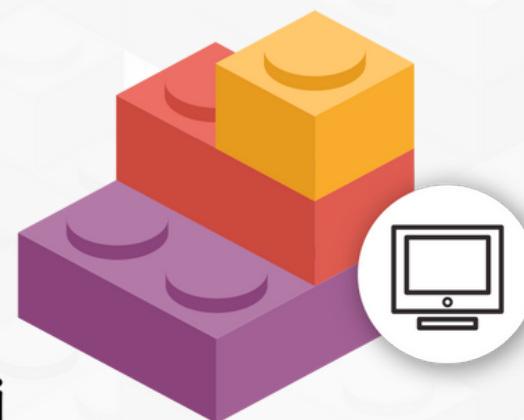
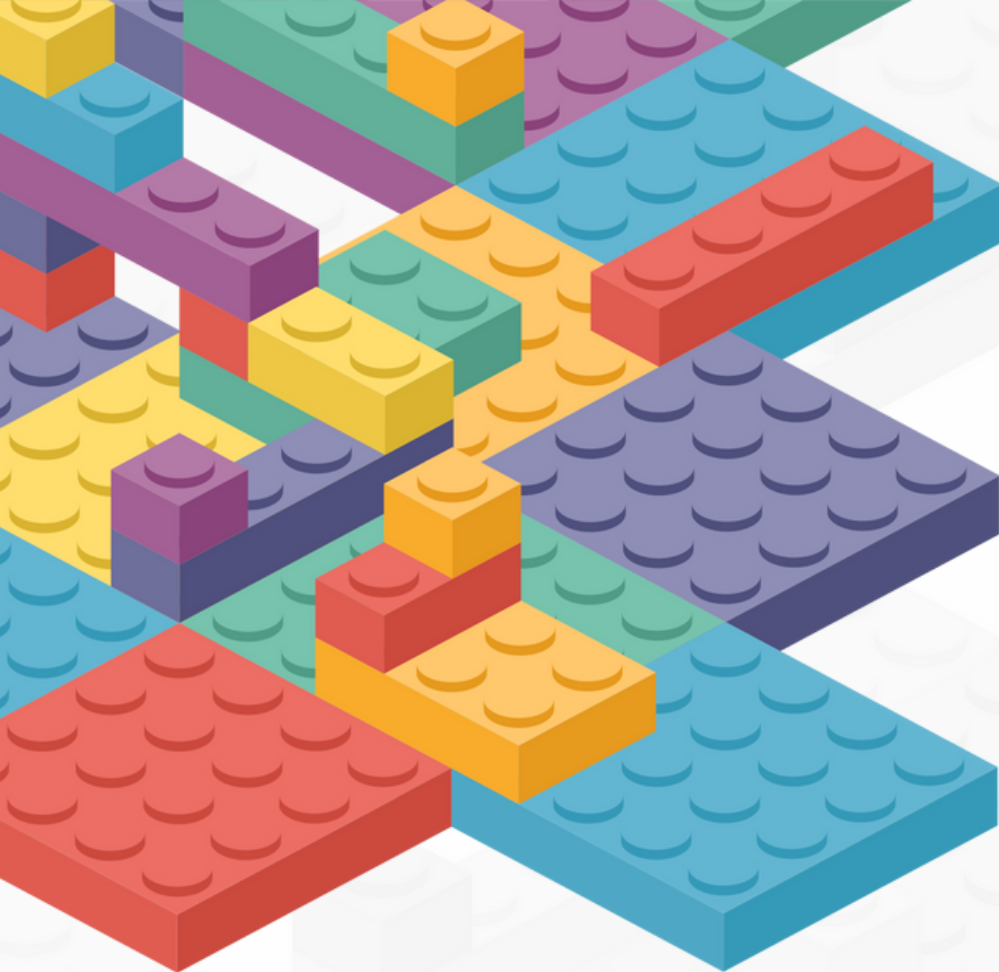




dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Modulo 3 - La Comunicazione



“C’è il boom della comunicazione: tutti a comunicare che stanno comunicando.”

