

**SE HAI
UN'IDEA
BUONA
COLTIVALA**

*Fertilizza
coi problemi
di ieri*



*Il tuo seme
è bello
in potenza*

*Sappi
dove metti
le radici*



Pensare è un lavoro materiale



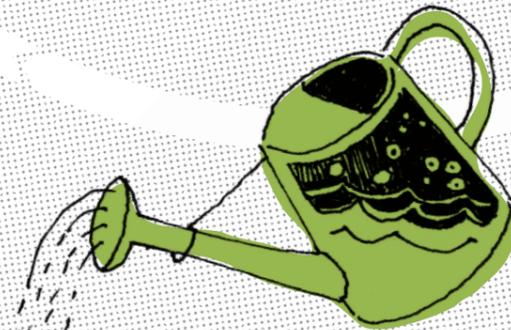
*Ogni seme
contiene
un progetto*



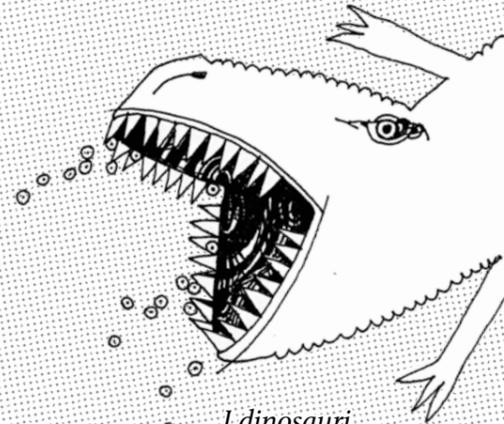
*Buoni frutti
danno
buoni semi*



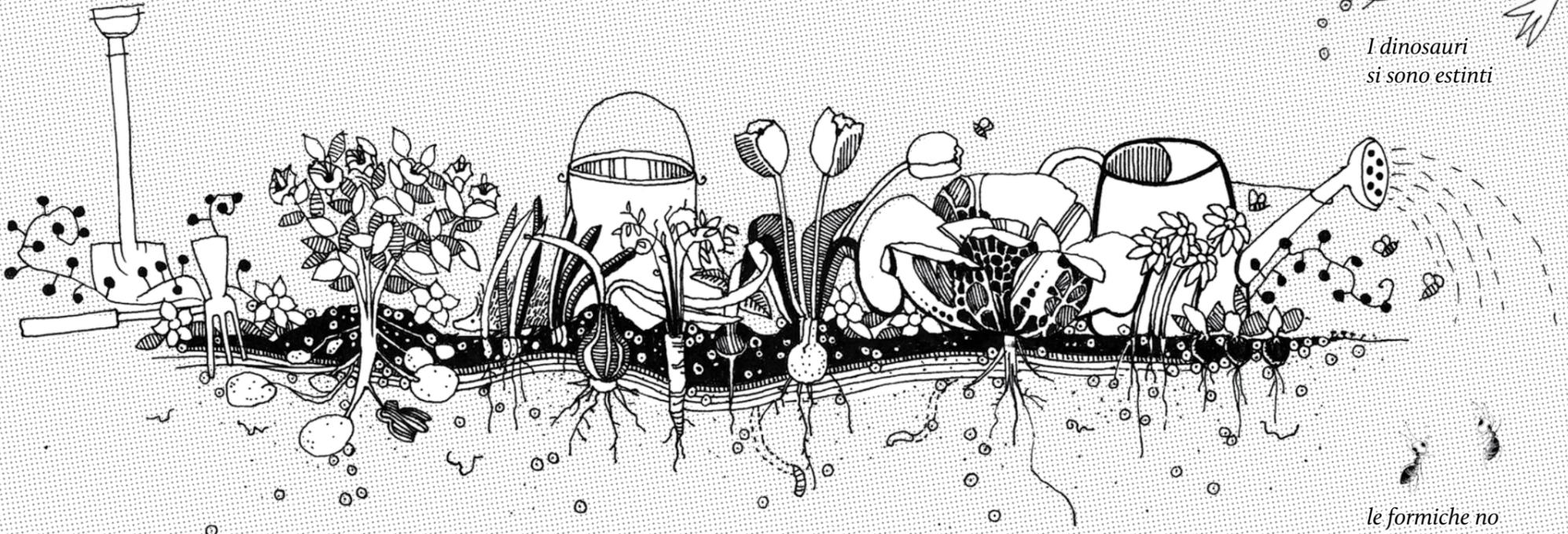
*Osserva.
Seleziona.
Migliora*



*Il tempo
della cura
e della costanza*



*I dinosauri
si sono estinti*



le formiche no

Invece di fare pubblicità ti conviene conversare: raccontare cos'hai da dire e incontrare chi ti cerca.

