



Comunicazione, Cappello (Unipol): Il brand si racconta attraverso le persone che lo vivono

Descrizione

(Adnkronos) Come Unipol siamo convinti che non si possa parlare di brand senza parlare delle persone che per quel brand lavorano. Noi, di fatto, comunichiamo alle persone ma soprattutto attraverso le persone. È questa la visione di Unipol raccontata da Alessandra Cappello, responsabile internal communication and digital workplace del Gruppo, intervenuta al Brand Journalism Festival 2025 a Roma.

Recentemente abbiamo pubblicato un progetto podcast Dieci storie, dieci voci, dieci mestieri, un format pop e innovativo lanciato su intranet, LinkedIn, Instagram e Spotify, in cui i dipendenti diventano protagonisti nel raccontare la quotidianità e il valore del proprio lavoro all'interno dell'azienda. Non sempre i mestieri che si fanno all'interno di un'assicurazione sono conosciuti o spesso vengono considerati un po' polverosi. L'obiettivo è quello di avvicinare anche le nuove generazioni, mostrando il volto autentico e umano del settore assicurativo e valorizzando i mestieri spesso poco conosciuti.

Dopo il successo della prima stagione, Unipol è già al lavoro sulla seconda serie, consolidando un modello di comunicazione che unisce employer branding e narrazione identitaria. Solo attraverso la voce delle persone si può essere davvero credibili, autentici e umani ha evidenziato Cappello spiegando come la comunicazione interna sia diventata sempre più un ponte verso l'esterno, capace di rafforzare la reputazione e l'identità del gruppo.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 11, 2025

Autore

redazione

default watermark