Altan



Sommario

Lezione 1 - **Introduzione**

Lezione 2 - **L'importanza di comunicare**

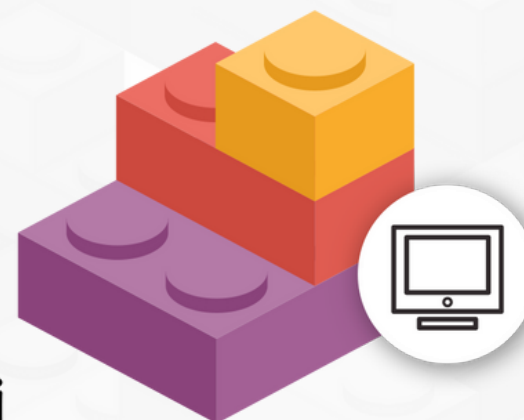
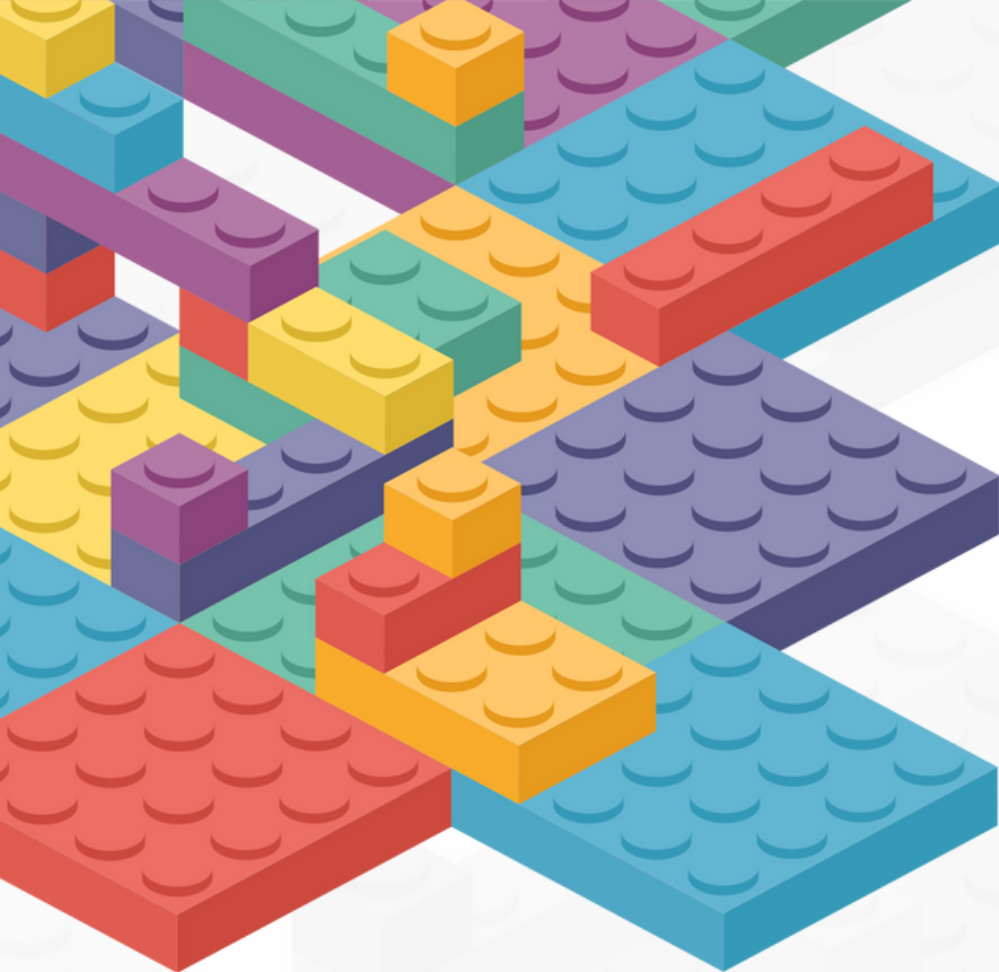
Lezione 3 - **La Comunicazione Efficace**

Lezione 4 - **Comunicazione e Marketing**

Lezione 5 - **Strategie pratiche on e offline**

Lezione 6 - **Conclusione**





dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 1 - Introduzione



1. Introduzione

Come comunicare in modo efficace la proposta, i valori, i servizi, i prodotti e le iniziative del proprio progetto, sfruttando i canali online e offline.

