

# La gestione interna ed esterna della propria immagine aziendale

Durata

2 giornate aula

Obiettivi

*Il corso si pone come obiettivo principale quello di fornire strumenti, conoscenze ed abilità per lo sviluppo delle capacità e delle competenze professionali finalizzate allo sviluppo ed alla applicazione dei piani di comunicazione interna ed esterna a livello di unità operative complesse, coerentemente con la mission aziendale declinata nelle sedi della Direzione Generale.*

*Verranno affrontati i temi della immagine aziendale e sviluppati strumenti per la costruzione ed il monitoraggio della stessa a livello delle singole aree di appartenenza.*

*L'intervento è rivolto a gruppi di tipo interfunzionale, al fine di garantire omogeneità dal punto di vista dei linguaggi utilizzati e verifica puntuale della trasferibilità dei contenuti e delle metodologie proposte in sede formativa per l'attuazione di interventi gestionali sul processo di comunicazione interna ed esterna che caratterizza ogni singola Unità operativa.*

Destinatari

*Coordinatori, responsabili di servizio, operatori in genere*

**Holos** s.r.l.

Programma

Programma

*L'analisi dei bisogni di informazione e comunicazione*

**L'analisi dei bisogni di informazione e comunicazione**

- Principi e modelli per l'analisi del processo comunicativo
- Comunicare nelle organizzazioni
- Il processo di analisi dei bisogni di comunicazione
- Le fonti e le tecniche per l'analisi dei bisogni di informazione e comunicazione

**La segmentazione del pubblico di riferimento**

- La conoscenza dei pubblici di riferimento
- Il processo di segmentazione
- I criteri
- Audience e Target
- Convenienze tecniche e gestionali di segmentazione
- Come comunicare con i clienti

**La mappa dei bisogni di informazione e comunicazione per aree di intervento**

- Bisogni e attese di comunicazione
- Il processo di analisi delle esigenze di comunicazione
- Fonti e tecniche per l'analisi delle esigenze
- Tipologie, strumenti e metodi

**Formulazione degli obiettivi di informazione e comunicazione per aree di intervento**

- Formulazione degli obiettivi di comunicazione
- Il processo di pianificazione
- Definizione degli obiettivi
- Il Communication mix

**Azioni comunicative e informative**

- Mezzi e canali
- Formulazione del piano di comunicazione
- Il feed-back sui bisogni comunicativi

**Comunicazione interna e comunicazione esterna**

- La coerenza necessaria
- L'immagine aziendale
- Gli uditori potenziali
- Il cliente esterno e il cliente interno