NON SIAMO UN'AGENZIA PUBBLICITARIA

Siamo artigiani della comunicazione e facilitatori dell'etica d'impresa. Ci siamo messi in rete. Accorciamo la filiera tra chi produce beni o servizi e chi li utilizza, liberandoli dalla pubblicità consumista e dai suoi costi economici, etici ed estetici.

Nel nostro primo anno di esistenza in rete abbiamo visto che le strade sono tre:

1. aiutiamo la comunicazione fai-da-te con consigli gratuiti sul sito www.smarketing.it
2. seguiamo strategia, grafica e siti per progetti di una certa rilevanza (come il giro d'Italia elettrico di *Corrente in Movimento* o l'evento di moda critica *So Critical So Fashion*);
3. proponiamo vie di mezzo tra questi due estremi: consulenze, supervisioni, corsi, collaborazioni tecniche, per aiutare i piccoli e i medi a comunicare in modo chiaro senza spreco di soldi, risorse e tempo. La filiera per essere corta dev'essere colta.

SPORTELLI CONSULENZE

Un buon consiglio, alle volte, cambia la vita. Più siete piccoli, più una buona comunicazione può decidere l'esito della vostra scommessa (aziendale, associativa, politica, artistica...)

Lo sportello è un posto dove parlare insieme dei vostri stampati, del vostro sito... Se vi sembrano poco efficaci, se rendono meno di ciò che costano; o se siete all'inizio e volete partire bene; se volete sapere quali soluzioni tecniche sono più economiche per voi.

Se vi trovate con un magazzino che resta pieno o un'agenda che resta vuota, 4 volte su 5, dipende da una decina di errori molto frequenti, abbastanza semplici da risolvere, ma sottovalutati. Sottovalutati, sì, perché finché si delega tutta la comunicazione ai professionisti, non s'impara a scoprirli da soli. Sveliamoli insieme.

“
Le aziende che non capiscono che i loro mercati sono ormai una rete tra singoli individui, sempre più intelligenti e coinvolti, stanno perdendo la loro migliore occasione.
”

CLUETRAIN MANIFESTO (1999)

G.A.S. DI COMUNICAZIONE

Siete un gruppo di agricoltori bio, guide, installatori solari...? Insieme si è molto più forti e visibili che da soli.

La comunicazione non si divide, si condivide. Se divido una torta in dieci, ce n'è una fettina a testa. Invece se condivido grafica e telaio d'un sito da 5.000 euro, ognuno ne pagherà 500, ma avrà un sito che ne vale 5.000; anzi, di più, perché starà in una rete di nodi che si rinforzano. Idem per il cartaceo, la formazione degli addetti, l'ideazione di eventi...

Quella *esse*, che, distingue i GAS dai normali gruppi d'acquisto, sta per *solidale*. Se volete fare gruppo con noi, la *esse* ci vuole: comunicazione partecipativa a filiera corta con valori sociali ed ambientali.

CORSI DI SMARKETING

Volete imparare a vendere qualsiasi merce con un grande profitto? state alla larga.

I corsi sono autofinanziati e si tengono in tutt'Italia; generalmente sono ospitati da associazioni, enti o gruppi informali di cittadini.

CORSO BASE

È pratico e operativo, con esempi, casi e training. Sedici ore in due giorni per risolvere i più comuni problemi di comunicazione dei "pesci piccoli", per i quali la salute economica è un mezzo per altri scopi.

CORSI IN CAMPI SPECIFICI

Strutturati come i corsi di base, approfondiscono lo smarketing per specifiche esigenze di:

- > coop sociali,
- > turismo sostenibile,
- > Enti Locali,
- > aree naturalistiche protette, educazione ambientale,
- > compagnie teatrali e gruppi musicali,
- > insegnanti, educatori e formatori.

