



**Trasforma ogni email
interna in uno strumento di
coesione e coinvolgimento** ↗



signitic



01 Introduzione

02 La firma email:
Uno spazio dimenticato ma
ultra-visibile

03 Casi d'uso interni:
Gestione editoriale dei
contenuti diffusi tramite le
firme email

04 Misurare l'impatto
interno

05 Come
implementare una
strategia efficace

06 Strumenti e buone
pratiche

07 Feedback ed
esperienze

08 Checklist operativa

INDICE DEI CONTENUTI

INTRO DUZIONE

La comunicazione interna non si limita più a un semplice passaggio di informazioni dall'alto verso il basso. È diventata una funzione **strategica** al centro dell'impegno dei collaboratori, della cultura aziendale e persino della performance delle risorse umane.

In un contesto in cui:
il lavoro da remoto è diventato la norma,
le squadre sono spesso geograficamente disperse,
le aspettative dei collaboratori in termini di senso, trasparenza e riconoscimento sono sempre più forti, le direzioni comunicazione e risorse umane devono ripensare i loro leve.

Sebbene gli strumenti collaborativi (Slack, Teams, Workplace...) abbiano guadagnato terreno, presentano anche dei limiti: saturazione dell'attenzione, dispersione dei messaggi, assenza di gerarchizzazione.

Al contrario, l'email rimane un canale strutturante e universale. Segna ancora il ritmo della giornata lavorativa, permette momenti di lettura scelti e contiene uno spazio unico, costante, spesso sottoutilizzato: **la firma email**.

2. LA FIRMA EMAIL: UNO SPAZIO DIMENTICATO MA ULTRA- VISIBILE

La firma email è spesso considerata un semplice elemento di contatto. Tuttavia, è una superficie di esposizione ricorrente, passiva e altamente visibile.

Alcuni dati per comprendere il suo impatto:

- In media, un collaboratore invia 30-40 email al giorno.
- In un'azienda di 300 persone, ciò rappresenta oltre 300.000 punti di contatto mensili.
- Ogni messaggio è un'opportunità silenziosa ma potente per veicolare un messaggio HR, QVT o corporate.

Perché questo spazio è così strategico?

- Stabile: non cambia posizione, viene visto sistematicamente.
- Non intrusivo: niente pop-up, nessun richiamo aggressivo.
- Personalizzabile: ogni firma può portare un messaggio mirato per reparto, funzione, lingua o localizzazione.

I vantaggi di una firma personalizzata e coinvolgente:

- Maggiore coerenza nelle comunicazioni interne, senza coordinamento manuale;
- Aggiornamento continuo dei messaggi chiave, senza saturare i collaboratori con notifiche aggiuntive;
- Esposizione ripetuta e naturale ai contenuti aziendali, che favorisce la memorizzazione nel tempo;
- Nessuna azione richiesta ai collaboratori: il messaggio arriva da solo, in ogni email.

Ogni firma diventa quotidianamente un vettore di cultura e informazione.



3. CASI D'USO INTERNI: GESTIONE EDITORIALE DEI CONTENUTI DIFFUSI TRAMITE LE FIRME EMAIL

Caso concreto: sei responsabile della comunicazione interna o delle risorse umane in un'azienda italiana con sedi distribuite, magari con team in più città o all'estero.

Ogni giorno devi:

- tenere i collaboratori informati su strumenti, procedure e novità aziendali,
- sensibilizzare su temi strategici come il GDPR o la diversità e inclusione,
- mobilitare le persone attorno a eventi interni e iniziative di welfare,
- mantenere la coesione del team in un contesto di lavoro ibrido.

La soluzione: integrare i tuoi messaggi in tempo reale, tramite le firme email.

