

LE FORME DI COMUNICAZIONE PREFERITE DALLE AZIENDE ITALIANE: 2008 (in %)



Non insistenti o invadenti

Forniscano informazioni utili e concrete

Coinvolgenti e motivanti

Diverse dalla solita pubblicità

Creative e sorprendenti

Favoriscano il dialogo
tra consumatore e azienda

Spettacolari

Consentano di partecipare
a eventi interessanti

Forniscano occasione di
divertimento e svago

Creino una reazione

Facciano sognare

Coinvolgano emotivamente

Consentano di fare esperienze insolite

Non sanno

Fonte: Astra Ricerche,
Assocomunicazione

**Largo
Consumo**