



# Modulo 5: Comunicazione

## Toolkit per il miglioramento della governance Azione A.2 – Gestire 2020



- **Comunicazione interna**

- perché serve
- definizione
- creazione del piano
- condivisione
- implementazione
- strumenti

- **Comunicazione esterna**

- perché serve
- strategia di comunicazione
- ABC della comunicazione
- piano operativo di comunicazione
- eventi

## Perché serve uno strumento per la comunicazione interna?

Realizzare un sintetico piano di comunicazione interna serve a orientare le dinamiche di collaborazione e responsabilità, oltre a ottimizzare la diffusione delle informazioni e gli scambi costruttivi di idee.

Più persone vengono coinvolte all'interno di un gruppo di lavoro più la condivisione delle notizie può diventare complessa.

Adottare delle linee guida condivise e chiare permette di ridurre al minimo la perdita di tempo e informazioni.



# Comunicazione interna



## STEP 0: DEFINIZIONE

- **I ruoli** di ogni attore dell'ATE
- **La persona di riferimento** per le attività di comunicazione interna.  
La persona incaricata avrà la responsabilità di seguire le attività operative, aggiornare i documenti e comunicare le modifiche al team.
- **Gli strumenti da attivare** fra quelli consigliati in base ai bisogni dell'ATE
- **Il livello di condivisione** degli stessi: come vedremo nei prossimi step è consigliato che alcuni documenti vengano gestiti e modificati solo dal responsabile mentre altri nascono per essere modificati da diversi membri del team.



# Comunicazione interna



## STEP 1: CREAZIONE DEL PIANO

La prima azione che il responsabile dovrà compiere consiste nella creazione dello spazio dedicato al team e ai documenti che andranno condivisi con lo stesso.

- ORGANIZZAZIONE  
file "TEAM ATE (nome)" (vedi sotto), documenti ufficiali, etc.
- COMUNICAZIONE  
logo, template di riferimento (carta intestata, power point, etc.), file grafici, comunicati stampa, etc.
- EVENTI E ATTIVITÀ  
programma, presentazioni, locandine, etc.



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

# Comunicazione interna



## STEP 1: CREAZIONE DEL PIANO

Esterni alle cartelle si possono salvare le linee guida dello “**Spazio online condiviso**” (un file di massimo 2/3 pagine che spiega le regole per la classificazione e la denominazione delle cartelle all’interno dello spazio e un tutorial per l’utilizzo dello stesso).

Dopo aver creato e organizzato le cartelle è il momento di realizzare un documento fondamentale – che chiameremo “TEAM ATE (nome)” – nel quale inserire tutte le persone coinvolte devono essere inserite con i dettagli di contatto e il loro ruolo all’interno del team.

Si consiglia di non rendere modificabili i documenti chiave come le linee guida dello “Spazio online condiviso” e il file “TEAM ATE (nome)”. Questi e altri documenti chiave dovrebbero essere aggiornati settimanalmente unicamente dal responsabile dello spazio condiviso.



# Comunicazione interna



## STEP 1: CREAZIONE DEL PIANO

### STRUMENTI

#### Strumenti trasversali

Prima di attivare i singoli *tool* consigliamo di valutare, per facilitare l'utilizzo degli stessi, anche le soluzioni che comprendono al loro interno più software utili al team.

Alcuni esempi:

- Google offre, con un solo account, molteplici applicazioni gratuite come Drive, Calendar, Docs. Offre inoltre la possibilità a pagamento di attivare G Suite con una serie di servizi aggiuntivi. Da valutare inoltre il piano fornito gratuitamente agli enti no profit.
- Anche Dropbox offre più applicazioni con un unico account come Dropbox Paper (Software documenti collaborativi) e piani a pagamento che offrono servizi aggiuntivi.



# Comunicazione interna



## STEP 1: CREAZIONE DEL PIANO

### STRUMENTI

#### **Spazio online condiviso: Google Drive / Dropbox**

Entrambi i servizi sono disponibili gratuitamente nella loro versione di base e hanno diverse caratteristiche in comune.

Clicca [qui](#) per informazioni su Drive.

Clicca [qui](#) per informazioni su Dropbox.

#### **Software documenti collaborativi**

Per ottimizzare lo scambio di informazioni e la creazione di materiali condivisi (es. scaletta di priorità per gli incontri periodici) consigliamo l'utilizzo di un software per la creazione di documenti (documenti di testo, presentazioni o simili) a più mani. Ad esempio, [Google Docs](#) e [Dropbox Paper](#).





