

# Introduzione

La comunicazione è un termine comprensivo di molti significati e vissuti.

La comunicazione, infatti, viene intesa in una **pluralità di significati**:

- le attività del tempo libero e quelle del lavoro
- lo spettacolo, l'intrattenimento e il vivere quotidiano
- una visione culturale ed una tecnica
- area di competenza dei media
- o principio base sociale dell'organizzazione delle società moderne.

# Gli Approcci

Una comunicazione indefinita tra due paradigmi contrapposti:

1. l'enfasi viene concentrata sul processo di **diffusione** delle informazioni e sulla trasmissione di significati
2. enfatizza maggiormente il legame **relazionale**, con le caratteristiche di condivisione di significati e di relazione sociale

Nel paradigma informazionale l'essenza della comunicazione è nell'essere il sistema circolatorio della società, rappresentata come insieme di sistemi comunicativi, in cui il ruolo del soggetto ricevente è passivo, costretto alla ricezione dell'emittente e all'attesa dell'alternanza dei ruoli.

Nella metafora del legame,  
le caratteristiche sono quelle dell'essere  
l'elemento fondativo della socialità.

Il ruolo del soggetto ricevente, in questo caso, è attivo,  
impegnato con il soggetto emittente  
ad una continua interazione  
e ad una sistematica cooperazione interpretativa

# La comunicazione

Esistono diverse teorie che affrontano ognuna alcuni aspetti peculiari della comunicazione

**"Un processo di scambio di informazioni e di influenzamento reciproco che avviene in un determinato contesto tra due o più individui"**

Elementi di base della comunicazione:

√ **gli individui**

√ **le informazioni**

√ **il contesto**

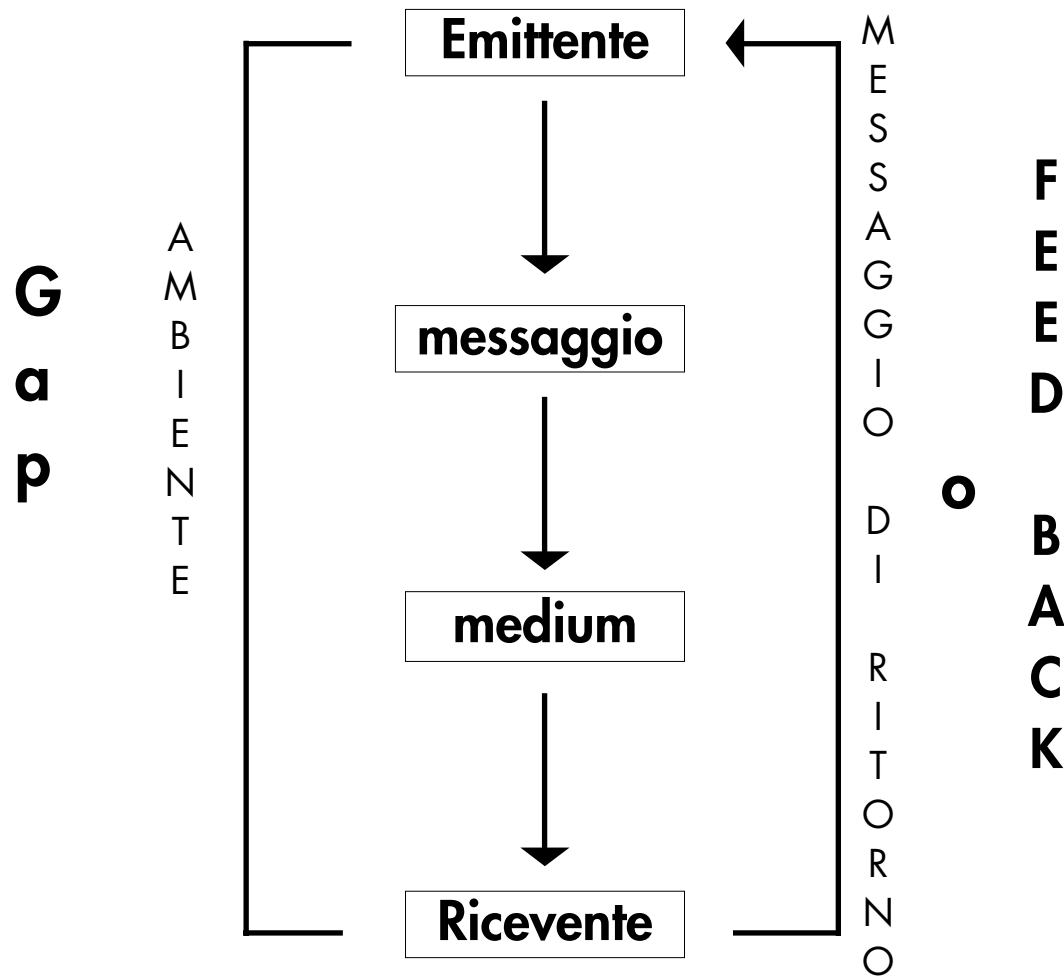
√ **lo scambio**

## Perchè si comunica

1. Compiere o conseguire qualcosa
2. Fare in modo che qualcuno si comporti in una determinata modo
3. Scoprire o spiegare qualcosa
4. Esprimere i propri sentimenti
5. Stare in compagnia
6. Alleviare l'ansia
7. Dimostrare interesse per una data situazione
8. Perchè la situazione lo richiede

**SI COMUNICA SEMPRE PER RAGGIUNGERE UN OBIETTIVO**

# IL processo comunicativo



**la comunicazione è efficace**

**soltanto se**

**emittente e ricevente**

**danno lo stesso significato al messaggio**

## Le componenti

a. Comunicazione verbale/razionale: **il contenuto**

**CIO' CHE SI DICE**

b. Comunicazione non verbale/emotiva: **la relazione**

**COME VIENE DETTO**

## La comunicazione emotiva

- √ posture del corpo
- √ gestualità
- √ espressione del viso
- √ timbro di voce
- √ ritmo e cadenza delle parole
- √ ambiente

Entrambe le componenti concorrono alla formazione del messaggio, purché siano **COERENTI** tra loro.

## Gli assiomi

- √ Il comportamento non ha il suo opposto.
- √ Ogni persona ha "sempre" un comportamento.
- √ Ogni comportamento trasmette un messaggio, quindi comunica.
- √ Anche il silenzio o l'immobilità comunicano sempre qualcosa.

**"NON SI PUO' NON COMUNICARE"** (Paul Watzlawick)

# Gli obiettivi

Ciò che si vuole ottenere con la comunicazione

√ un comportamento

√ un'azione

√ un'idea

√ un ricordo

Per essere efficace deve:

- √ essere raggiungibile
- √ essere definito dall'emittente
- √ tener conto del ricevente
- √ condizionare il mezzo scelto
- √ essere misurabile

Senza obiettivi la comunicazione non ha parametri per verificarne l'efficacia.

## Gli strumenti

Sono scelti in base a:

- √ obiettivo fissato
- √ caratteristiche dell'emittente
- √ caratteristiche del ricevente
- √ localizzazione di entrambi
- √ rapporto costo/beneficio
- √ accessibilità
- √ possibili aspetti sinergici

Gli strumenti di comunicazione utilizzati nel marketing sono:

1. la pubblicità
2. le promozioni
3. le sponsorizzazioni
4. il direct marketing
5. le relazioni pubbliche
6. la forza vendita
7. il marchio e l'immagine coordinata