

RACCONTA LA TUA PMI CON LE PR

di *@LeRoyalePr*

**Come posizionare la tua
azienda con una strategia PR
solida e continuativa**



Introduzione

Le PMI sono il cuore del tessuto imprenditoriale italiano. Ma quante riescono davvero a raccontarsi? Fare PR per una PMI non significa solo “uscire sui giornali”. Significa costruire una reputazione, farsi trovare pronti quando serve autorevolezza, e presidiare la narrazione del proprio settore con costanza.

In un contesto in cui la visibilità è spesso dominata da grandi player o startup innovative, le PMI hanno un potenziale narrativo enorme: la loro storia, il radicamento nel territorio, la crescita costante, il know-how costruito nel tempo. Ma serve metodo. Questa guida è pensata per chi vuole fare PR in modo strategico, continuativo e professionale.

Cosa sono le PR e a cosa servono?

Le pubbliche relazioni (PR) sono l'arte di costruire e mantenere un'immagine positiva della tua azienda, creando un dialogo efficace con il pubblico e i media. A differenza della pubblicità, le PR si basano sulla credibilità guadagnata attraverso articoli, interviste e collaborazioni, piuttosto che sull'acquisto di spazi pubblicitari.

Perché servono?

- *Costruire fiducia e aumentare la credibilità di un progetto:* Una menzione su una testata autorevole genera più fiducia rispetto a una pubblicità a pagamento.
- *Attrarre investitori o player del settore:* Gli articoli sulle PMI dimostrano solidità e visione.
- *Attrarre potenziali clienti:* Essere presenti su media rilevanti rafforza il brand.
- *Posizionarsi all'interno di un settore di riferimento come voci autorevoli:* comparire sui media giusti con commenti e contenuti informativi di valore permette al brand e ai suoi fondatori di poter spiccare come fonti esperte e autorevoli nel proprio settore.

Perché è fondamentale avere una strategia PR

Una strategia di PR ben costruita consente alla tua azienda di presidiare il racconto pubblico del proprio brand, con coerenza, autorevolezza e impatto.

In un mercato sempre più affollato, non basta fare bene: bisogna anche saperlo comunicare, nel modo giusto e ai giusti interlocutori.

Ecco perché ogni PMI dovrebbe considerare le PR come parte integrante del proprio piano strategico

1) Differenziazione competitiva

Comunicare in modo chiaro e strutturato ciò che rende unica la tua azienda - valori, expertise, qualità dei prodotti o servizi - ti consente di emergere rispetto ai concorrenti e posizionarti come riferimento nel tuo settore.

2) Reputazione e fiducia

Le PR sono uno strumento chiave per costruire, consolidare e proteggere la reputazione aziendale.

Nei momenti di crescita, cambiamento o crisi, una comunicazione efficace può fare la differenza nella percezione del pubblico, dei clienti e dei partner.

3) Visibilità qualificata

Una strategia PR permette di raggiungere stakeholder realmente interessati - dai clienti ai partner commerciali, dai media specializzati alle istituzioni - attraverso canali selezionati e contenuti ad alto valore. Non si tratta di “*essere visibili a tutti*”, ma di **essere rilevanti per chi conta davvero.**



Racconta la tua PMI con le PR

Come strutturare una prima attività di PR per la tua PMI

Per ottenere risultati concreti e duraturi, una strategia PR non può essere improvvisata. Va costruita con metodo, a partire da un'analisi lucida degli obiettivi aziendali, del contesto di mercato e delle risorse disponibili.

Ecco i passaggi fondamentali per avviare correttamente un'attività di PR in ambito PMI:

1. Definisci obiettivi chiari e misurabili

Qual è la priorità della tua comunicazione?

Intendi rafforzare la reputazione aziendale, attrarre nuovi clienti o partner, raccontare un'innovazione di prodotto, valorizzare una certificazione o comunicare un ampliamento strutturale o territoriale? Ogni obiettivo richiede un approccio differente, sia in termini di linguaggio che di canali.

Identificare il traguardo ti permette di orientare la strategia in modo coerente e misurabile.

2. Individua il pubblico di riferimento

Le PR non si rivolgono "a tutti".

È fondamentale comprendere chi vuoi raggiungere: clienti finali, stakeholder di filiera, fornitori, investitori, istituzioni, media locali o nazionali.