Ecco il piano editoriale mensile e i banner associati:

Informazioni interne importanti

Annuncio dell'arrivo di Notion come nuovo strumento di documentazione

- Banner: "Scopri Notion: il tuo nuovo spazio per la documentazione interna – [Leggi la guida]"

Cambio orari per i servizi di supporto

- Banner: "Nuovi orari per il team IT dal 3 agosto – [Vedi gli orari]"

Comunicazione di crisi: guasto Teams

- Banner: "Teams in manutenzione questa mattina – usa temporaneamente Slack"

Sensibilizzazione e formazione

Nuovo modulo GDPR

- Banner: "Sei aggiornato sul GDPR? Formati in 15 minuti – [Inizia]"

Settimana della cybersicurezza

- Banner: "5 abitudini per proteggere i tuoi dati – [Leggi l'infografica]"

• Formazione inclusione

- Banner: "Inclusione e diversità: scopri i nostri micro-corsi – [Accedi]"

Cultura aziendale e welfare

Settimana del benessere sul lavoro

- Banner: "Benessere sul lavoro: iscriviti ai workshop - [Consulta il programma]"

Impegno Sostenibilità

- Banner: "Insieme per un'azienda più responsabile - [Vedi le nostre azioni]"

Ottobre Rosa

Banner: "Ottobre Rosa: sosteniamo insieme la ricerca - [Partecipo]"

Mobilitazione collettiva

Sondaggio di soddisfazione

- Banner: "La tua opinione conta! Partecipa al nostro sondaggio annuale - [Rispondi]"

Sfida sportiva tra squadre

- Banner: "Muoviti con il tuo team! Partecipa alla sfida interna - [Iscriviti]"

Onboarding e Risorse Umane

Messaggio di benvenuto ai nuovi arrivati

- Banner: "Benvenuti ai nostri nuovi colleghi di settembre! - [Scopri chi sono]"

Campagna di assunzioni

- Banner: "Stiamo assumendo! Condividi le nostre offerte - [Vedi le offerte]"

Giornata delle Risorse Umane

- Banner: "Grazie alle Risorse Umane - 17 giugno - [Il programma]"

GIUGNO

LUGLIO

AGOSTO

SETTEMBRE

OTTOBRE

INFORMAZIONI
IMPORTANTI

Nozione

Orari

Guasto ⚠️

SENSIBILIZZAZIONE
E FORMAZIONE

GDPR

Sicurezza

Inclusione

CULTURA
AZIENDALEBenessere sul
lavoro

Sostenibilità

Ottobre Rosa

MOBILITAZIONE
COLLETTIVA

Soddisfazione

Gioco

Sfida

ONBOARDING
E RISORSE UMANE

Benvenuto

Assunzioni

Risorse Umane



Priorità alta



Priorità media



Priorità bassa



Target filiale Francia



Target filiale Italia



Evento imprevisto

Questo calendario editoriale di 5 mesi mostra la pianificazione delle diverse campagne di comunicazione interna sotto forma di banner. Ogni banner è associato a una data di diffusione, un livello di priorità (alta, media o bassa) e un targeting specifico (filiale francese, italiana o entrambe).

La priorità determina la gerarchia di visualizzazione dei banner:

Una priorità **alta** garantisce massima visibilità. Si applica a comunicazioni urgenti o eccezionali (es.: guasto, giornata dedicata alle Risorse Umane).

Una priorità **media** permette una buona evidenza, ideale per eventi occasionali come concorsi, sfide o campagne di reclutamento.

Una priorità **bassa** è usata per messaggi di fondo o ricorrenti (es.: impegno CSR, corsi lunghi), diffusi solo quando nessun banner più prioritario è attivo.

Quando più banner con la stessa priorità sono attivi contemporaneamente, si alternano automaticamente per garantire una rotazione equa.

Al contrario, se banner con priorità diverse sono in competizione, quello con priorità più alta viene mostrato per primo. Ad esempio, **un banner a priorità media prevale su quelli a priorità bassa, e uno a priorità alta prevale su tutti gli altri.**

Così, in caso di eventi importanti (come un guasto o un evento urgente), le campagne meno critiche sono temporaneamente nascoste a favore di quelle più importanti, garantendo però che nessuna venga dimenticata grazie a questo sistema di rotazione intelligente.

Questo meccanismo assicura una diffusione fluida, mirata e coerente delle informazioni, evitando il sovraccarico visivo per i collaboratori.

4. MISURARE L'IMPATTO INTERNO

Contrariamente a quanto si pensa, le firme non sono un canale cieco. Usate bene, possono essere gestite con indicatori precisi, come gli altri canali di comunicazione.