CORSI DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Imbranati è bello: parlare in pubblico, usare il microfono e gestire le riunioni.
Siamo tutti geni: esperienze ludiche e poetiche per lo sblocco della creatività.
Rifacciamoci gli occhi: riconoscere gli errori più comuni nella comunicazione visiva.
Social is easy: come mantenere un blog e partecipare ai social network.
Scritture minime: per chi scrive volantini, pagine web e testi tecnici brevi.
Pianificazione low budget: buone pratiche nella comunicazione pubblica e sociale.
Responsabilità Sociale e d'Impresa: nuovi metodi di rendicontazione sociale ed ambientale.

Dettagli pratici

CONSULENZE

Martedì a Milano, su prenotazione a Brescia. Contattaci via mail: scrivi@smarketing.it

Dedicato a chi condivide gli stessi valori e ideali. Occorre venire con tutto il materiale da visionare (cartaceo, indirizzo del sito...). Di solito una prima consulenza di due ore con due professionisti è sufficiente a definire esigenze e consigli di base.

Per approfondimenti e tariffe:
<http://www.smarketing.it/attivita/consulenze>

CORSI

Istruzioni, dispense, calendari e sedi su <http://corsi.smarketing.it> (senza www)

Realizziamo il corso ovunque ce lo chiediate: bastano una sala, una presa elettrica e venti sedie. Ciascun allievo paga per 16 ore, € 160 (iva inclusa) Di solito pagano volentieri, perché dall'indomani risparmieranno molto di più.

WORKSHOP RESIDENZIALE

Una settimana insieme a pensare, progettare e creare: un sito, un evento, o un'idea nuova di economia sociale.

In un posto bello, è metà vacanza e metà laboratorio. Venti cervelli che imparano facendo possono pensare idee strepitose, basta metterli insieme. Chi ci ospita offre a tutti un problema da risolvere. Noi veniamo con esempi, stimoli e spunti; i partecipanti portano cuore, testa ed esperienza. Non c'è modo di lavorare più efficace che divertendosi, né modo di apprendere più potente della pratica.

COMUNICAZIONE "FAI CON NOI"

Medie aziende, Enti pubblici, associazioni hanno sempre meno bisogno di pubblicità: tutti stiamo diventando nicchie; narrare il processo diventa sempre più importante di rappresentare il prodotto.

Serve ancora pubblicizzare un'immagine prevedibile a contatti numerosi ma costosi e distratti? Oggetto della comunicazione diventano qualità, coerenza etica, sostenibilità. I canali di conversazione diventano reciproci. Trasparenza e verificabilità diventano base della reputazione.

La nostra rete aiuta le imprese in transizione ad andare verso la comunicazione di contenuti generati dall'utente in sistemi che si auto-organizzano. C'è una parte del lavoro che devi fare assieme a dei professionisti, ma senza troppo delegare:

- > scegliere insieme quali strumenti utilizzare,
- > coordinare la tua immagine partendo dai tuoi valori effettivi, senza bisogno di cosmesi,
- > scegliere tecnologie che facilitano la tua autonomia,
- > usare mezzi che risparmiano soldi, tempo e risorse,
- > pianificare campagne crossmediali.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Se un'azienda si fa fare il bilancio sociale dall'ufficio marketing, probabilmente c'è più fumo che arrosto.

La rendicontazione sociale ha a che fare con la reputazione, non con l'immagine. Serve a narrare sé stessi ai portatori di interesse e anche a guardarsi allo specchio con gli occhi degli altri. Ti possiamo dare una mano. Insieme non faremo dichiarazioni velleitarie, non creeremo attese che potrebbero essere deluse, comunicheremo i comportamenti che mettete in atto e chiederemo alla vostra comunità di seguire il vostro esempio.

Aderire alla rete

Lo smarketing è un processo di liberazione:

- > dall'immaginario dell'advertising,
- > dal consumismo coatto;
- > verso la felicità della decrescita,
- > per la comunicazione come bene comune.

Molti comunicatori sono stanchi dell'ideologia del marketing e vorrebbero fare questo passo, ma temono difficoltà occupazionali; inoltre devono affrontare differenze di tecniche, stili, metodi e modi di relazionarsi al cliente. Possono cambiare gradualmente, ad esempio cominciando ad adottare questi criteri per un singolo progetto.

In questi mesi smarketing sta diventando un'associazione. Lo statuto si genera on-line in modo condiviso. A chi vorrà far parte della "costituente" si chiede di condividere i principi etici di base. Se sei interessato: scrivi@smarketing.it