



## **COMMUNICATION MANAGER**

### **FINALITÀ**

- Acquisire metodi, tecniche e strumenti per costruire un efficace piano di comunicazione
- Definire la strategia di comunicazione e le leve di comunicazione integrata
- Scegliere il communication mix più puntuale
- Organizzare e integrare i contributi di marketing e comunicazione on e offline
- Comprendere cosa significa comunicare efficacemente

### **DATI ORGANIZZATIVI**

- *Durata:* da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente
- *Destinatari:* per aula max 8/10
- *Modalità di erogazione:* alternanza teoria ed esercitazioni

### **CONTENUTI**

- Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci
- Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli stakeholder
- Creazione e capitalizzazione del valore per il cliente
- Relazione fra marketing e comunicazione
- Diffusione della cultura e dei valori aziendali
- Scenario, finalità e coerenza con le scelte di marketing
- SWOT analysis comunicazionale
- Definire obiettivi e strategia
- Messaggi, mezzi, azioni: sintonizzarsi su tono, stile, taglio divulgativo
- Corporate Identity
- PR per aumentare la brand awareness
- Brand Identity e Web Reputation: quale collegamento, quali implicazioni
- Social media, community, blog
- Scheduling delle attività e coerenza con gli obiettivi
- Definizione e pianificazione del budget
- Valutazione del ritorno delle azioni di comunicazione
- Implementazione di eventuali azioni correttive
- Il contributo della comunicazione pubblicitaria alla scrittura
- Lavorare con partner esterni: come costruire un brief chiaro ed efficace
- L'arte dello storytelling: nuova frontiera della comunicazione aziendale
- Le nuove frontiere del Web Writing
- Identificare i diversi tipi di rischi: valutarli e anticiparli
- "Crisis Communication" nell'epoca della condivisione
- Gestione della crisi per trasformarla in opportunità di sviluppo