

La Newsletter aziendale

Il questo secondo articolo parleremo di newsletter aziendale: prima di tutto spieghiamo cosa intendiamo per newsletter aziendale. Questo tipo di newsletter è praticamente un «bollettino» contenente informazioni commerciali e tecniche sui prodotti di una società. Normalmente nasce dalla volontà da parte di una azienda di comunicare meglio con il mondo esterno ed è rivolta ai suoi clienti e potenziali clienti.

Ovviamente questo genere di newsletter trova una sua giusta collocazione all'interno di settori industriali dove il target, cioè le persone interessate alle informazioni contenute nella newsletter stessa sono al massimo qualche decina di migliaia: creare infatti uno strumento di comunicazione per prodotti di tipo consumer, dove il target è di centinaia di migliaia o addirittura milioni di persone, o per prodotti con un target non ben identificato è assolutamente impensabile per via degli alti costi di stampa e distribuzione della newsletter stessa. In questi casi la nostra newsletter non deve essere rivolta direttamente all'utente finale, ma eventualmente ai rivenditori del prodotto. Torneremo poi su questo specifico argomento.

Funzioni e contenuti

La funzione della newsletter aziendale è quella di divulgare delle informazioni che difficilmente arriverebbero agli utenti. Questa tipologia di informazioni comprende: presentazione dei nuovi prodotti; illustrazioni delle gamme di prodotti e di prodotti singoli; informazioni commerciali come promozioni, elenchi punti vendita, listini prezzi, ecc.; informazioni applicative sui prodotti con consigli d'uso, informazioni tecniche, prove eseguite sui prodotti; testimonial, cioè interviste a personaggi di aziende che utilizzano determinati prodotti, con descrizione dei vantaggi che hanno ottenuto dall'uso di questi prodotti.

La forma di tutte queste in-

formazioni deve essere di tipo giornalistico e non di tipo propagandistico puro. Non vanno quindi usati troppo spesso aggettivi roboanti: il consiglio è di tenere sempre a mente, mentre si scrivono gli articoli, quali sono i difetti dei propri prodotti e i pregi di quelli della concorrenza in modo da non infervorarsi troppo. Ricordiamoci che stiamo parlando di una newsletter aziendale e non di giornale politico, dove surriscaldare l'animo dei lettori è il fine ultimo: se il potenziale cliente legge lodi smisurate su un prodotto dal parte del produttore, senz'altro penserà che si cerchi di nascondere qualcosa e dopo una lettura frettolosa (nella migliore delle ipotesi) cesterà la newsletter (azione che poi si ripeterà ad ogni numero successivo).

Il lettore infatti cerca in una newsletter delle informazioni utili per la propria

attività e non della propaganda pura e semplice: da questo punto di vista i primi numeri della pubblicazione sono i più importanti. Se non si riesce a catturare subito l'attenzione di chi dovrà leggerci, sarà ben difficile farlo successivamente (lo sanno bene gli editori quando devono lanciare una nuova rivista).

Molte volte è consigliabile affidare la stesura dei testi della nostra newsletter ad una persona o ad una società esterna: nei settori tecnici si trovano facilmente dei pubblicitari freelance in grado di realizzare questo tipo di lavori, dando un taglio meno propagandistico agli articoli. L'ideale sarebbe ricevere tutti i testi direttamente su dischetto in modo da effettuare più facilmente le correzioni e poi importare il tutto nel proprio programma di desktop publishing per l'impaginazione.

Un'altra strada è quella percorribile da società multinazionali o da loro importatori: normalmente le multinazionali hanno una grande produzione di materiali esplicativi sui propri prodotti e quindi si possono tradurre e riadattare tali testi per realizzare la propria newsletter. Oppure si possono periodicamente raccogliere i comunicati che normalmente vengono divulgati alla stampa: non tutti questi comunicati vengono pubblicati per ovvii problemi di spazio sulle riviste e quindi esiste una massa di informazioni non divulgate, che possono tuttavia risultare molto interessanti per utenti e potenziali clienti.

