Comunicazione, Cappello (Unipol): â??Il brand si racconta attraverso le persone che lo vivonoâ?•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? â??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.â?• Ã? 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.

â??Recentemente abbiamo pubblicato un progetto podcast â??Dieci storie, dieci voci, dieci mestieriâ?•, un format pop e innovativo lanciato su intranet, LinkedIn, Instagram e Spotify, in cui i dipendenti diventano protagonisti nel raccontare la quotidianitÃ e il valore del proprio lavoro allâ??interno dellâ??azienda. Non sempre i mestieri che si fanno allâ??interno di unâ??assicurazione sono conosciuti o spesso vengono considerati un poâ?? polverosi. Lâ??obiettivo Ã¨ quello di avvicinare anche le nuove generazioni, mostrando il volto autentico e umano del settore assicurativo e valorizzando i mestieri spesso poco conosciuti.â?•

Dopo il successo della prima stagione, Unipol Ã¨ giÃ al lavoro sulla seconda serie, consolidando un modello di comunicazione che unisce employer branding e narrazione identitaria. â??Solo attraverso la voce delle persone si puÃ² essere davvero credibili, autentici e umaniâ?• â?? ha evidenziato Cappello â?? spiegando come la comunicazione interna sia diventata sempre piÃ¹ un ponte verso lâ??esterno, capace di rafforzare la reputazione e lâ??identitÃ del gruppo.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Novembre 11, 2025
Autore
redazione

default watermark