

» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

[APPROFONDIMENTI TEMATICI]**e**venti

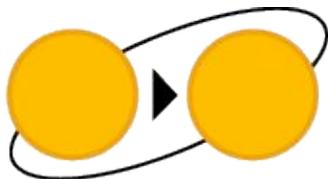
Convegni
Formazione
Comunicati
stampa

pubblicazioni

Libri
Riviste
Agenzia Auser

approfondimenti

Alzheimer
Speciale Disabili
Assistenza
Domiciliare
Certificazione qualità
Comunicando
Civitas
Telemedicina
Speciale IPAB
Speciale PTE - EXPO
VMD

associazioni**s**trutture online**l**avoro**r**icerca**g**lossario**s**egnaliamo**f**orum**a**rchivio**p**roponi evento**l**ink**Comunicando...****N.5 marzo 2004**

La cooperativa sociale è a tutti gli effetti un'impresa, anche se da un punto di vista legislativo è regolamentata in modo differente da un'azienda che ha esclusivamente scopo di lucro. Questo significa che è anch'essa una realtà che ha rapporti con diversi pubblici che richiedono una comunicazione costante e strategica ai propri obiettivi.

Il **quinto** appuntamento di "Comunicando", la sezione di Socialinfo.it dedicata alla comunicazione sociale curata da Dora Carapellese.

Bentornati, continuiamo a lavorare su Nuvola Coop. Entriamo ora in quella fase del processo che definiamo **diagnostica**.



Questa fase si articola su due momenti:

1. l'identificazione del problema
2. definizione degli obiettivi

L'identificazione del problema che la comunicazione è chiamata a risolvere è un momento di grande sintesi. Serve a condensare in poche righe il nocciolo del problema che s'intende risolvere appunto attraverso la comunicazione.

Quanto è emerso, lo sintetizziamo nei punti di forza/debolezza di Nuvola Coop.

→ Punti di forza

1. E' una realtà in forte espansione;
2. ha un forte spirito d'innovazione;
3. ha grande adattabilità alle esigenze dei soci lavoratori;
4. a breve otterrà la certificazione di qualità;
5. ha una diversificazione dei servizi che gli consente di essere più competitiva.

I punti di forza ci serviranno poi per **valorizzare** la comunicazione di Nuvola Coop, mentre vale la pena soffermarsi sui punti di debolezza che costituiscono le parti deficitarie su cui intervenire.

→ Punti di debolezza

1. Non ha un'immagine solida;
2. ha un grande turnover di risorse umane;
3. la malattia è un problema che crea dei forti disagi ai servizi;
4. il socio lavoratore non si sente socio, ma un semplice dipendente;
5. c'è mancanza di comunicazione verso l'interno;
6. c'è poca partecipazione del socio lavoratore alla vita della cooperativa;

Per un **manager** (come lo è a tutti gli effetti il presidente di una cooperativa) oberato di impegni, saper delegare è di importanza vitale. Ma si tratta di un'abilità che se è applicata senza tenere conto di alcuni aspetti fondamentali rischia di non dare risultati positivi. A questo proposito si può far riferimento a "l'arte di delegare" di Bruce B. Tepper - Ed. Mcgraw-Hill.

Ma torniamo a noi, non si può certo chiedere alla comunicazione di venire a capo di un problema che non può risolvere, però può contribuire insieme ad altri strumenti alla soluzione di problemi più generali della cooperativa poiché la funzione peculiare della comunicazione è modificare in senso positivo la **percezione** (da un punto di vista razionale o emotivo) della cooperativa in questo caso.



4. Sappiamo che il socio lavoratore ha una doppia natura: di **investitore**, in quanto socio e **lavoratore**, in quanto presta la sua opera.