Solo una profilazione accurata ti consentirà di costruire messaggi realmente rilevanti e campagne mirate.

3. Elabora messaggi chiave distintivi

Ogni PMI ha una storia, dei valori e una proposta di valore unica.

Il ruolo delle PR è sintetizzare questi elementi in messaggi coerenti, credibili e differenzianti.

Alcune domande guida:

- Qual è il posizionamento della tua azienda nel settore?
- Quali problemi risolvi concretamente per i tuoi clienti?
- In cosa ti distingui rispetto ai competitor?
- Che tipo di cultura aziendale vuoi trasmettere?

Costruisci un set di messaggi chiave da utilizzare nei comunicati stampa, nelle interviste e nelle relazioni con i media.

Racconta la tua PMI con le PR

4. Seleziona i canali strategici

Non è necessario essere ovunque: è fondamentale essere nei posti giusti.

Ogni messaggio deve viaggiare sul canale più adatto al suo pubblico.

Esempi:

- Se comunichi una nuova linea industriale, punta su media B2B e testate di settore.
- Se racconti un progetto sociale territoriale, valuta la stampa locale o regionale.
- Se hai avviato un processo di internazionalizzazione, considera anche media internazionali o piattaforme verticali legate all'export.

5. Prepara materiali professionali

Una buona attività di PR si fonda su materiali chiari, aggiornati e facilmente utilizzabili dai giornalisti.

- Comunicato stampa: deve essere sintetico, focalizzato sulla notizia, ben strutturato (5W: chi, cosa, quando, dove, perché) e corredato da quote aziendali autorevoli.

Se coinvolgi partner o stakeholder esterni (clienti, investitori, enti), valuta di inserire anche una loro dichiarazione.

- Media kit: un pacchetto di contenuti che include immagini professionali (preferibilmente in alta risoluzione), biografie del management, dati chiave sull'azienda, link utili e contatti stampa aggiornati.

6. Costruisci relazioni con la stampa

Le PR non si riducono all'invio massivo di comunicati. Il valore reale si crea nel tempo, attraverso relazioni di fiducia con i giornalisti.

- ◆ Studia i media e i professionisti più in linea con il tuo settore.
- ◆ Personalizza ogni proposta, facendo emergere la notiziabilità del contenuto.
- ◆ Offri sempre disponibilità e reattività.
- ◆ Sii una fonte affidabile, anche quando non hai "nulla da promuovere": è così che si costruiscono relazioni durature.



L'importanza di selezionare i media giusti

In ambito PR, la scelta dei canali di comunicazione è tanto strategica quanto il messaggio stesso. Diffondere contenuti su media non in linea con il proprio settore o target equivale a disperdere risorse e opportunità.

Le PMI che vogliono comunicare in modo efficace devono abbandonare l'approccio generalista e orientarsi verso una presenza mirata e qualificata.

Tipologie di media da presidiare:

- ◆ *Testate generaliste*: ideali quando l'azienda ha una notizia di interesse collettivo, legata a tematiche di attualità, impatto sociale, trasformazioni aziendali o anniversari rilevanti. Utili anche per rafforzare la percezione pubblica e istituzionale dell'impresa.
- ◆ *Media di settore*: il cuore della strategia PR per una PMI. Raggiungono un pubblico altamente specializzato e direttamente interessato ai contenuti tecnico-professionali dell'azienda. Essere presenti su queste testate significa dialogare con potenziali clienti, fornitori, stakeholder e competitor, in un contesto autorevole.
- ◆ *Stampa economica e business*: fondamentale per comunicare evoluzioni societarie, performance, investimenti, partnership strategiche, piani di sviluppo e internazionalizzazione.

Come costruire relazioni efficaci con i giornalisti

La relazione con i media non si basa su automatismi. Si costruisce nel tempo, con attenzione e rispetto professionale.

Una PMI che vuole diventare una fonte attendibile per la stampa deve agire con metodo.

Ecco alcuni principi chiave:

◆ Personalizza ogni contatto

Dimostra di conoscere il lavoro del giornalista, citando articoli precedenti o temi di interesse. La personalizzazione è segnale di rispetto e professionalità.

◆ Sii diretto, rilevante, sintetico

Spiega in modo chiaro perché la notizia riguarda il loro pubblico e quali elementi la rendono di interesse attuale o settoriale.

