



# GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA AZIENDALE

## OBIETTIVI

- Acquisire metodi, tecniche e strumenti per costruire un ottimo piano di comunicazione: dall'analisi dello scenario, alla formulazione delle linee guida di intervento, all'implementazione delle azioni operative di comunicazione;
- Definire un piano strategico e operativo di comunicazione integrata;
- Studiare, attivare e gestire campagne di comunicazione di successo;
- Scegliere il linguaggio più efficace in relazione ai diversi canali;
- Gestire la relazione con i media e gli altri partner di comunicazione

## CONTENUTI

- Ruolo e funzioni della comunicazione in azienda (Aspetti generali della comunicazione; Comunicazione come processo integrato di identificazione e costruzione del valore; Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci; Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli interlocutori; Novità e innovazioni a disposizione per migliorare il dialogo tra impresa e consumatore; Creazione e capitalizzazione del valore per il cliente; Relazione fra marketing e comunicazione)
- Strategia di comunicazione: scelte e realizzazione del piano di comunicazione integrato; scenario, contesto di comunicazione e coerenza con le scelte di marketing; SWOT analysis;
- Stabilire le linee guida della comunicazione aziendale: la strategia di comunicazione come criterio di coerenza nelle scelte; definire gli obiettivi generali e specifici delle azioni di comunicazione; identificare le categorie di interlocutori e stabilire le priorità; formulare i messaggi; piano strategico di comunicazione; visione del processo di comunicazione come flusso operativo; strumenti della corporate communication; corporate identity; pubbliche relazioni per aumentare la corporate awareness; pianificazione tattica delle azioni di comunicazione;
- Definizione e pianificazione del budget; Monitoraggio delle azioni di comunicazione; Valutazione del ritorno delle azioni di comunicazione; Implementazione delle azioni correttive
- Declinare i messaggi e gestire le attività di comunicazione (Valore strategico della buona scrittura; Regole di scrittura: facilitare lettura e comprensione, sviluppare contenuti efficaci)

## METODOLOGIA

Il corso intende avvalersi di un nuovo approccio basato sull'interazione tra teoria e pratica, tra metodologie classiche e innovative, tra sapere, saper fare e saper essere, con lezioni frontali tenute dal docente, intervallate da esercitazioni pratiche, analisi di casi aziendali, discussioni e confronto continuo tra i partecipanti, nell'ottica di un percorso formativo improntato all'interattività e allo stimolo continuo.

In particolare, sarà privilegiato un approccio didattico di tipo attivo basato sulle seguenti metodologie:

- a) lavori di gruppo da svolgere in un tempo prefissato, facilitando lo scambio di idee ed esperienze tra i partecipanti in un rapporto relazionale sganciato dalla dipendenza dal docente
- b) discussione di gruppo, privilegiando un tipo di apprendimento per problem solving e per confronto
- c) laboratori, coinvolgendo il gruppo dei partecipanti in formazione su un problema reale per assumere decisioni e, quindi, intraprendere delle azioni, favorendo l'apprendimento di gruppo e organizzativo

## CERTIFICAZIONI

Il corso, volto al miglioramento, accrescimento e potenziamento delle competenze manageriali consentirà ai partecipanti di conseguire una **Dichiarazione delle Competenze** (Conoscenze e Abilità) raggiunte durante il percorso. Si tratta di un'attestazione di acquisizione delle singole competenze coerenti con il corso frequentato e conferita a coloro i quali supereranno con esito positivo le prove di verifica previste dal percorso.

## QUOTA DI ISCRIZIONE

€ 1.000,00\* + IVA

\*Possibilità di finanziare la formazione attraverso i fondi interprofessionali.

In caso di iscrizione di almeno 3 partecipanti della stessa Azienda, si garantisce lo sconto del 20% per ciascuna quota di iscrizione.

## DURATA

2 gg (16 hh)

