di comunicazione dei competitor.
- **Analisi** delle opportunità e minacce dei competitor dell'azienda.