



A Brand Like a Friend

Benvenuti nell'indagine di comunicazione interna 2010

La comunicazione interna si occupa di attività che hanno l'obiettivo di creare una miglior conoscenza e comprensione delle strategie, delle attività e delle performance aziendali presso i dipendenti. A questo scopo vengono utilizzati, a livello internazionale e nazionale, diversi e molteplici strumenti di comunicazione quali, ad esempio, Henkel Life, intrAnet, pubblicazioni aziendali, eventi aziendali, e.mail.

Oggi proponiamo un veloce questionario, anonimo, con l'intento di misurare alcuni aspetti e strumenti della comunicazione interna, valutare l'efficacia degli stessi e individuare le aree di miglioramento. Ciascun contributo sarà per noi rilevante e ci aiuterà ad indirizzare meglio le nostre attività.

Grazie sin d'ora per il tempo dedicato e l'attenzione!

Corporate Communications Team

Precisa il tuo inquadramento:

dipendente con livello MC

dipendente

Avanti

Henkel

A Brand like a friend

Benvenuti nell'indagine
di comunicazione interna 2010

Henkel

→ Anagrafica Partecipante

1) Compila la scheda anagrafica.

Sesso

Età

Divisione / Funzione

Reparto / Funzione

Luogo di lavoro

Anzianità aziendale

avanti>>



Henkel

A Brand like a friend

Benvenuti nell'indagine
di comunicazione interna 2010

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15



2) Rispondi alle domande e verifica nella barra il livello di completamento

→ Domanda 1

Quanto a immagine interna se **Henkel Italia** fosse un'automobile, secondo lei sarebbe principalmente (max 3 risposte):

- | | |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> scattante/veloce | <input checked="" type="checkbox"/> familiare |
| <input type="checkbox"/> affidabile/sicura | <input type="checkbox"/> un po' ammaccata |
| <input checked="" type="checkbox"/> ecologica | <input type="checkbox"/> lenta nella partenza |
| <input type="checkbox"/> sportiva/grintosa | <input type="checkbox"/> tedesca (solida, ma di lusso) |

→ Domanda 2

Come valuta la sua **conoscenza complessiva di Henkel Italia** in termini di attività, impegno sociale, salvaguardia ambientale, etica, performance economica? (una sola risposta)

- Buona
 discreta
 sufficiente
 insufficiente
 non so

→ Domanda 3

In una scala da 1 (molto) a 5 (non so), secondo lei quanto la **comunicazione interna** ha aiutato a capire meglio le **singole priorità strategiche dell'azienda**?

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 | pieno sfruttamento del nostro potenziale di business |
| <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 | maggior attenzione ai clienti |
| <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 | potenziamento del team globale |

1=molto, 2=abbastanza, 3=poco, 4=per niente, 5=non so