Evita l'autoreferenzialità: il valore percepito dalla notizia è ciò che conta.

◆ Proponi spunti, non solo comunicati

Molti giornalisti apprezzano la possibilità di accedere a dati, trend di mercato, analisi o casi studio: contenuti utili per articoli più ampi o dossier.

PR per PMI B2B: una leva ancora più strategica

Nel mondo B2B, la reputazione aziendale gioca un ruolo cruciale nel processo decisionale. Le PR diventano uno strumento di posizionamento, autorevolezza e lead generation indiretta.

I principali benefici per le PMI B2B:

- Aumento della credibilità presso clienti e partner
- Le pubblicazioni su media settoriali rafforzano la percezione di competenza e solidità.
- Accesso a nuove opportunità commerciali
- Una buona visibilità genera contatti qualificati e apre il dialogo con interlocutori che potrebbero non conoscere l'azienda.
- Maggiore attrattività per talenti e stakeholder
- Comunicare cultura aziendale, crescita e innovazione rafforza anche l'employer branding.



Racconta la tua PMI con le PR

Investire in attività di pubbliche relazioni significa posizionare la tua azienda in modo autorevole agli occhi di clienti, stakeholder, partner strategici e media. Un articolo su una testata di riferimento, una menzione su un media verticale o un'intervista ben costruita possono innescare dinamiche reputazionali e commerciali di grande valore: dalla credibilità percepita all'apertura di nuove opportunità di business.

Governare la narrazione: un vantaggio competitivo

In un contesto informativo saturo e disordinato, la tua azienda può decidere se subire la narrazione esterna o guidarla in modo strategico.

Attraverso le PR hai la possibilità di:

- raccontare chi sei, con coerenza e visione
- trasmettere i tuoi valori aziendali in modo riconoscibile
- gestire la reputazione nei momenti di trasformazione o criticità

Una narrazione ben costruita non è solo visibilità: è posizionamento.

E nel lungo termine, è anche memoria: il modo in cui la tua azienda verrà ricordata.

Le PR si adattano all'evoluzione aziendale

Che tu sia all'inizio di un nuovo percorso - lancio di un prodotto, ingresso in un nuovo mercato, passaggio generazionale - o in una fase di consolidamento, una strategia PR ben disegnata può accompagnarti in ogni momento chiave.

L'importante è partire con obiettivi chiari, un piano coerente e la volontà di monitorare, adattare ed evolvere la comunicazione nel tempo, sulla base dei risultati e del contesto.

Non una semplice leva di marketing, ma un asset reputazionale


Le pubbliche relazioni non sono una tattica.

Sono un ponte tra la tua PMI e l'ecosistema in cui opera: media, clienti, partner, istituzioni, territorio.

Attraverso un'attività PR continuativa e ben strutturata puoi:

- rafforzare la reputazione aziendale
- costruire connessioni autentiche
- amplificare il messaggio della tua impresa con autorevolezza

In un mercato che premia la fiducia e la trasparenza, le PR sono un investimento strategico sulla solidità percepita della tua azienda.



È importante ricordare che le attività di PR non generano risultati immediati, né si misurano solo in termini di “uscite stampa” nel breve periodo. **Le PR sono un investimento strategico a lungo termine:** uno strumento per costruire reputazione, riconoscibilità e autorevolezza, giorno dopo giorno. Non esistono aziende “troppo piccole” per essere raccontate, ma solo storie non ancora trasformate in notizie. La tua impresa merita di essere condivisa nel modo giusto, con i giusti interlocutori.

Inizia oggi.

La tua PMI ha una voce: le PR servono a farla ascoltare.



Racconta la tua PMI con le PR

Chi siamo: Siamo Valentina Brini e Simone Trebbi, co-founder di Le Royale PR, agenzia specializzata in PR organiche e comunicazione strategica.

Con una carriera nel giornalismo e nelle pubbliche relazioni, abbiamo collaborato con diverse realtà nazionali e internazionali, creando strategie su misura per raggiungere obiettivi concreti.

Autori del libro "Forte e Chiaro" sulle PR, distribuito con Il Sole 24 Ore.

Prenota una call gratuita con noi.

Se desideri confrontarti su come le PR possono supportare la crescita della tua PMI, prenota una call gratuita [qui](#).

Saremo felici di conoscere la tua storia e aiutarti a costruire una strategia PR efficace.