# Comunicazione interna



## STEP 2: CONDIVISIONE

Oltre ai documenti presenti nello spazio condiviso il responsabile dovrebbe realizzare anche i seguenti strumenti:

- un calendario condiviso
- una mailing list interna

Il responsabile ha inoltre l'importante compito di organizzare gli incontri periodici e la loro agenda. Per una corretta comunicazione tali eventi dovrebbero avere scadenza settimana o mensile e includere le proposte tematiche di tutti i membri del gruppo (possono essere raccolte facilmente tramite Google Docs).



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

# Comunicazione interna



## STEP 2: CONDIVISIONE

### STRUMENTI

#### Calendario condiviso

Strumento fondamentale per la corretta gestione delle attività e dei meeting è il calendario condiviso fra il team. Si consiglia di utilizzare uno standard per la gestione degli eventi indicando la loro tipologia in maniera chiara e, se possibile, facilitando la lettura del calendario attraverso colori predefiniti in base al tipo di evento.

- Google Calendar: per poter accedere a questa applicazione è necessario registrarsi o avere un account Gmail / G Suite. Ecco una [guida introduttiva](#) all'utilizzo di Calendar. Alcuni consigli per l'utilizzo del software possono essere trovati [qui](#).
- Timify: calendario agenda online (info [qui](#))



# Comunicazione interna



## STEP 2: CONDIVISIONE

### STRUMENTI

#### Tool per coordinamento degli incontri

[Doodle](#) è uno strumento gratuito molto semplice e intuitivo che permette di capire facilmente la data più adatta fra quelle messe a disposizione dall'organizzatore dell'incontro.



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

# Comunicazione interna



## STEP 3: IMPLEMENTAZIONE

Durante gli incontri periodici è importante ricordare di utilizzare i tool di riferimento e capire se è necessaria una formazione specifica.

In un momento successivo, quando tutti saranno capaci di utilizzare la cartella, si può utilizzare un'applicazione di messaggistica istantanea per rendere la comunicazione più veloce e meno formale.

Consigliamo di non introdurre troppi strumenti diversi e di indicare nel piano di comunicazione interna lo scopo e il metodo di utilizzo per ogni tool.





# Comunicazione interna



## STEP 3: IMPLEMENTAZIONE

### STRUMENTI

#### Messaggistica istantanea:

- **Skype:** può essere utilizzato da computer e cellulare per chiamare, scriversi e inviare documenti e file. Si tratta di un prodotto Microsoft quindi necessita di un account di questo tipo. Info [qui](#).
- **Whatsapp:** applicazione mobile che però ha una sua versione online accessibile da computer (solo per chi ha attivo il cellulare). Grazie alla funzione Gruppo permette di scambiare facilmente messaggi istantanei e documenti con più persone. Punto debole: la ricerca dei contenuti non è intuitiva, quindi è sconsigliato utilizzarlo per informazioni che non devono essere perse e che potrebbero servire dopo un lungo periodo di tempo. Info [qui](#).
- **Slack:** applicazione gratuita un po' meno conosciuta ma ideata con lo scopo di facilitare il lavoro in team. Info [qui](#).



# Comunicazione esterna



## Perché serve la comunicazione esterna?

Comunicare con efficacia è fondamentale per promuovere le attività dell'ATE e raggiungere un pubblico sempre più ampio. Ma come fare?

- Parti da una strategia e pensa alle azioni concrete (piano di comunicazione) da mettere in atto.
- Tieni monitorati i risultati e modifica il tuo piano in base alle indicazioni che hai raccolto.



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

## STEP 1: STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La tua strategia di comunicazione è strettamente legata al tuo [Piano di Marketing](#) e agli obiettivi di lungo, medio e breve periodo; prima di iniziare tieni conto che la strategia deve integrarsi con gli altri strumenti del [marketing mix](#) e tenere in considerazione il tempo e le persone che hai a disposizione per realizzarla.

- il contesto in cui lavori e comunichi (settore, mercato, competitors);
- il tuo target di riferimento ([buyer personas](#));
- gli obiettivi concreti e determinati che vuoi raggiungere. Tali obiettivi devono essere [S.M.A.R.T.](#) (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Timely);
- strumenti, canali e contatti già a disposizione dell'ATE

# Comunicazione esterna



## STEP 2: ABC DELLA COMUNICAZIONE

### 1) LOGO e NOME

- Chi sei?
- Con che nome il tuo pubblico ti cercherà online?

Per quanto scontate, queste domande permetteranno alla tua ATE di venir facilmente riconosciuta e rimanere impressa nella mente dei visitatori. Per questo scegliere un nome memorizzabile e mantenerlo identico in tutte le comunicazioni e in tutti i canali è di fondamentale importanza. La scelta del nome e del logo va fatta quindi con la consapevolezza di essere di fronte ai due elementi più importanti per la propria comunicazione.





# Comunicazione esterna



## STEP 2: ABC DELLA COMUNICAZIONE

### 2) IDENTITÀ VISIVA

Pensare alla propria identità visiva è cruciale: dal logo al sito, fino alla carta da lettere, è importante che ogni materiale dell'ATE riesca ad essere ricollegato a voi. Un'identità visiva coerente ed efficace comunica moltissimi messaggi "non verbali": professionalità, competenza, coordinamento, etc.

Consigliamo perciò di realizzare alcuni strumenti di base (es. presentazioni, carta intestata, etc.) che tutto il team utilizzerà quando "userà" la voce dell'ATE.



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

# Comunicazione esterna



## STEP 2: ABC DELLA COMUNICAZIONE

### 3) SITO INTERNET

Oggi è fondamentale, soprattutto per le realtà di una certa grandezza, avere una propria identità digitale. Quest'ultima, in base alle necessità della singola area, potrà consistere in una semplice scheda all'interno di un sito più ampio, in una landing page o in un vero e proprio sito internet.

Il sito web non è solo una vetrina ma una vera e propria proiezione dell'ATE che permetterà ai possibili visitatori di decidere se raggiungervi, come fare e quando farlo. Per questo è fondamentale che le informazioni contenute siano chiare e aggiornate.



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

## STEP 3: PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE

Il Piano di Comunicazione è un documento che servirà come linea guida operativa per raggiungere gli obiettivi dell'ATE (che devono essere stabiliti in modo chiaro, preciso e misurabile).

- la strategia creativa di comunicazione
- i mezzi di comunicazione che impiegherai (es. social network, sito, email marketing, etc)
- la programmazione delle attività;
- i tempi e le tempistiche delle singole azioni;
- il budget a disposizione e il modo in cui sarà ripartito;
- il monitoraggio delle attività.

## STEP 3: PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE

### STRUMENTI

#### Tool grafici

nel caso non aveste a disposizione un professionista.

**Canva**: Canva ti permette di creare grafica utilizzando moltissimi layout e template già pronti con un editor semplice da utilizzare. Puoi facilmente creare immagini per i tuoi social media, poster, flyer, copertine di libri. I testi, i font, i colori e le immagini possono essere facilmente modificati direttamente online.

**Crello**: alternativa a Canva che offre funzionalità simili. Puoi creare design utilizzando formati pre-impostati come cover per i social, ads, poster, etc. Crello mette a disposizione oltre 5.000 design free e una libreria di oltre 60 milioni d'immagini.



## STEP 3: PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE

### STRUMENTI

#### Tool per email marketing

[Mailchimp](#) (in inglese): gratuito se hai meno di 2000 contatti a cui inviare le comunicazioni. Il suo punto di forza è l'interfaccia, veramente semplice da utilizzare, possiede un editor completo e nel piano free ha da poco inserito anche il sistema di automazione.

[Sendinblue](#) (in italiano): gratuito se invii meno di 300 email al giorno, senza limite di contatti.

[Mailup](#) (in italiano): piattaforma italiana a pagamento che possiede tool evoluti di automazione (*autoresponder*) e creazione/gestione *landing page* (per attività di *Lead Generation*), inoltre ti consente di lanciare anche campagne sui social (Facebook, Twitter, LinkedIn) tracciando i risultati.

## STEP 3: PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE

### STRUMENTI

#### Social networks

Ogni portale ha una sua funzione e un suo pubblico specifico. Prima di aprire diversi canali solo per “esserci”, rifletti sulla quantità di ore che hai a disposizione per seguirli e tenerli aggiornati. Una volta scelto il canale migliore per la tua ATE cura il lato estetico: anche questi canali devono essere in linea con la tua identità visiva e devono contenere le informazioni basilari per mettersi in contatto con te o poter approfondire collegandosi al tuo sito.

