

L'impresa si videoracconta

Workshop Osservatorio Business TV 2008
16 aprile 2008 ore 9.00

Imprese e video: I risultati della ricerca



La ricerca



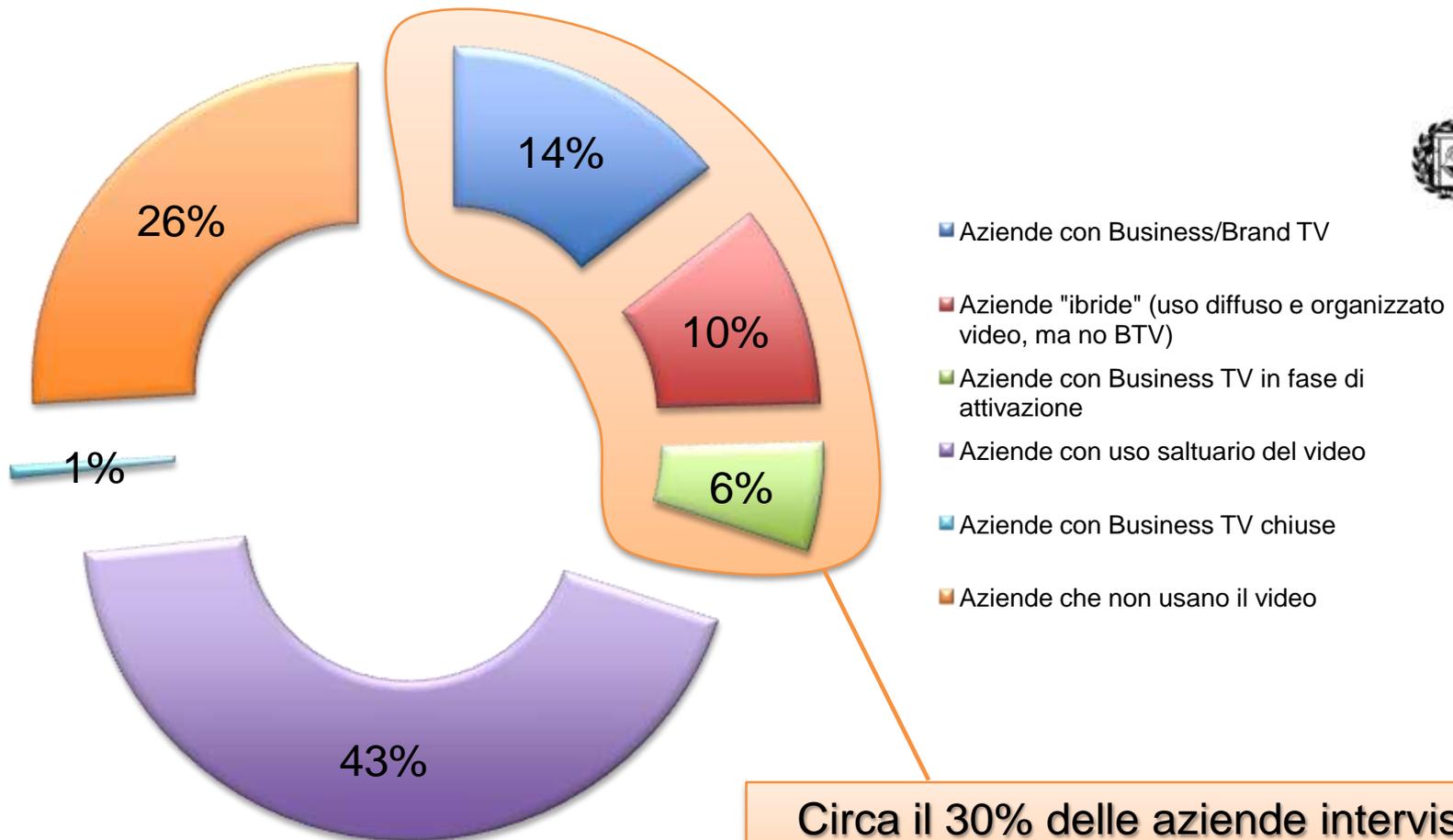
- Obiettivi:
 - Analizzare la diffusione dell'uso del video per la comunicazione interna, esterna e intermedia all'interno delle aziende operanti in Italia
 - Approfondire la conoscenza relativa all'uso del video in termini di:
 - Intensità e frequenza di uso
 - Obiettivi e target di riferimento
 - Modalità produttive e scelte editoriali
 - Ruolo della BTV e del video nelle strategie di comunicazione e impatto
 - Prospettive future
- Metodologia
 - Intervista di taglio qualitativo rivolta ai responsabili della Business TV/della comunicazione video in azienda

