

Giampietro Vecchiato,
Enzo Mario Napolitano

Marketing, comunicazione e relazioni pubbliche per gli studi professionali

Chi non comunica è fuori gioco. Il “decreto Bersani” (legge 248 del 4 agosto 2006) ha riproposto come attuale il tema del marketing, della pubblicità e delle relazioni pubbliche per gli **studi professionali**. Fino a poco tempo fa infatti la grande maggioranza dei professionisti pensava che il proprio studio “non potesse fare marketing perché il codice deontologico vietava ogni forma di pubblicità”. Oggi possiamo invece affermare che **una trasparente ed efficace comunicazione contribuisce a rafforzare la credibilità delle professioni e dei singoli professionisti**. Ma è proprio la pubblicità lo strumento più adatto e coerente per comunicare le professioni? Siamo certi che non vi sia alcuna differenza tra comunicare un prodotto di largo consumo (un detersivo, una merendina) e comunicare un **servizio intellettuale ad alto contenuto di conoscenza**? Gli autori sono convinti del contrario e nel libro si propongono di chiarirne le differenze e le specificità.

Il **marketing** (cui sono dedicati i primi due capitoli) non è una pratica sconveniente, non è uno stratagemma per professionisti in crisi, è un modo di stare sul mercato e di rispondere alle esigenze dei clienti. La **credibilità** e la **reputazione** (più dell'immagine) fanno parte degli obiettivi di comunicazione e le **relazioni pubbliche** (nella seconda parte) hanno il delicato compito di costruire la fiducia necessaria tra clienti e lo studio. Per relazionarsi positivamente con i clienti, per esercitare meglio la propria attività e per competere in modo etico e responsabile in un mercato sempre più veloce e globale, il professionista dovrà apprendere **nuove abilità comunicative** (nella terza parte): scrivere in maniera efficace, parlare in pubblico, saper ascoltare, organizzare una riunione efficace, negoziare e gestire un conflitto.

Enzo Mario Napolitano è dottore commercialista e Presidente dell'Associazione Italiana Revisori Etici. Ha pubblicato per la Franco Angeli *Il professionista orientato al Cliente* e *Il professionista in cammino verso la qualità totale*.

Giampietro Vecchiato è Direttore clienti di P. R. Consulting srl, Agenzia di Relazioni Pubbliche di Padova e Vice Presidente Ferpi, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. E' inoltre docente di Teoria e Tecnica delle Relazioni Pubbliche presso l'Università degli Studi di Padova e Udine, sede di Gorizia.

€ 16,00 (V)

1065.5

G. VECCHIATO, E.M. NAPOLITANO

MARKETING, COMUNICAZIONE E RELAZIONI
PUBBLICHE PER GLI STUDI PROFESSIONALI

MANAGEMENT



TOOLS

Giampietro Vecchiato,
Enzo Mario Napolitano

Marketing, comunicazione e relazioni pubbliche per gli studi professionali

Crescere tra etica e competizione

Prefazione di Antonio Preziosi

FrancoAngeli

Giampietro Vecchiato,
Enzo Mario Napolitano

**Marketing, comunicazione
e relazioni pubbliche
per gli studi professionali**
Crescere tra etica e competizione

Prefazione di Antonio Preziosi

 FrancoAngeli

TOOLS

TOOLS MANAGEMENT

Visioni, esperienze, metodologie per potenziare competenze e capacità: proprie e dei collaboratori

Erede della storica collana *Formazione permanente* (che ha accompagnato per oltre quarant'anni la crescita della cultura di management in Italia), *Management Tools* offre a tutti i professional (e agli imprenditori) testi precisi, puntuali, agili e innovativi. Scritti appositamente da consulenti qualificati, i volumi affrontano tutte le aree e i temi di rilievo per valorizzare le competenze e indirizzare al successo le organizzazioni.

Progetto grafico di copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2007 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

Ristampa							Anno								
0	1	2	3	4	5	6	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore. Sono vietate e sanzionate la riproduzione con qualsiasi mezzo, formato o supporto comprese le fotocopie (queste ultime sono consentite solo se per uso esclusivamente personale di studio, nel limite del 15% di ciascun volume o fascicolo e alla condizione che vengano pagati i compensi stabiliti), la scansione, la memorizzazione elettronica, la comunicazione e la messa a disposizione al pubblico con qualsiasi mezzo (anche online), la traduzione, l'adattamento totale o parziale.

Stampa: Tipomozza, via Merano 18, Milano.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a "FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano".