

Consiglio del 21 marzo 2018

Punto 10 all' ODG

Attività delle Commissioni tecniche e dei gruppi di lavoro

ALLEGATO 10-3

Piano di Comunicazione Integrata offline/online 2018

Riflessioni della Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione su specifiche azioni

Piano di Comunicazione Integrata offline/online 2018

Riflessioni della Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione su specifiche azioni

La Commissione Tecnica Marketing e Comunicazione si è confrontata e ha fornito la propria collaborazione, in termini di suggerimenti e spunti di riflessione per un'efficace implementazione delle attività, su una serie di iniziative che potrebbero rientrare nel piano di Comunicazione Integrata offline/online 2018 dell'Associazione, in fase di stesura con la collaborazione del consulente per la comunicazione (Giovanna Marchi Comunicazione).

Per alcuni degli interventi analizzati è prevista una collaborazione della Commissione stessa anche in termini di fattiva collaborazione per il raggiungimento degli obiettivi preposti.

La tabella seguente riassume le attività previste per le quali si è ritenuto necessario l'apporto della Commissione e le riflessioni formulate nel corso della riunione del 9 marzo u.s.



ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Azione	Descrizione	Riflessioni della Commissione	Follow up
1. Indicatori del factoring	<p>Creare nuovi indicatori (oltre al confronto sul PIL) di interesse verso i media, che aumentino il peso anche «politico del factoring».</p> <p>I temi di maggiore interesse sono, ad esempio, quelli macro-economici e finanziari, quello occupazionale, ecc.</p> <p>Per esempio, utilizzare a regime e con maggiore continuità il “Numero di aziende che utilizzano il factoring” (in Italia e all'estero), magari suddivise per tipologia dimensionale (grandi, piccole, medie) e per comparto. Questa informazione potrebbe consentire di essere pubblicati nelle rubriche che parlano di imprese e dunque poter intercettare il target audience brand principale del factoring.</p> <p>Sul tema occupazionale, potrebbe essere di interesse un approfondimento sulle figure professionali specifiche del settore.</p>	<p>Si condivide l'idea di individuare nuovi indicatori alternativi di interesse e <i>appealing</i> per la stampa e le imprese.</p> <p>Si suggeriscono:</p> <ul style="list-style-type: none">• numero aziende che ricorrono al factoring• confronto sofferenze factoring con sofferenze bancarie• confronto volumi factoring con anticipo fatture / penetrazione sul totale autoliquidanti• confronto volumi factoring con finanziamenti a b/t• peso su working capital• approfondimenti distribuzione factoring per regione / settore	<ul style="list-style-type: none">• Fare simulazioni su nuovi ulteriori indicatori, da presentare anche con il supporto di infografiche di maggiore impatto.
2. Newsletter	<p>Inserimento in Fact&News di un'intervista o un editoriale o un intervento a firma di un opinion leader del mondo economico / finanziario. Opinion leader intervistati da</p>	<p>L'idea è condivisa e si riterrebbe ancor più interessante poter pubblicare interviste a clienti per casi di factoring di successo, garantendo “l'anonimato”</p>	<ul style="list-style-type: none">• Si attendono suggerimenti su nominativi di opinion leader e eventuali contatti, ulteriori spunti.



ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Azione	Descrizione	Riflessioni della Commissione	Follow up
	<p>key journalist del sistema economico italiano.</p> <p>Ciò ha l'obiettivo di dare maggiore visibilità e diffusione ai contributi associativi e alla newsletter associativa, spostando il focus degli articoli verso tematiche di interesse per soggetti "non addetti ai lavori".</p> <p>STRUMENTI per dare risalto al contributo esterno: Mailing List, sito Assifact, LinkedIn, anticipazione a un medium, diffusione comunicato stampa.</p>	<p>delle società di factoring coinvolte. Questa ipotesi si ricollega, fra l'altro, alla successiva iniziativa in esame di "Diffusione Case History di successo del factoring" tramite rubriche e testate dedicate alle imprese.</p> <p>Idee per una maggiore diffusione di F&N:</p> <ul style="list-style-type: none">• post LKN in occasione della pubblicazione sul sito Assifact della newsletter bimestrale Fact&News• post LKN con il richiamo a articoli specifici di F&N e relativo link• dare spazio alla newsletter sulla home page del sito associativo• condivisione / visibilità della newsletter sui siti degli Associati	<ul style="list-style-type: none">• Per le interviste a clienti, si invitano i membri della Commissione a fare le verifiche del caso all'interno delle proprie società (compliance, disponibilità a fornire i dati e i contatti, interesse e disponibilità dei clienti)• Pianificazione post LKN e visibilità su sito associativo
3. Diffusione Case History di successo del Factoring (fornite dagli Associati)	<p>L'idea è di raccogliere e diffondere una casistica di operazioni di factoring di successo fornite dagli Associati, da utilizzare per "esclusive" su rubriche e testate dedicate alle imprese, con la finalità istituzionale di diffondere la conoscenza del prodotto factoring e delle sue potenzialità nell'ambito del target obiettivo, rappresentato dalle imprese, e accendere l'interesse dei soggetti "non</p>	<p>Si registra grande interesse e favore da parte della Commissione per l'iniziativa in esame.</p> <p>Si potrebbe definire un piano editoriale con i casi di successo che gli Associati sono disposti a fornire, raccolto il consenso dei propri clienti, pianificato anche in base alle principali tematiche che di volta in volta si vogliono</p>	<ul style="list-style-type: none">• Svolgere le necessarie verifiche all'interno delle singole società ed esprimere l'intenzione di partecipare all'iniziativa e fornire le informazioni necessarie all'implementazione. FEEDBACK ENTRO 1 MESE.• Definire criteri e livello di disclosure dei casi e piano



ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Azione	Descrizione	Riflessioni della Commissione	Follow up
	addetti ai lavori". PERIODICITA': Appena gli associati inviano i casi dei propri clienti. STRUMENTI: Esclusive per rubriche/testate dedicate alle imprese (p.e. Imprese e Territorio de IlSole24Ore, L'Impresa, etc.), LinkedIn, sito Assifact.	evidenziare. Si rende necessario verificare all'interno delle singole società la disponibilità a fornire i dati / contatti utili e, con la funzione compliance, il livello di disclosure che è possibile dare ai casi da pubblicare.	editoriale. <ul style="list-style-type: none">Fornire casi e segnalare i soggetti disponibili (es. imprenditore che vuole parlare della propria realtà di successo e parla anche del factoring).
4. Premio Annuale Assifact	Selezionare e premiare le migliori operazioni di factoring del 2017 – In collaborazione con un medium. PERIODICITA': Annuale, a partire da periodo da definire. STRUMENTI: Relazioni Pubbliche, Media Relation, Press Office, Digital PR, sito Assifact.	Questa iniziativa è strettamente collegata alla raccolta di case history di successo del factoring. Sarà importante individuare (e sarà comito della Commissione stessa) i criteri per valutare l'operazione e attribuire punteggi e premio. Qualche perplessità e preoccupazione su come presentare l'iniziativa ai clienti ma l'iniziativa è già diffusa con successo in altri paesi, in cui gli stessi clienti apprezzano la visibilità che ne deriva anche per loro.	<ul style="list-style-type: none">Svolgere le necessarie verifiche all'interno delle singole società ed esprimere l'intenzione di partecipare all'iniziativa e fornire le informazioni necessarie all'implementazione. FEEDBACK ENTRO 1 MESE.
5. Amplificazione offline/online dati / notizie Assifact da parte degli Associati	Individuare nuove azioni per migliorare il rilancio e la visibilità delle notizie e delle comunicazioni associative.	Con la definizione delle policy social emanate a fine 2017 con il supporto della Commissione, si sono già registrati notevoli miglioramenti nel rilancio delle	<ul style="list-style-type: none">Attivare l'invio ai membri della Commissione MKT dell'email alert <i>Factoring Outlook</i>, l'e-mail alert di Assifact che informa



ASSIFACT

Associazione Italiana per il Factoring

Azione	Descrizione	Riflessioni della Commissione	Follow up
	FOCUS: Definizione policy e inviti all'azione.	comunicazioni associative, con il supporto degli associati e dei membri delle commissioni.	periodicamente gli iscritti delle principali novità pubblicate sul sito dell'Associazione
	PERIODICITA': Quanto prima.		<ul style="list-style-type: none">• Pianificazione post LKN
	STRUMENTI: Uffici Comunicazione degli Associati.	Da inizio anno si è inoltre già attivata l'iniziativa di inoltro, subito dopo il lancio dei Comunicati Stampa Associativi, ai membri della Commissione MKT.	
		Altri suggerimenti da implementare: <ul style="list-style-type: none">• post LKN in occasione della pubblicazione sul sito della newsletter bimestrale Fact&News• post LKD con il richiamo a articoli specifici di F&N e relativo link	