Ecco alcuni articoli che ti possono aiutare a fare la scelta giusta:

- [Come scegliere i social networks più adatti alle nostre esigenze di business](#)
- [Quali social scegliere](#)
- [I social media più usati in Italia](#)

# Comunicazione esterna



## STEP 3: PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE

### STRUMENTI

#### Tool per monitoraggio performance sito web

[Google Analytics](#): uno dei software più utilizzati al mondo e completamente gratuito. Non essendo semplicissimo da utilizzare si consiglia di approfondire il tema prima di aprire un profilo, ed esempio tramite [questo link](#).

#### Tool per gestire i profili social

[Hootsuite](#)

[SEMrush](#)



LIFE GESTIRE 2020 - Nature Integrated Management to 2020.  
La strategia integrata per Rete Natura 2000 e la biodiversità in Lombardia

# Comunicazione esterna



## ORGANIZZARE GLI EVENTI

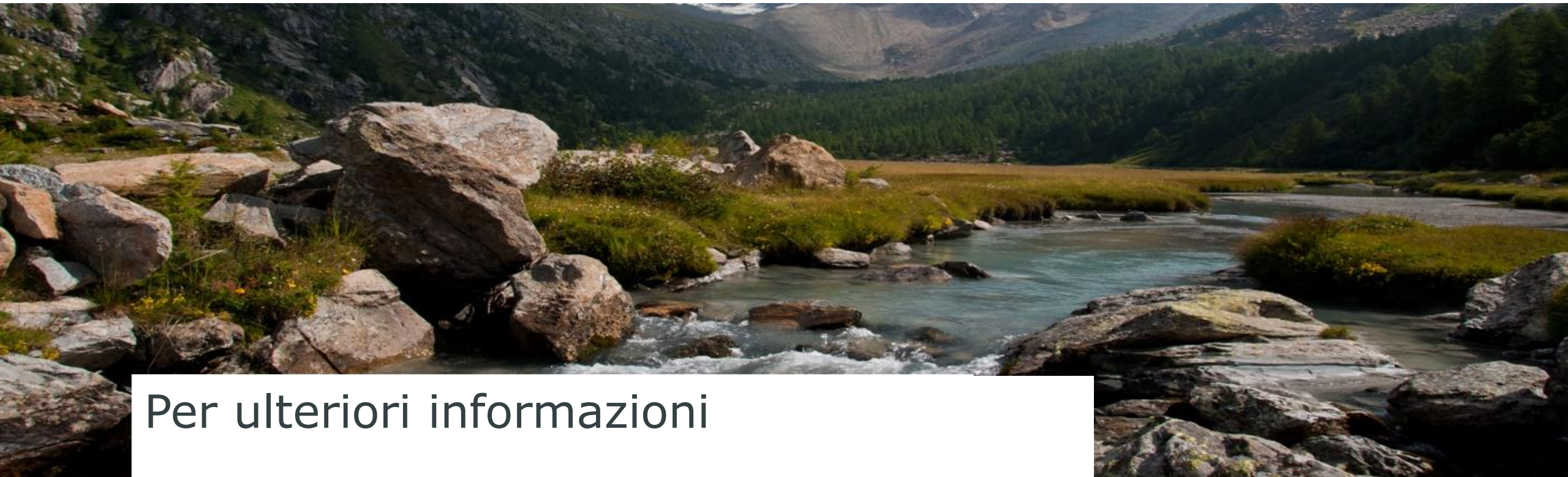
Gli eventi (laboratori, uscite, visite, etc) hanno un ruolo fondamentale nella promozione degli ATE. Per questo abbiamo riassunto, sotto forma di domande, alcuni punti chiave che consigliamo di affrontare prima di ogni evento tenendo conto che l'ideale sarebbe realizzare un "piano operativo di comunicazione" per ognuno di essi.

- Qual è lo scopo dell'evento?
- A chi si rivolge? Come gestirai inviti e presenze?
- Qual è il budget a disposizione e il personale dedicato?
- Dove lo farai? C'è abbastanza spazio? Quali attrezzature sono disponibili?
- Chi parlerà? In che ordine?
- Di quali materiali hai bisogno? Chi li preparerà ed entro quando?
- Hai comunicato l'evento ai tuoi partner/collaboratori? Sanno quali materiali sono a disposizione?
- Come puoi promuovere l'evento?

Non dimenticarti di prendere in considerazione le tematiche riguardanti la sicurezza, la privacy dei partecipanti e la raccolta dei dati per poterli informare sui prossimi eventi e attività.







Per ulteriori informazioni

Alessandro Leonardi  
alessandro.leonardi@etifor.com