Pagine e periodicità

Il numero di pagine di una newsletter aziendale è in parte legato alla periodicità con cui si vuole rag-

SCRIVANIA

Applicazioni desktop: l'importanza dell'accessorio

Funzioni e prestazioni sono i primi aspetti di un prodotto software ad essere valutati. Ma non vanno trascurati neppure gli aspetti di «comodo». E anche in questo Windows 3 non delude. La nuova versione dell'ambiente operativo contempla una completa serie di applicazioni «desktop» che consentono un utilizzo immediato del prodotto, incrementando così la produttività degli utenti. Con l'introduzione della versione 3 di Windows gli accessori da scrivania sono stati rinnovati, alcuni in modo significativo anche dal punto di vista funzionale, e dotati di un help in linea sensibile al contesto e basato su ipertesti. Non mancano neppure le novità. Ecco una panoramica delle applicazioni «desktop» disponibili.

Accessori migliorati dal punto di vista funzionale

Terminali avanzati - Il programma di comunicazione asincrona con emulazione di terminale è stato espanso per supportare gli standard VT52R, VT100R, TTY. E' stata inoltre aggiunta una funzione trasferta di file binari che supporta sia protocolli Kermit che XMODEM. Una nuova funzione macro permette di automatizzare le routine di collegamento (log-on).

Calcolatrice avanzata

E' dotata di tutte le funzioni più avanzate in doppia modalità standard e scientifica. Può eseguire operazioni binarie, ottali, decimali, esadecimali e statistiche.

Gli altri accessori potenziati

Orologio - Può essere visualizzato in finestra o in icona e può funzionare sia in modo analogico che digitale.

Calendario - Svolge principalmente funzioni di agenda giornaliera e mensile ma consente anche di evidenziare gli appuntamenti con diversi contrasti grafici.

Schedario - Si tratta di un semplice database con capacità di composizione automatica di numeri telefonici e consente di individuare nomi, indirizzi e dati di testo o grafici mediante l'utilizzo di una specie di schedario.

I dati possono essere visualizzati in modalità grafica o in forma di elenco.

Inoltre si può effettuare la ricerca delle «schede» utilizzando delle icone che riproducono fedelmente i tasti di controllo di un registratore.

Blocco appunti - E' un accessorio che consente di modificare facilmente i file ASCII, con un notevole risparmio di tempo nella creazione e nell'accesso ai file di testo, in quanto non è necessario ritornare al sistema operativo DOS o usare strumenti complessi come EDLIN.

Windows Write - E' un elaboratore di testi di tipo WYSIWYG che esegue i principali compiti di un programma di videoscrittura e consente di copiare, tagliare e eseguire dei collage di testo e grafici provenienti da altre applicazioni.

PaintBrush, il famoso programma di disegno a colori prende ora il posto di Windows Paint. Sullo sfondo si può notare la nuova calcolatrice con funzioni scientifiche.

Novità assolute

Macro Recorder - Si tratta di un generatore di macro che registra un numero illimitato di comandi provenienti dal mouse o dalla tastiera per poterli riprodurre.

Tutte le applicazioni Windows possono usufruire di questa funzione che fornisce un eccellente mezzo per aumentare la produttività e ridurre gli errori quando si tratta di compiti ripetitivi.

Windows Paintbrush - Sostituisce Paint, il programma di grafica presente nella versione precedente di Windows.

Windows Paintbrush offre, oltre alle caratteristiche del suo predecessore, il colore, le funzioni di cut/copy, funzioni avanzate di flood/fill e una modalità zoom molto potente. Windows Paintbrush permette all'utente di accedere a utensili complessi di tipo ritrattato e



promozioni

Un miracolo da 50.000 lire.

I miracoli
da oggi
sono in vendita.



In questi ultimi anni abbiamo assistito ad una caduta vertiginosa del prezzo dei personal computer. Proprio in virtù del costo sempre più basso, il calcolatore ha così conosciuto il successo anche in aree di utilizzo come la scuola, la casa, gli hobbies.

Purtroppo, il prezzo delle principali periferiche non è diminuito altrettanto rapidamente, soprattutto per quelle unità costituite da una parte meccanica di precisione. Ci

rieneriamo in particolare alle stampanti, che nonostante il dumpling praticato intensivamente dai giapponesi, hanno ancora i prezzi paragonabili a quelli di 3 anni fa.