La ricerca

- Chi abbiamo intervistato?
 - Campione di partenza di circa 900 aziende: le più importanti aziende operanti in Italia per fatturato e per numero di dipendenti
 - Contatto con più di 470 aziende; 329 hanno partecipato all'intervista



Il video nelle imprese

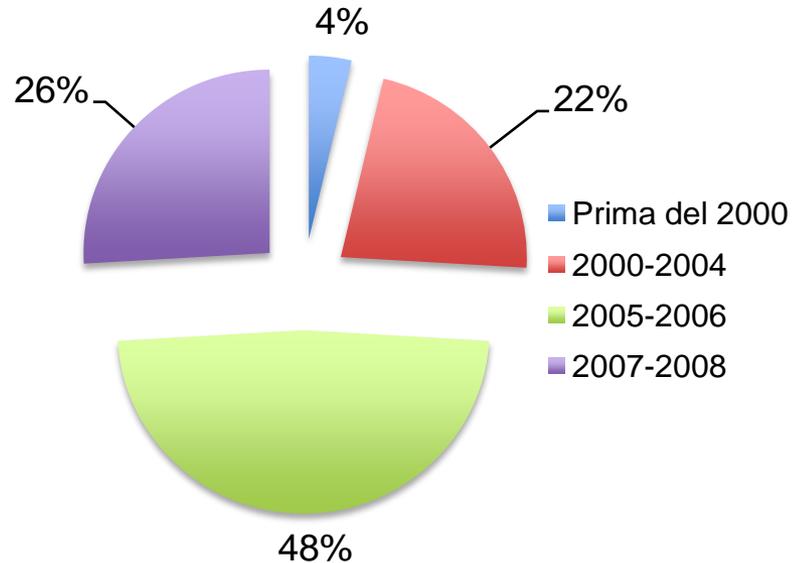


- Aziende con Business/Brand TV
- Aziende "ibride" (uso diffuso e organizzato video, ma no BTV)
- Aziende con Business TV in fase di attivazione
- Aziende con uso saltuario del video
- Aziende con Business TV chiuse
- Aziende che non usano il video

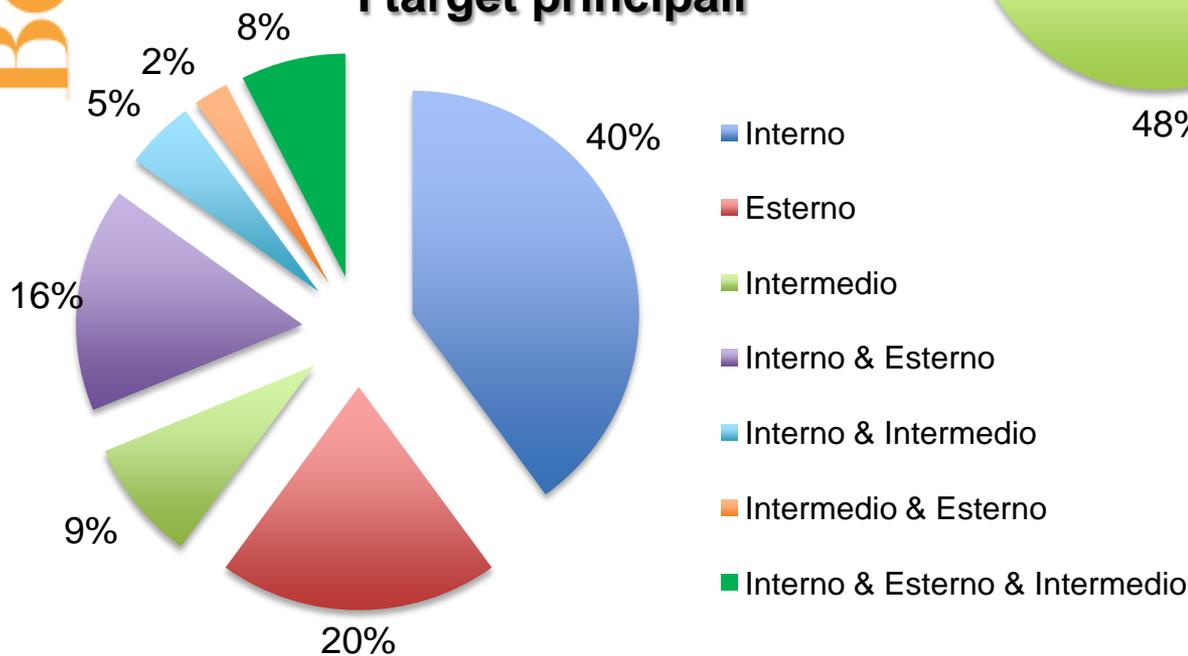
Il video nelle imprese

Un mezzo
relativamente
nuovo...

Anno di avvio



I target principali



...rivolto
prevalentemente
all'interno, ma non
in via esclusiva.

Gli obiettivi dichiarati

*Per la Business TV
interna e intermedia*

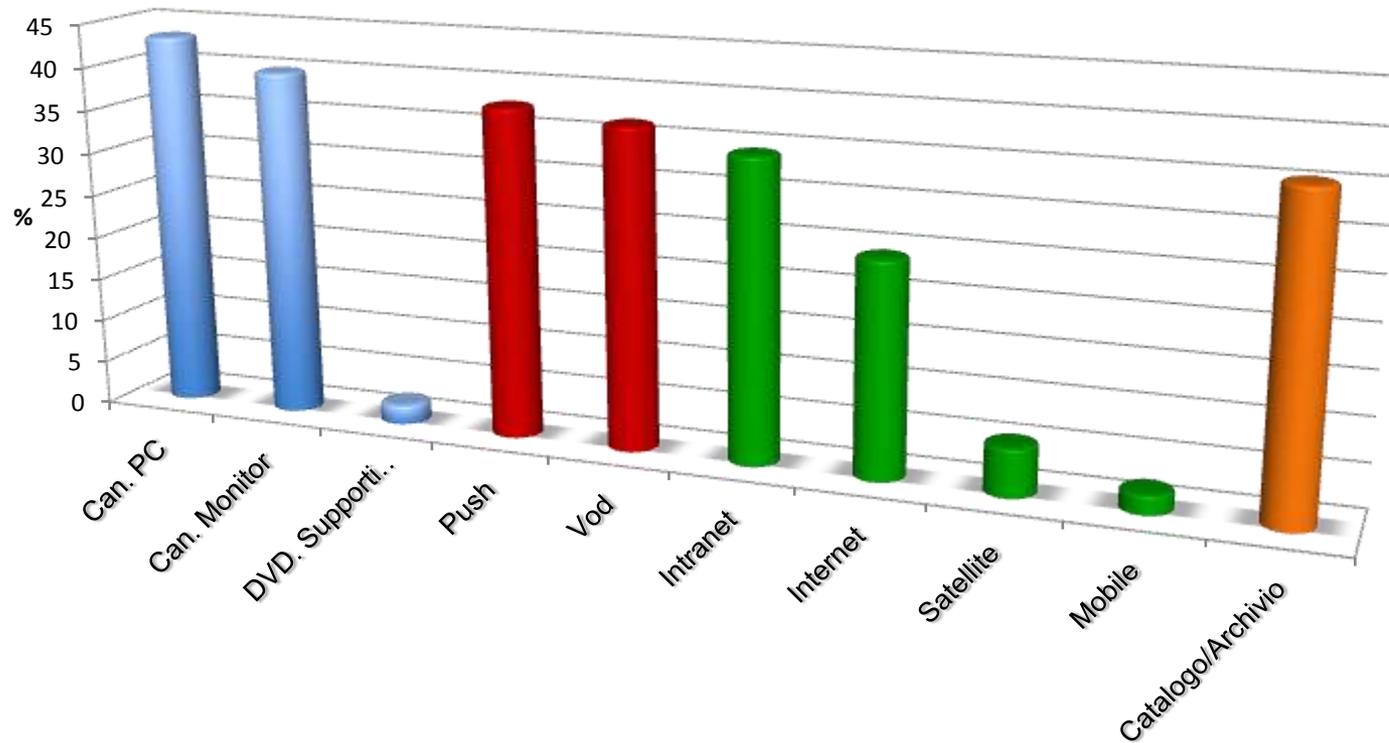
Informare
Coinvolgere
Comunicare
Formare
Aggiornare
Allineare

*Per la Brand TV
esterna*

Promuovere
Brand Building
Comunicare
Informare
Intrattenere
Pubblicità



Le modalità di distribuzione e fruizione



Mezzi On Demand e Push coesistono – distribuzione multicanale e pluricontesto (uffici, negozi, fabbriche, ecc.) in funzione dei diversi target. L'accessibilità all'archivio dei filmati è un valore rilevante; nasce un fabbisogno rilevante di gestione e organizzazione dei contenuti.

Il ruolo del video nella comunicazione aziendale

Il ruolo del video nella comunicazione aziendale

Bocconi



Università Commerciale
Luigi Bocconi