Tasso di clic sui banner misurabile con uno strumento come Signitic

Tasso di partecipazione agli eventi promossi tramite firma vs solo email



Feedback qualitativi raccolti dalle Risorse Umane o tramite sondaggi interni



Un banner ben progettato, mirato e posizionato può generare dal 2 al 5% di clic, cioè decine di interazioni al giorno, anche solo per un semplice promemoria di formazione o sondaggio.

5. COME IMPLEMENTARE UNA STRATEGIA EFFICACE?

Ecco le **5 fasi chiave** per industrializzare la tua comunicazione interna tramite le firme email:

1. Costruire un calendario editoriale allineato

Pianificare le campagne in base ai momenti chiave di HR, CSR, formazione, benessere sul lavoro, ecc.

2. Creare template visivi armonizzati

Rispetto della brand identity, formati coerenti, immagini d'impatto

3. Collaborare con il team IT

Per automatizzare la distribuzione e garantire l'affidabilità

4. Segmentare le campagne

In base alle popolazioni: servizi, aree geografiche, lingue, professioni

5. Dotarsi di uno strumento dedicato come Signitic

Per centralizzare, automatizzare, mirare, misurare – senza coinvolgere i collaboratori né sovraccaricare l'IT

6. STRUMENTI E BUONE PRATICHE

Aggiornare manualmente le firme di 300
o 1000 collaboratori?

Impossibile da gestire.

Ecco dove entra in gioco una soluzione
come Signitic, progettata per unire
marketing, comunicazione interna e IT
attorno a un unico strumento.

Con Signitic puoi:

Risparmiare tempo

- Distribuzione centralizzata in pochi clic
- Integrazione con directory (Google Workspace, Microsoft 365, Active Directory)

Essere pertinenti e mirati

- Messaggi personalizzati per servizi, funzioni, regioni, lingue
- Banner programmabili per campagna

Curare la tua immagine

- Firma visivamente professionale, coerente con il tuo marchio
- Template di banner integrati e personalizzabili
- Nessun sovraccarico visivo: messaggi concisi e gerarchizzati

7. FEEDBACK

I nostri clienti hanno trasformato le loro firme in un canale interno strategico. Ecco cosa ne ricavano:

**+25 a
40 %**

di partecipazione agli
eventi interni promossi
tramite firma



Unificazione del
branding interno a
livello internazionale



Adozione accelerata di
strumenti o formazione
interna



Diffusione efficace di
messaggi sensibili o
urgenti, senza stress
per i team di
comunicazione

8. LA CHECKLIST

Se spunti tutte queste caselle, la tua firma è un vero strumento di coinvolgimento!

- > La firma è uniformata per tutti i collaboratori ☐
- > Rispetta la carta grafica dell'azienda ☐
- > Contiene i dati essenziali (nome, ruolo, telefono, email, sito, informazioni legali...) ☐
- > Include un banner personalizzato ☐
- > Il banner evidenzia un messaggio interno chiaro e conciso ☐
- > Il messaggio viene aggiornato regolarmente secondo un calendario editoriale ☐
- > La campagna è mirata (per paese, reparto, lingua, ecc.) ☐
- > Le performance sono monitorate (clic, tasso di partecipazione...) ☐
- > Tutto viene distribuito automaticamente tramite uno strumento come Signitic ☐
- > I collaboratori non devono fare nulla, tutto è gestito in modo fluido ☐



LE TUE FIRME EMAIL CON IL PILOTA AUTOMATICO

È tempo di garantire l'uniformità nelle firme elettroniche di tutti i membri del tuo team.

Personalizzazione, rispetto della tua identità visiva e integrazione di messaggi informativi sono ora i pilastri della tua strategia di comunicazione. Con la nostra piattaforma, la creazione e la gestione delle campagne diventano semplici e intuitive.

La nostra soluzione ti permette di indirizzare efficacemente il tuo pubblico, organizzare la tua struttura in modo ottimale, condurre test A/B e molto altro ancora!

L'automazione e la centralizzazione delle firme all'interno della tua organizzazione sono ora accessibili. Basta perdere tempo a gestire codice HTML per ogni team!

Il tuo servizio comunicazione può finalmente gestire ed utilizzare facilmente le firme elettroniche della tua azienda grazie a una piattaforma intuitiva. **Addio segmentazioni manuali, rubriche non sincronizzate e distribuzioni laboriose.**