Il risultato è che oggi molte persone rimandano l'acquisto della stampante, per concentrare lo sforzo economico sul computer, e così facendo si trovano a possedere una macchina che può essere sfruttata solo in parte, proprio per l'impossibilità di ottenere



...sia offerta. Il personal Multi-tech 2.0 è una macchina MS-DOS, immediatamente compatibile con il PC IBM. E'so e dotato di tastiera stile A.T. 214 comoda di quelle "tipo PC" di monitor e monoscromatico di tipo ergonomico, e può essere ruotato ed inclinato a piacere per maggior comodità dell'operatore. Le memorie di massa sono due floppy disk drives da 360 Kb ciascuno.

All'interno, la macchina monta di serie una memoria RAM di 356 Kb, espandibile su scheda madre (fino a 640 Kb). Sempre sulla scheda madre troviamo 4 slot di espansione, di cui uno libero per l'utente. Sono presenti inoltre una scheda grafica a colori tipo CGA, una porta seriale e una parallela, oltre al controller del floppy.

Come stampante viene fornito un modello ad 80 colonne, capace di 150 caratteri al secondo in modo drati, e di 30 caratteri al secondo in Near Letter Quality. Il trascinamento carta può avvenire sia a frizione, sia con rastro. Il foglio viene caricato automaticamente. La stampante dispone di un outler di 3Kb, che riduce i tempi di attesa per il computer, soprattutto per stampe non troppo lunghe.

Infine, nel prezzo è compreso il cavo di collegamento con l'interfaccia parallela del PC.

Il tutto, computer + stampante, gode di garanzia di 12 mesi, e viene offerto a un prezzo di 50.000 lire superiore al prezzo del solo computer. Più che un'offerta allestente, è un vero miracolo...

giungere i propri lettori: in pratica si possono realizzare 10 newsletter all'anno semplicemente di 8 pagine oppure 5 di 16 pagine, la quantità di informazioni è praticamente identica. Anche il sistema di desktop publishing utilizzato può essere importante nella scelta del numero di pagine e della periodicità, poiché bisogna comunque pianificare del tempo da dedicare a questo progetto: non vi è nulla di peggio di una newsletter con periodicità lasciata al caso (dovuta al fatto che non si ha il tempo di realizzarla). Giusto per dare un minimo di indicazioni diremo che se possibile non si dovrebbe mai scendere sotto le 8 pagine e sotto i 4 numeri all'anno: questi i limiti minimi per non perdere di credibilità e quindi essere

visti come un depliant promozionale. Salvo rari casi non si dovrebbero superare i 10 numeri all'anno e la fogliazione non dovrà andare oltre le 20 pagine: questi sono i limiti fisiologici oltre i quali aumentano i rischi di scarsa leggibilità.

Altre newsletter

Torniamo ora per un attimo alle newsletter dedicate ai rivenditori o in genere ai punti vendita. Questo genere di newsletter deve contenere una serie di informazioni differenti in quanto il suo scopo è quello di aiutare il punto vendita a promuovere e vendere i propri prodotti. Il taglio deve essere quindi più di tipo marketing oriented: ovviamente

solo la presenza di piani e studi di marketing sui propri prodotti consentono la realizzazione di queste newsletter.

In pratica questi gli argomenti che andranno a comporre la nostra newsletter: presentazione nuovi prodotti e gamme di prodotti; promozioni commerciali per il rivenditore e per l'utente finale; listini aggiornati; elenco di eventuali distributori regionali o nazionali (in caso di reti complesse di distribuzione); marketing di prodotto con informazioni riguardanti i potenziali utenti dei prodotti e come contattarli, comparazioni con prodotti simili della concorrenza (attenzione: queste informazioni devono essere assolutamente veritiere e la newsletter deve circolare solo ed esclusivamente tra gli addetti ai lavori e mai tra gli utenti finali per evitare di cadere in casi che possano essere considerati come pubblicità comparativa, vietata in Italia), calendari relativi alle uscite pubblicitarie dei vari prodotti, situazione del mercato; informazioni su eventuali attività di training; informazioni su applicazioni particolari dei prodotti in grado di espandere il mercato.

Nel caso di una newsletter rivolta ai rivenditori, bisognerebbe cercare di realizzare una periodicità mensile con almeno 10 numeri all'anno: se le informazioni fornite saranno veramente utili e concise, anche poche pagine saranno sufficienti per avere un alto livello di lettura e quindi stimolare maggiormente la promozione dei propri prodotti sul punto vendita.

Tutti i tipi di newsletter aziendali sono ottime letture anche per i dipendenti dell'azienda stessa: infatti, danno la possibilità a tutti i settori, anche quelli che molte volte risultano meno informati sui prodotti, come la contabilità, di conoscere meglio le strategie della propria società.

In effetti esiste un altro tipo di newsletter aziendale ed è proprio quella dedicata ai propri dipendenti: solo le società con un certo numero di dipendenti hanno comunque questo genere di necessità. In questo caso per ottenere dei buoni risultati tutti i settori aziendali devono collaborare e fornire informazioni sulle loro attività passate e future. Anche in questo caso la pubblicazione di una decina di numeri all'anno con una fogliazione di 4-8 pagine è sufficiente per avere un buon livello di lettura.

Prossimamente

Anche questa seconda parte è terminata. La prossima volta esamineremo quali sono gli adempimenti legali per la registrazione al Tribunale di una newsletter: si tratta di un argomento molto importante poiché in Italia ogni pubblicazione periodica deve essere regolarmente registrata.

M&S

Strumenti d'Autore.

Nello scenario informatico, tutti i computer che compongono la grande famiglia LEMON sono pezzi importanti, che hanno un ruolo di primo piano.

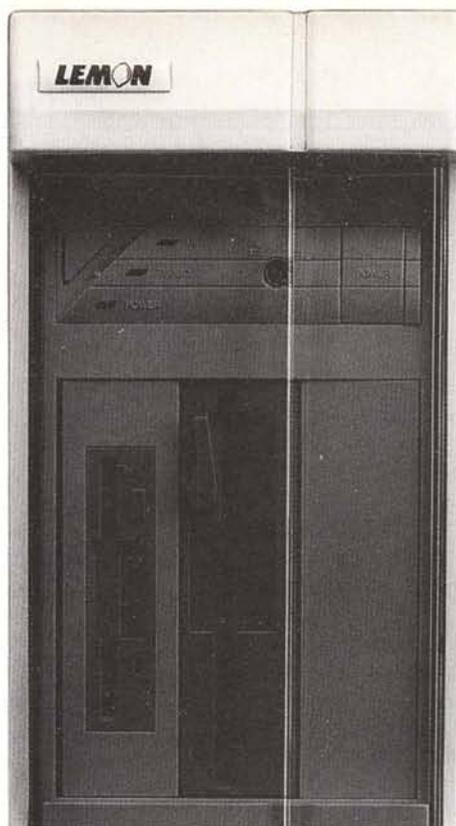
Un ruolo che vede la nostra azienda protagonista nell'attività produttiva da venticinque anni nell'elettronica e da una decina nell'informatica.

Questa **solida esperienza** costituisce la migliore garanzia che vi possiamo offrire in un mercato dove sicuramente non è facile orientarsi.

La nostra linea dal design elegante ed armonioso, è costituita da una gamma di modelli, che va dal processore 8088 fino al veloce 486 con bus EISA, strutturata nelle configurazioni più esigenti per consentirvi di scegliere sempre la soluzione più adatta per le varie applicazioni, con un alto grado di affidabilità grazie all'elevato **standard qualitativo** dei materiali utilizzati.

Il supporto tecnico è garantito da un valido team di specialisti costantemente disponibili alla collaborazione più aperta per consigliarvi nelle scelte e nelle soluzioni tecniche più opportune.

I prezzi infine sono competitivi e rappresentano, unitamente all'affidabilità, alla **piena compatibilità** ed al supporto tecnico, i fattori che fanno dei sistemi LEMON degli "strumenti" importanti e preziosi.



LEMON
computers

Jen Elettronica srl
Zona Industriale E. Fermi
62010 MONTELUPONE (MC)
Tel. 0733/224012-224013



BDA communication