



Fondazione Iniziative

Rivista Pirelli

Archivio Storico

Biblioteche

Education

ENTRA IN FONDAZIONE

CULTURA D'IMPRESA eng
Newsletter

FONDAZIONE PIRELLI

[Home](#) > [Cultura d'impresa](#) > [Recensioni Libri](#) > [Un nuovo modo di lavorare](#)

Un nuovo modo di lavorare

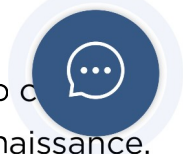
Brand Renaissance

Nuove tecniche per rivoluzionare
la comunicazione organizzativa

In un libro appena pubblicato, una visione diversa e più coinvolgente della fabbrica e dell'ufficio

Comunicare bene, con chiarezza e affidabilità. Indicazione importante per tutti. Anche per le imprese. Anche dentro le imprese. E' necessario però saperlo fare con attenzione. Magari iniziando dalle stesse strategie usate per i mercati (che mai come oggi chiedono, appunto, chiarezza).

E' da questo nucleo di idee che ha preso forma il libro curato da Patrizia Musso e da Maria Luisa Bionda. "Brand renaissance.





Fondazione Iniziative

Rivista Pirelli

Archivio Storico

Biblioteche

Education

ENTRA IN FONDAZIONE

CULTURA D'IMPRESA eng
Newsletter

FONDAZIONE PIRELLI

Maria Luisa Bionda

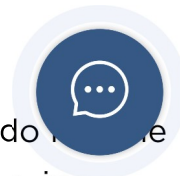


dello scenario e una ricca serie di casi e suggerimenti pratici. Il libro raccoglie così numerosi contributi dal mondo delle aziende e dell'università. Dalle riflessioni e dalle esperienze emerge, inoltre, come questa metamorfosi sia accelerata negli ultimi anni dalle nuove generazioni che impongono ai *brand* decisivi cambi di rotta, sia per un uso più consapevole degli strumenti di comunicazione digitale sia nella concezione della sede aziendale, sempre più piattaforma di relazione e non solo luogo di lavoro. Sfilano nelle pagine del libro, tra gli altri, i casi di Enel, Boston Consulting Group, Eolo, Fastweb NEXXT, L'Oréal. Chiude il libro anche un "aggiornamento" che tiene conto dell'impatto di Covid-19.

Dalle poco più di 200 pagine, si delinea così un modo nuovo di intendere il lavoro, che magari non troverà tutti d'accordo, ma che apre nuovi orizzonti produttivi e culturali. Una visione che - per le due curatrici - significa rimettere al centro la persona, in

nel mondo del *branding* e che rendono speciale la relazione con i consumatori. Le autrici si chiedono se non sia il caso di utilizzare gli stessi concetti e gli stessi strumenti anche nei momenti di contatto con i dipendenti e i collaboratori, attuali e potenziali.

Da qui la constatazione: un approccio al *branding* a tutto tondo diventa utile per affrontare con lucidità le sfide quotidiane. Nel libro, vengono affrontati e analizzati concetti come quello di *Employer Branding*, per reclutare nuovi talenti, *Internal Branding* per condividere valori e mission dentro le mura aziendali. Le autrici, poi, non si limitano alla teoria ma approfondiscono anche la realtà italiana, proponendo un'analisi





Fondazione Iniziative

Rivista Pirelli

Archivio Storico

Biblioteche

Education

ENTRA IN FONDAZIONE



CULTURA D'IMPRESA eng Newsletter

FONDAZIONE PIRELLI

Francio Angeli, 2020

21 LUGLIO 2020





Fondazione Iniziative

Rivista Pirelli

Archivio Storico

Biblioteche

Education

ENTRA IN FONDAZIONE 

 **CULTURA D'IMPRESA** eng
Newsletter

FONDAZIONE PIRELLI

12 MAGGIO 2020

13 LUGLIO 2020

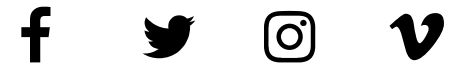
28 APRILE 2020

CONTATTI

La Fondazione Pirelli è aperta al pubblico su appuntamento.

Viale Sarca, 222 - 20126 Milano

SEGUICI SU



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

INVIA





Fondazione Iniziative

Rivista Pirelli

Archivio Storico

Biblioteche

Education

ENTRA IN FONDAZIONE

CULTURA D'IMPRESA eng Newsletter

FONDAZIONE PIRELLI

CARICA ALTRI

02.64423971

info@fondazionepirelli.org

Copyright © 2020 Pirelli & C. S.p.A. - P.IVA: 00860340157 - v. 2.1.25 IP1

[Privacy Policies](#)

[Cookies](#)

[Press area](#)

[Statuto](#)

[Codice etico](#)

[Licenza SIAE](#)

PIRELLI.COM