Il socio lavoratore assume l'atteggiamento di dipendente, poiché non si sente parte integrante della cooperativa, non sente di poter intervenire in alcun modo, se non semplicemente seguendo le regole richieste. È sicuramente un problema di comunicazione interna poiché esiste la difficoltà da parte di Nuvola a trasmettere i principi e i valori di base della cooperativa come realtà associativa.

Questa stessa problematica comprende il punto 5 e 6. Il 5 può essere allargato anche al fatto che essendoci molti stranieri tra i soci lavoratori, c'è una difficoltà di comunicazione dovuta alla **lingua**. La mancata partecipazione alla vita della cooperativa invece può essere causata dalla distanza geografica, poiché ricordiamo che i soci lavoratori sono dislocati nell'Italia centro nord e la sede principale di Nuvola è Bologna. Inoltre il socio lavoratore fa fatica a gestire i **tempi** per i turni di lavoro spesso intensi a cui è soggetto.

7. Una maggiore **formazione** potrebbe aiutare i Soci lavoratori ad entrare meglio nelle dinamiche della cooperativa.
8. Le attività di comunicazione esterna per trascuratezza sono fatte in modo del tutto casuale e se ci sono dei budget disponibili.
11. Piccoli successi come un **riconoscimento** per merito, dovuto per esempio alla progettazione di un servizio completamente innovativo, non sono comunicati né all'interno né all'esterno. Questo può costituire un'ottima risorsa per parlare al mondo di Nuvola Coop. Ritorniamo alla storia dell'anatra e della gallina, (vedi **Comunicando n.1**).

Bene, rimandiamo alla prossima volta la definizione degli obiettivi. Nel frattempo aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su www.socialinfo.it.

L'autrice

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

Dora Carapellese**Contatta l'autrice**

7. c'è poca formazione per i soci lavoratori;
8. non esiste una comunicazione programmata verso l'esterno;
9. il direttore non riesce a delegare, questo intasa i processi aziendali;
10. i piccoli successi ottenuti non sono valorizzati.

→ Analisi del gap



1. Non ha un'immagine **solida**, poiché l'uso di colori e segni diversi tra loro trasmessi all'esterno, ha penalizzato la sedimentazione nella memoria del logo stesso;
2. Il **turnover** è dovuto essenzialmente a due motivi: il primo è quello che gli appalti ottenuti hanno una durata determinata, il secondo motivo è che c'è una grande domanda sul mercato e poca offerta di figure come infermieri, assistenti di base, coordinatori ecc... Questo provoca una certa suscettibilità nella fidelizzazione del socio lavoratore. Il primo motivo esula da un problema di comunicazione, il secondo invece è chiaramente un problema di fidelizzazione dove la comunicazione può intramettersi.
3. Nella fase cognitiva abbiamo raccolto e analizzato delle informazioni. E' una sorta di **brainstorming** che operiamo nell'analisi, da cui possono venir fuori anche problematiche di altro tipo.


Per esempio nel nostro caso è venuto fuori tra i punti di debolezza che la malattia ha un'incidenza negativa sulla gestione del servizio, e che il presidente non riesce a delegare.

[vai su >>]

[Dora Carapellese]

→ Comunicando - Archivio

Numero 4 - febbraio 2004

Numero 3 - gennaio 2004

Numero 2 - dicembre 2003

Numero 1 - novembre 2003

✓ Link

Scienze della Comunicazione.com
Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione

Comunitàzione
Community delle Scienze della Comunicazione

Studio Lentati
Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale

Comunicando il sociale
Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

Eticare
Per definire la comunicazione sociale

Confcooperative
Confederazione Cooperative Italiane

Legacoop
Il sito di Legacoop

Ferpi
Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

Prima Comunicazione
Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

OCS
Osservatorio Comunicazione Sanitaria

✓ Eventi

Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa
2 - 3 luglio 2004 - Genova

Il master in Responsabilità sociale delle imprese
Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

Il convegno Master-Com
L'impossibilità di non comunicare

🏠 inizio pagina

| [home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) |
| [ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |