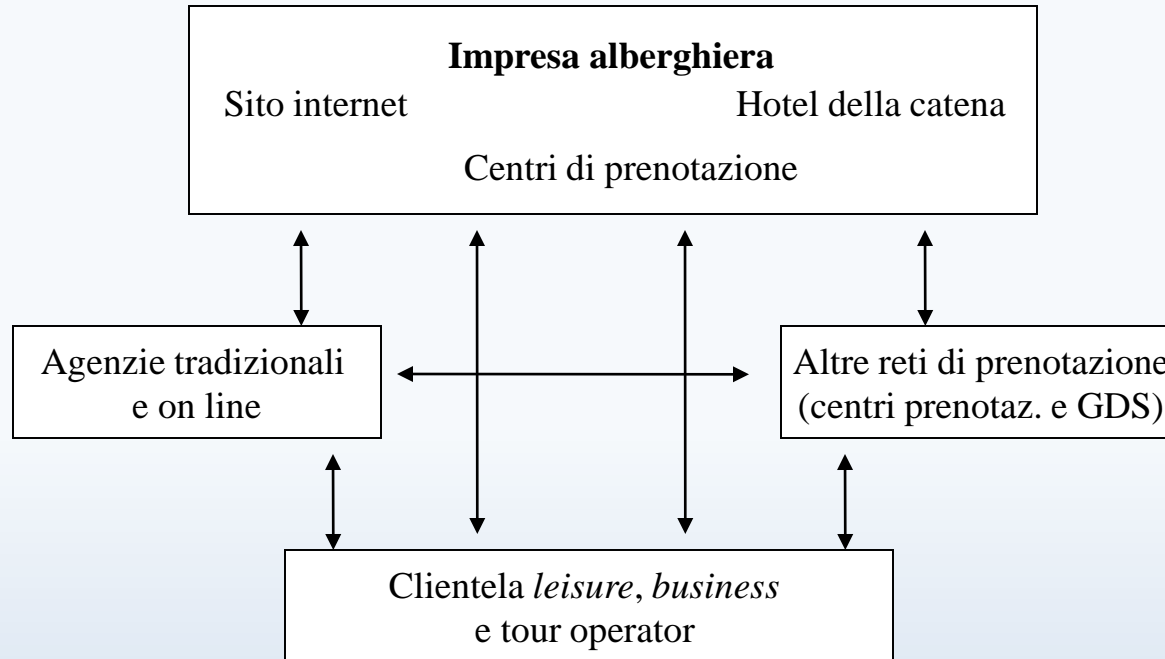


# *Politiche di distribuzione*

## *i canali di vendita diretti e indiretti*



# *Le politiche di comunicazione*

*“Attività che mette in comune” e, quindi, processo mediante il quale due o più soggetti si scambiano informazioni.*

*Obiettivo:*

*far emergere i valori (economici, sociali, organizzativi, professionali) che contraddistinguono l'impresa in modo tale da elevare l'immagine aziendale, distinguersi dalla concorrenza e suscitare una favorevole predisposizione nei suoi confronti.*

## *La comunicazione interna*

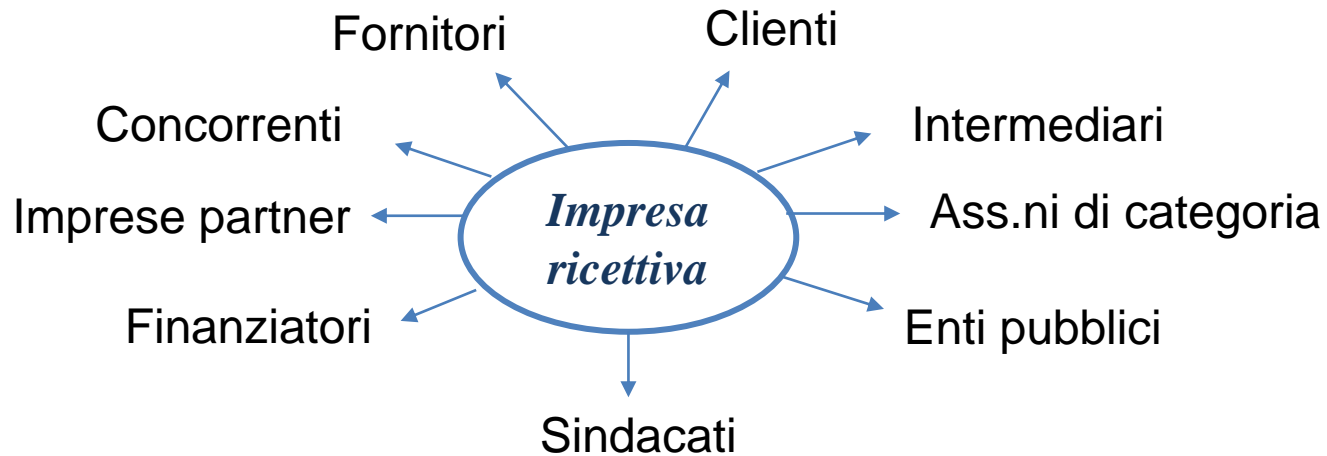
*dall'alto verso il basso - dal basso verso l'alto – orizzontale*

*influenza notevolmente il comportamento e la motivazione del personale da cui dipende in gran parte la qualità del servizio.*

*La comunicazione interna è favorita da:*

- ✓ riunioni periodiche*
- ✓ house organ*

## La comunicazione esterna



*La comunicazione esterna delle imprese alberghiere presenta le seguenti difficoltà:*

- *Natura intangibile del servizio la cui qualità non è rappresentabile*
- *Clientela potenziale numerosa e dispersa*
- *Frequente presenza di più target a cui l'impresa rivolge messaggi diversi*
- *Risorse disponibili limitate*

*La comunicazione esterna avviene attraverso:*

- ✓ *elementi insiti nella sua attività ( ad es. localizzazione, struttura, arredi, attrezzature, servizi accessori, risultati economici realizzati);*
- ✓ *il personale addetto ai rapporti con la clientela;*
- ✓ *il sito internet;*
- ✓ *alcune attività specificatamente deliberate e programmate:*
  - a) pubblicità*
  - b) promozioni alla clientela e agli intermediari*
  - c) relazioni pubbliche*