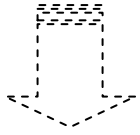
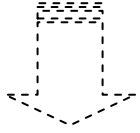


# Creatività



# Progetto



# Racconto

## Il tuo Evento Aziendale - Creativo e Family E' Meglio!

Per il Lancio di un prodotto. La creazione di un tour aziendale , La comunicazione del brand, L'evento aziendale.

Grazie al processo creativo che si basa sul fondamentale aspetto della relazione, relazione tra azienda e:

-cliente - partner -fornitore -dipendente -famiglia

Le **keywords** utilizzate :

- coinvolgimento -ingaggio -relazione -positività

-ottimizzazione -opportunità -azienda

Traduciamo messaggi complessi in metafore semplici attraverso

l'instaurarsi di relazioni fatte per durare nel tempo. UN MATRIMONIO?

Si tra un pubblico e un abile raccontastorie **L'AZIENDA.**

Oggi più che mai le storie, le esperienze e la conoscenza sono il vero patrimonio di un brand e lo rappresentano e lo traducono in ogni suo prodotto, campagna comunicativa, evento, persona cliente/collaboratore.

Perché quindi non strutturare la progettazione di un evento come una storia, una narrazione ?

Si parte come tutte le storie da un titolo e da un sottotitolo che per noi rappresentano l'annuncio dell'evento e il suo avvicinarsi. Inizia qui la progettazione dell'evento e la costruzione di quello che verrà percepito, vissuto e ricordato. Ogni evento è unico, irripetibile e diverso da tutti gli altri proprio perché è ideato per adattarsi al meglio alle caratteristiche, necessità dell'azienda stessa o dei suoi prodotti.

La festa aziendale, il lancio del brand , la presentazione del nuovo prodotto può concludersi quando tutti gli invitati lasciano la sala, quando si spengono le luci del palco dopo lo speech dell'amministratore oppure andare avanti nei giorni e nei mesi successivi, grazie a una ricca serie di iniziative forti della convinzione che gli eventi organizzati da un'azienda possano tradursi in nuove opportunità per favorire e migliorare le relazioni sul luogo di lavoro o con il prodotto e di conseguenza per accrescere la soddisfazione dei clienti e dei dipendenti .

Come un ottimo racconto e una storia memorabile il progetto dovrà seguire diverse fasi di stesura e pianificazione concordando con l'azienda modifiche e variazioni dovrà essere scritto ( in lessico giornalistico) a 4 mani!



**Così si favorisce la circolazione delle idee:** Tra i “semi” gettati in occasione di una festa o di un family day, ci sono anche una serie di proposte destinate a migliorare le relazioni personali all'interno di un'azienda.

“Ad esempio, si può creare un indirizzo e-mail legato al simbolo della festa (che può essere rappresentato da un personaggio mediatore es: la lumaca o la tartaruga come animali che portano la sicurezza con sé, possono essere i personaggi mediatori di un'assicurazione) e invitare tutti i dipendenti ad utilizzarlo per esprimere idee, suggerimenti, segnalazioni”

“Può capitare che un dipendente si accorga di un problema all'interno dell'ambiente di lavoro o che abbia una proposta per un futuro sviluppo, ma che non sappia a chi segnalarlo o esiti a farlo per timore di risultare inopportuno.

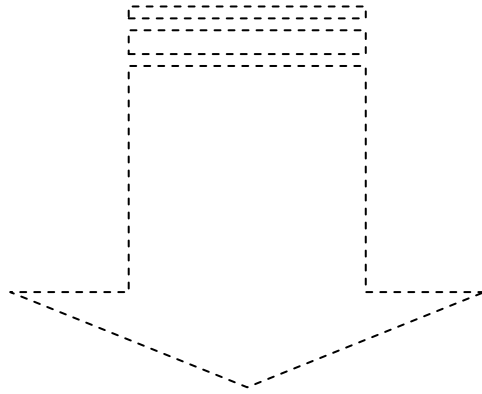
Un peccato, poiché il contributo di chi lavora nell'azienda può fare la differenza per migliorare e risolvere eventuali problematiche. Lo sportello e-mail può diventare il canale che incoraggia la comunicazione e lo scambio tra dipendenti e datori di lavoro”.

**Un patrimonio di esperienze e competenze:** Quante storie di vita vissuta, quante competenze, passioni, capacità si possono trovare negli uffici di un'azienda? Un datore di lavoro ha a disposizione un grande bacino di intelligenze e competenze, una ricchezza che spesso non è conosciuta, né valorizzata.

Forse tra i dipendenti c'è chi è appassionato di pittura, chi nel weekend scala le montagne, chi si dedica al teatro. Per scoprire tutto quello che può rappresentare un valore aggiunto per l'azienda, ma anche semplicemente per creare relazioni umane più profonde che possono migliorare la qualità della vita di tutti, è possibile sfruttare l'occasione di party, family day, eventi aziendali. Oltre allo sportello per segnalare idee, suggerimenti, critiche per raccontarsi, per dare l'opportunità ai dipendenti di descrivere le loro passioni, le loro esperienze.

Costi a progetto

# L'evento come



# Opportunità