

I modelli del processo di comunicazione d'impresa

di [Fabrizio Gritta](#)

Pubblicato il 30 Aprile 2022

Nel mondo digitale la **comunicazione d'impresa** è **sempre più complessa**. Vediamo alcuni **utili spunti per gestirla correttamente**..

Nei precedenti articoli abbiamo definito l'identità e l'immagine aziendale, sono state esaminate le fasi della progettazione della campagna di comunicazione dell'identità, rimarcando l'importanza che oggi detiene nel mondo della rete, e ci siamo soffermati nei tre momenti operativi che caratterizzano la promozione:

- realizzazione degli adeguati processi di input
- [definizione dell'immagine ottimale](#)
- [progettazione della strategia comunicativa](#).

Nell'ultimo articolo, poi, abbiamo esaminato come è cambiata la relazione impresa – utente alla luce dell'utilizzo delle tecnologie digitali che è passata dalla forma deterministica all'attuale approccio interattivo e collaborativo.

Nell'intervento di oggi, nell'intento di proseguire il percorso avviato sulla business communication, affronteremo il concetto da un punto di vista sistemico per acquisire la definizione e l'impostazione di base.

In cosa consiste la comunicazione d'impresa?

Ci domanderemo, dapprima, in cosa consiste la comunicazione d'impresa, introducendo le aree di intervento, per poi analizzare i tre modelli che sono alla radice del processo di comunicazione.



Etimologicamente, il termine comunicazione trae origine sia dal

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento