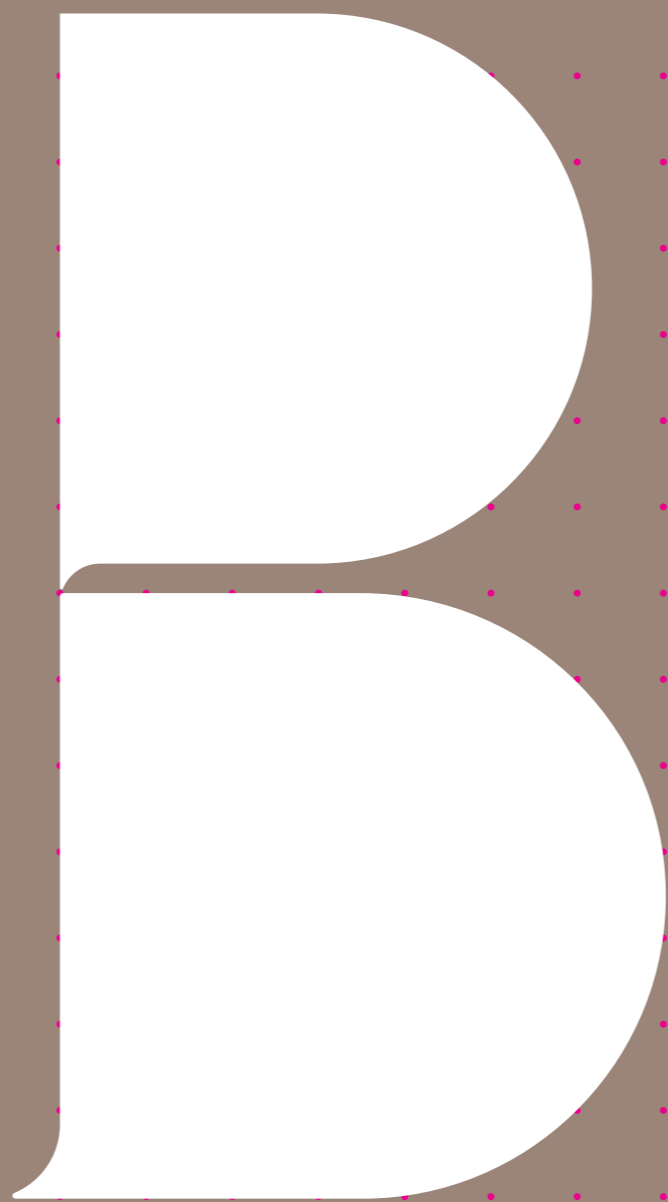


GAZDUNA

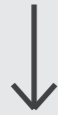
Brand Reloading
COOSS

BRAND
FESTIVAL2017





DESCRIZIONE PROGETTO



Il progetto **“COOSS Brand Reloading”** è stato formulato nel 2012 e continua ad oggi ad essere portato avanti. Nasce dalla volontà del direttivo della Cooss Marche SCPA - Cooperativa Sociale Onlus di riposizionare l'immagine e l'identità della Cooperativa rispetto al suo mercato di riferimento: la regione Marche.

Chi è COOSS?

Una Cooperativa Sociale che si adopera per la cura, l'assistenza e la promozione dell'individuo erogando servizi sociali, socio-sanitari, assistenziali ed educativi, su tutto il territorio marchigiano.

Project Manager: Erika D'Amico

Social Media Manager: Nadia Bocconcelli





DESCRIZIONE PROGETTO



Il progetto: le fasi

Definiamo il progetto con COOSS un Brand Reloading, una forma di intervento strutturata su 5 fasi:

- 1. Analisi dello stato dell'arte** del brand e del suo posizionamento territoriale
- 2. Incontri mirati** con direttivo e soci strutturati su precisi modelli per Branding (Brand matrix Canvas, Swot analysis, Brand touchpoint analysis, Brainstorming, Personas);
- 3. Elaborazione di un concept** per il reloading della brand Image e per la progettazione della nuova brand identity;
- 4. Strutturazione della strategia** con impostazione del project management;
- 5. Produzione e diffusione contenuti online e offline** (sito, manifesti, intestati, profili social, video corporate, infografiche) per azioni comunicative pianificate secondo la strategia;





OBIETTIVI



- **GENERARE** una chiara identità di COOSS
- **DIFFONDERE** una brand image che ben rappresenti la storia e i valori dell'azienda
- **GESTIRE** in modo coerente tutta la comunicazione, interna ed esterna
- **CREARE** un maggiore legame tra la sede centrale e le sedi satellite dislocate sul territorio marchigiano
- **STRATIFICARE E FORTIFICARE** la differenza tra COOSS e le altre cooperative operanti sul territorio
- **PRESENZIARE** organicamente il territorio al fine di raggiungere l'utenza al completo: i fruitori dei servizi, gli eventuali enti FINANZIATORI e i partner istituzionali
- **CONTRIBUIRE** ad una crescita della cooperativa cooptando nuovi soci attraverso le attività di comunicazione

TEMPO STIMATO PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI: 18 mesi





VALUE PROPOSITION



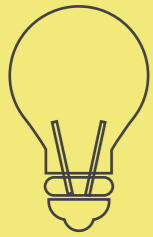
Lo studio del caso Cooss ha portato ad individuare **differenti target** a cui rivolgere le azioni strategiche e su cui conformare le operazioni di Branding: **dipendenti e coordinatori di sedi periferiche; istituzioni; partner di ricerca; sostenitori finanziari (banche e aziende); utenti a cui rivolgere i servizi.**

La value proposition pertanto difficilmente poteva essere univoca se non raccogliendo una promessa che mediasse fra tutti i pubblici:

COOSS è un cosmo di persone da valorizzare, con COOSS la persona torna al centro dell'interesse di tutte le attività e le progettualità della Cooperativa.

Dove la PERSONA sarà di volta in volta Utente, Istituzione, Partner, Socio, etc..





CONCEPT



COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei
TU.

www.cooss.it

Concept by SAZIMA PROJECT

CAMPAGNA AFFISSIONI MULTISOGGETTO: Billboard, manifesti e pensiline sui territori di Fano, Senigallia, Jesi, Fermo, Matelica, Ancona, Urbino.

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

Vittorio, 78 anni
ama giocare a canasta.
Per COOSS Terza Età
è un vero ASSO!

www.cooss.it

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

Mara, 26 anni
sa guardare oltre.
Cooss le ha offerto
un orizzonte.

www.cooss.it

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

Anna, 8 anni
vuole fare la ginnasta.
COOSS infanzia
tifa per lei!

www.cooss.it

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

Elena, 22 anni
ha un'energia esplosiva.
Per COOSS è un autentico
VULCANO di idee!

www.cooss.it

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

SAVED, 28 anni
insegna danza.
COOSS è al PASSO
con lui!

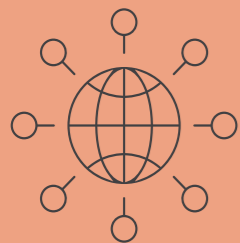
www.cooss.it

COOSS
Cooperativa Sociale
Onlus

Al centro del nostro
COOSSMO
ci sei **TU.**

www.cooss.it





STRATEGIE E PROCESSI

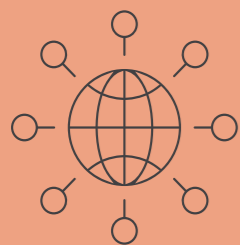


La strategia, definita sulla base di obiettivi specifici (derivati dagli obiettivi generali), value proposition e concept, è stata strutturata in azioni differenziate per target. Si è trattato **STRATEGIA INLINE** perché gestita integrando online e offline. Per ciascun target si sono svolte le medesime fasi:

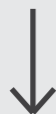


<u>TARGET</u>	<u>STRUMENTI E AZIONI</u>	<u>OBIETTIVI</u>
Dipendenti, soci, collaboratori	Organizzazione e direzione artistica 2 convention e 3 incontri sul tema "comunicazione"	Generazione senso di appartenenza e diffusione di una "Cultura della comunicazione"
Coordinatori di sedi periferiche	Ristrutturazione carte dei servizi, creazione modelli per locandine e manifesti ad uso periferico	Favorire la gestione della comunicazione in modo coordinato rispetto alla sede centrale
Enti pubblici, Finanziatori e Privati	Creazione sintesi emotiva del bilancio sociale e cartella stampa Cooss	Snellire il contatto e favorire una conoscenza delle potenzialità della Cooperativa come attore socio economico territoriale





STRATEGIE E PROCESSI



TARGET

Partner di ricerca

Utenti a cui sono rivolti i servizi

Tutti i target

STRUMENTI E AZIONI

Apertura Pagina facebook dedicata a Ricerca e Formazione; Campagne Google Adwords e Facebook per la promozione dei corsi di formazione; Guida del Dipartimento

Invio DEM e Newsletter, campagne Google Adwords e Facebook sul tema dei servizi e delle strutture socio-assistenziali

Creazione sito ufficiale, adv multi-soggetto (online e offline), Apertura Pagina facebook Cooss, Apertura canale Youtube per lancio video corporate

OBIETTIVI

Contribuire a rendere il reparto Ricerca e Formazione un gruppo autonomo, completamente finanziato dai progetti di Ricerca e dall'indotto dei Corsi

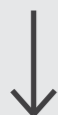
Favorire la conoscenza dei servizi Cooss, acquisire nuovi soci, incrementare il flusso di utenti nelle strutture assistenziali

Creare un Brand territoriale, favorire la conoscenza approfondita dei valori della Cooperativa; formulare e fissare un'identità territoriale che differenzi dai competitori locali; incrementare la possibilità di contatto diretto con Sedi e Strutture





APPLICAZIONI



PROGETTAZIONE IMMAGINE COORDINATA PER COMUNICARE LA NUOVA BRAND IDENTITY E LA METAFORA DOMINANTE DEL COSMO



La proposta del marchio + logotipo è stata sviluppata nell'ottica di essere punto di contatto tra diversi universi rappresentati dai vari target.

Un pianeta attorno al quale si intersecano varie orbite le quali si disegnano autonomamente, un punto di attrazione gravitazionale costante (ciclicità).

Il Carattere istituzionale scelto è Letter Gothic Std, monospaziato che permette una composizione tabellare.





APPLICAZIONI



DECLINAZIONI DEL LOGO NEI COLORI DEGLI AMBITI DI SERVIZIO

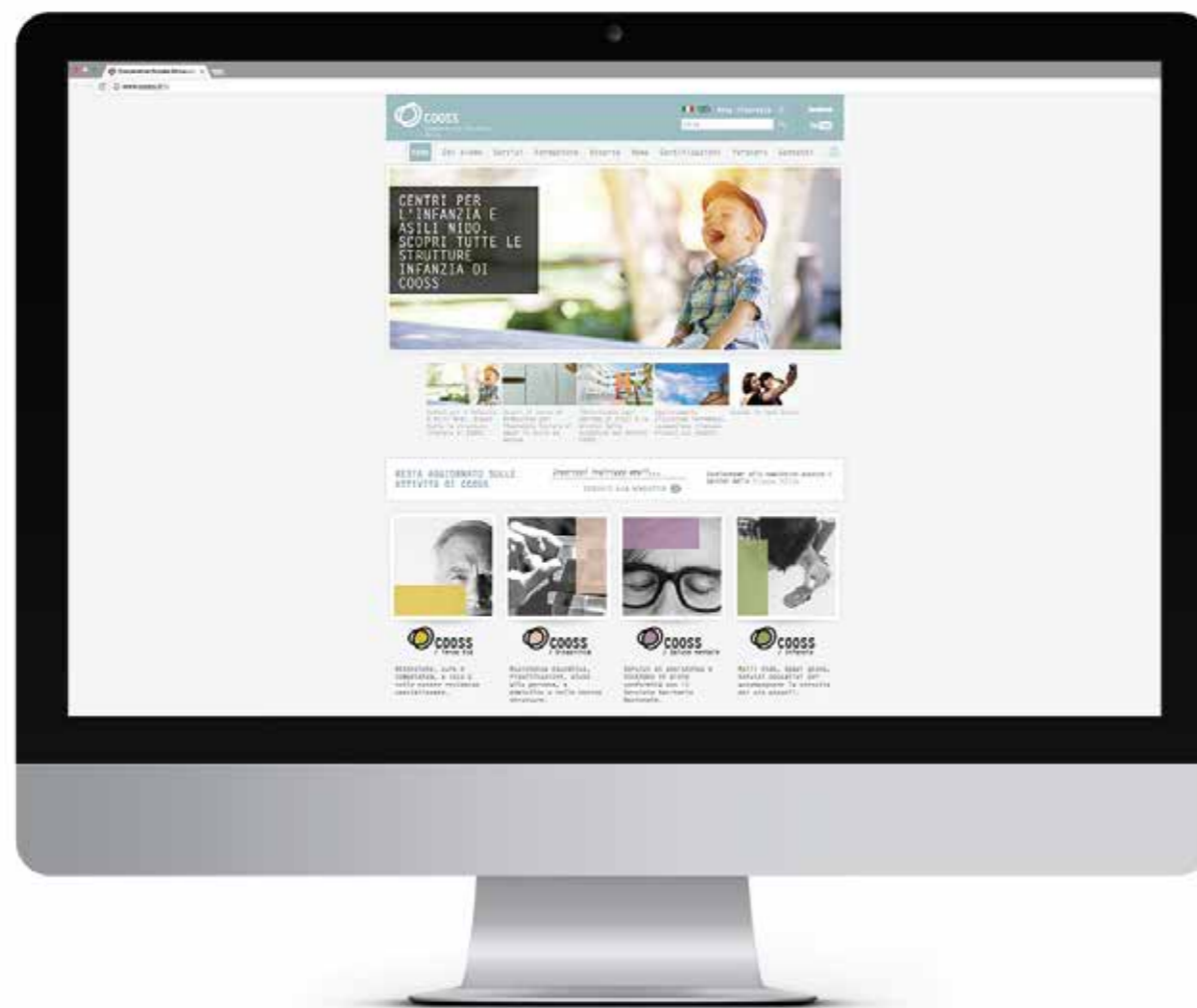




APPLICAZIONI



REALIZZAZIONE NUOVO SITO WWW.COOSS.IT: responsivo, seo oriented e multiutenza

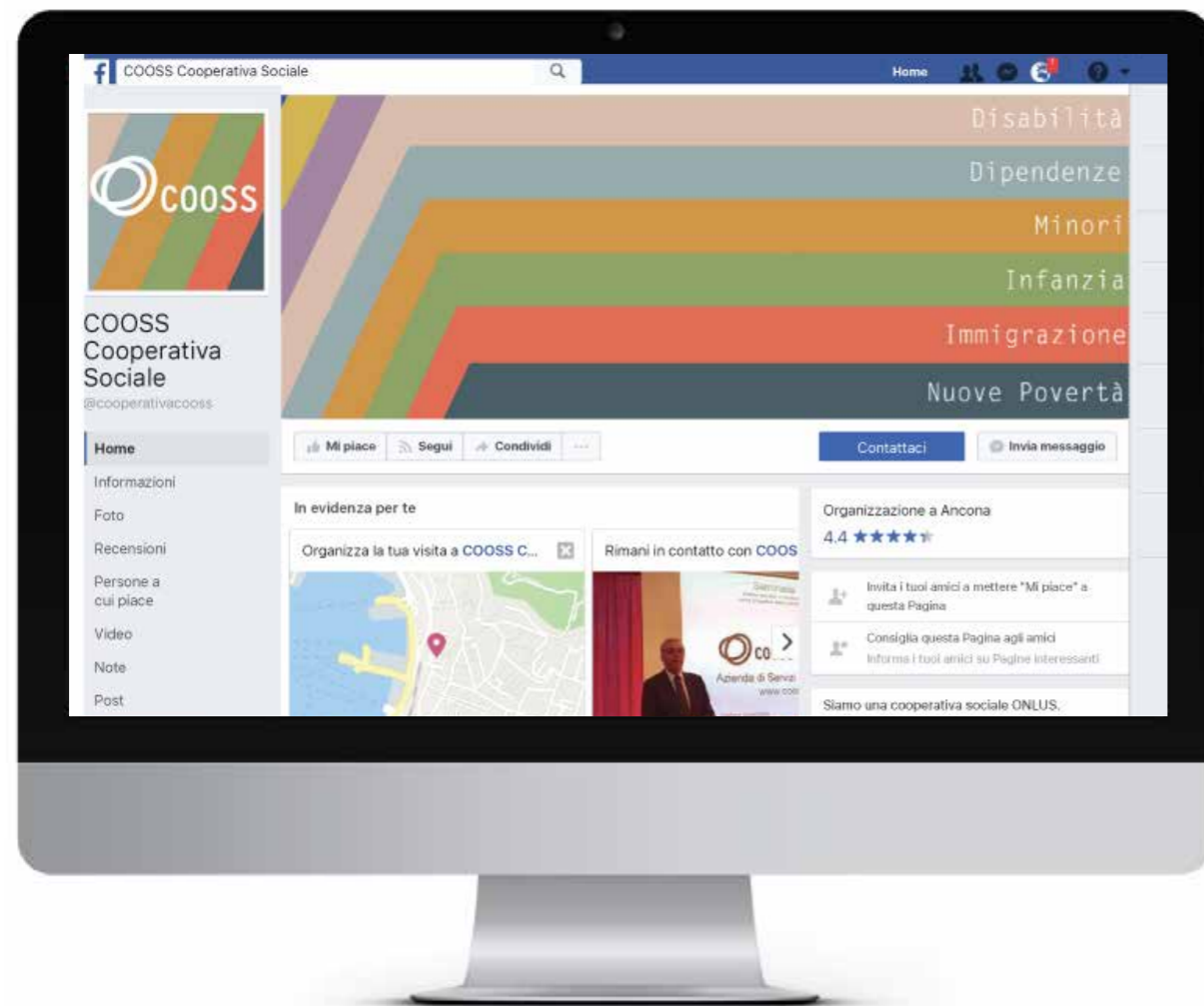




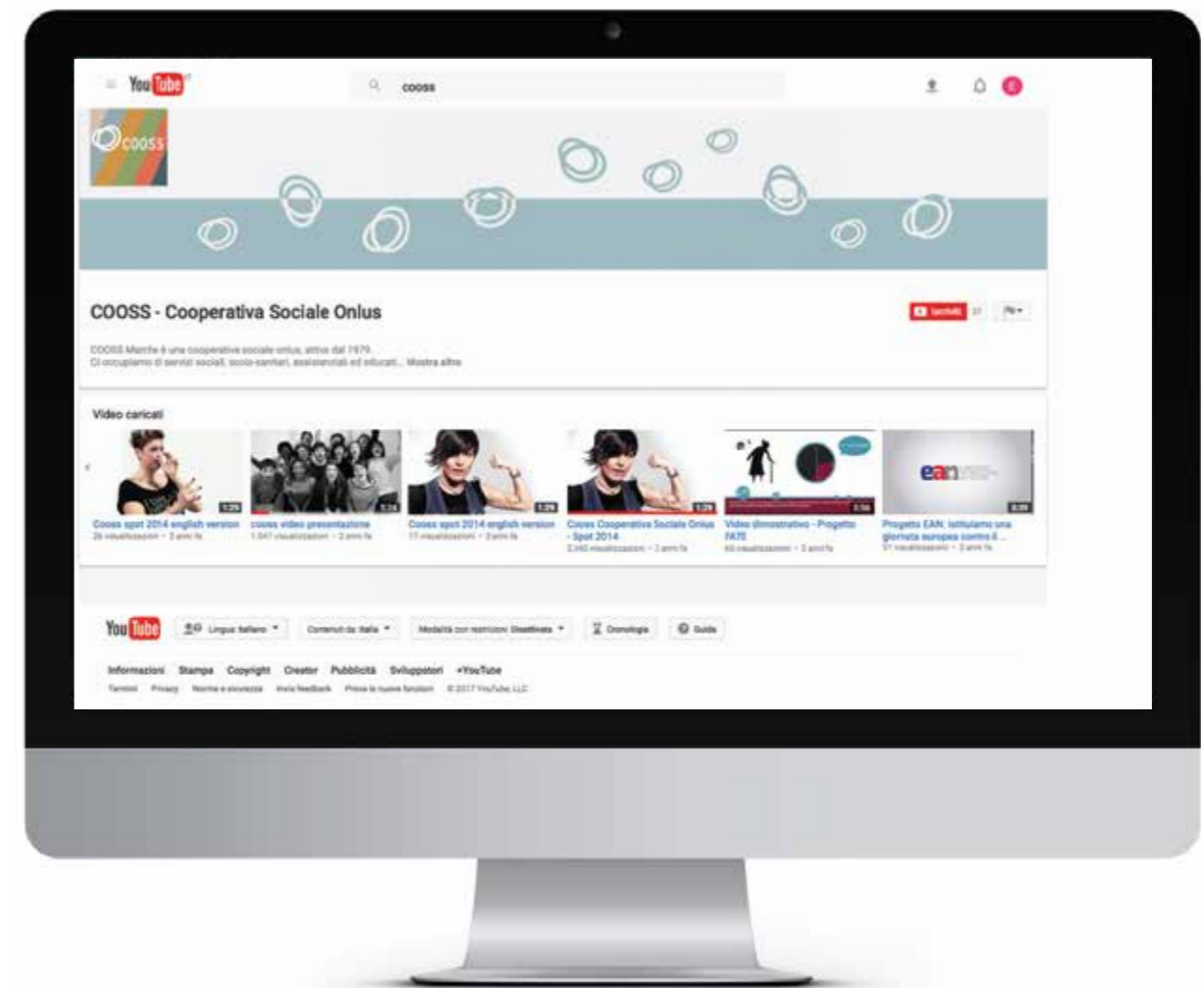
APPLICAZIONI



**APERTURA PAGINA FACEBOOK
con lancio dedicato alla nuova campagna**



**APERTURA CANALE YOUTUBE
con lancio del VIDEO CORPORATE**

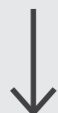


Link al video: <http://bit.ly/2nvfD3y>



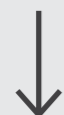


APPLICAZIONI





RISULTATI



I RISULTATI IN NUMERI, DIRETTAMENTE DAL COOSSMO!

2012

SOCI:	2160
FATTURATO:	48.643.611
NUOVE STRUTTURE:	0
ORE FORMAZIONE EROGATE	52.921
PARTECIPAZIONE DEI SOCI AGLI EVENTI	2%

2014

SOCI:	2449 ↑
FATTURATO:	55.588.154 ↑
NUOVE STRUTTURE:	5 ↑
ORE FORMAZIONE EROGATE	70.000 ↑
PARTECIPAZIONE DEI SOCI AGLI EVENTI	20% ↑

INCREMENTO SOCI: oltre che da precise scelte di management, la crescita è stata favorita dall'applicazione del concept agli eventi COOSS e dalle azioni capillari per far conoscere la Cooperativa al territorio

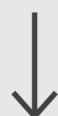
NUOVE STRUTTURE: è stato possibile aprire nuove strutture grazie alla crescita delle partnership con i Comuni, con la Regione e con enti finanziatori, promossa dalla comunicazione con gli strumenti sopra citati

INCREMENTO ORE FORMAZIONE: le azioni di sponsorizzazione su Facebook e di strutturazione di campagne Google hanno favorito l'incremento delle ore di formazione erogate e l'indotto di utenti nei corsi organizzati





RISULTATI



I DATI IN NUMERI, DIRETTAMENTE DALLA COMUNICAZIONE!

DA OTTOBRE 2013 A OTTOBRE DEL 2014

SITO COOSS.IT

Sessioni: **52.409**

Utenti: **30.477**

Visualizzazioni di pagina: **173.274**

Durata sessione media: **00:02:50**

PAGINA FACEBOOK COOSS e PAGINA R&F

Fan COOSS: **2.460**

Fan R&F: **2.887**

Post pubblicati nelle due Pagine: **+ 600**

Like ai post nelle due pagine: **+ 30.000**

NEWSLETTER E DEM: tasso di apertura medio 49%

AD OGGI: I NOSTRI MIGLIORI RISULTATI

Le azioni strategiche comunicative intraprese hanno creato un modello di lavoro che viene seguito tutt'oggi e ha permesso, di concerto con le azioni del management, di creare nuovi modi per erogare servizi, passando da una forma di erogazione generalizzata ad una customizzata.

SOTTOBRAND

PRONTO COOSS

(servizi domiciliari)

www.prontocooss.it

WELFIE

(servizio di welfare aziendale)

www.welfie.care

AICARE

(marketplace dei servizi socio sanitari)

www.aicare.eu

