

La Settimana della Comunicazione: in Circle Line un evento di grande successo con Fondazione Italia Cina

È risaputo che per comunicare bisogna essere almeno in due. Quando poi si deve interagire, soprattutto per ragioni legate al business, con mondi di diversa storicità, cultura ed attitudini sociologiche, è fondamentale essere ben preparati.

La Cina, oggi, rappresenta per le Aziende Italiane una delle più importanti opportunità che deve essere convenientemente colta. Per tale motivo Circle Line e Fondazione Italia Cina hanno promosso uno dei più interessanti seminari all'interno del programma de 'La Settimana della Comunicazione' dal titolo: **Trattative interculturali e brand reputation: analisi degli strumenti di comunicazione per un'efficace gestione delle relazioni in Cina.**

Di fronte ad oltre 60 esponenti del mondo dell'imprenditoria e ad una selezionata delegazione di giornalisti, il workshop è stata l'occasione per aprire un dialogo tra Oriente e Occidente, teso ad illustrare le metodologie e gli strumenti più corretti e strategici per impostare una comunicazione vincente in Cina.

Un particolare focus è stato dedicato al “**sentiment mapping**” che Circle Line ha ottimizzato quale innovativo strumento di **marketing intelligence** che premette di analizzare nel dettaglio le percezioni degli utenti online - il cosa pensano, o dicono - attorno ad un brand, prodotto o servizio.

E' ormai risaputo che il **consumatore moderno è estremamente esigente** e pronto a mettere in discussione il proprio parere su un'azienda, per questo, nel caso in cui il suo acquisto non lo convinca, o peggio, lo deluda, è solito comunicare il proprio disappunto nella pubblica piazza di internet.

Il risultato di questa analisi è il punto di partenza su cui un'Azienda si dovrebbe basare per cambiare o aggiustare il tono di un messaggio, modificare o arricchire il contenuto di una comunicazione, o definire nuovi mezzi di comunicazione, il tutto in tempo reale.

Obiettivo finale migliorare la brand reputation per essere sempre vincenti sui mercati di riferimento.