Parleremo di:

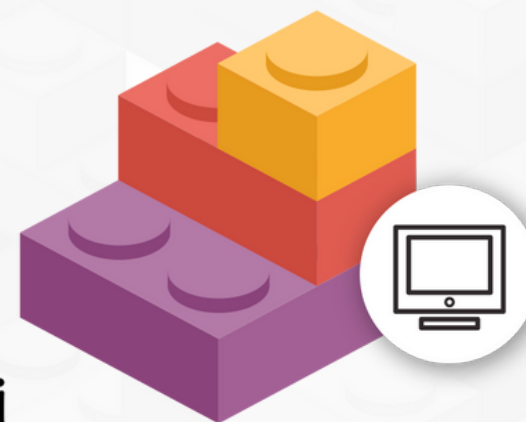
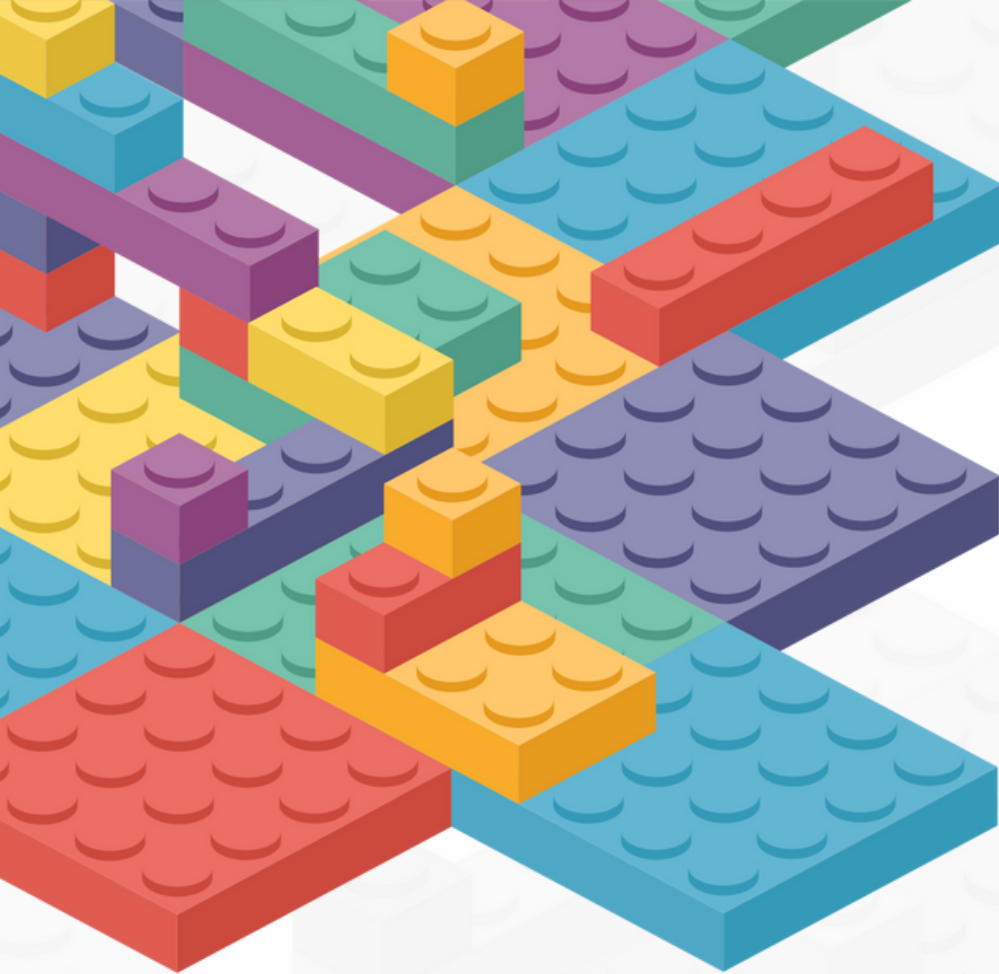
- perché la comunicazione è così importante?
- cosa si intende per comunicazione?
- suggerimenti pratici per una comunicazione efficace



“La nostra epoca ha inventato così tanti modi di comunicazione che si è dimenticata che cosa comunicare.”

Fabrizio Caramagna





dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 2 - L'importanza di
comunicare

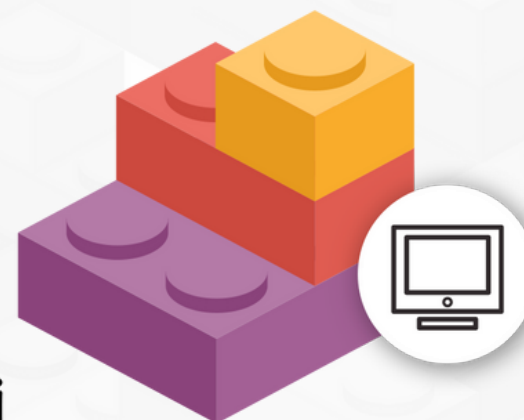
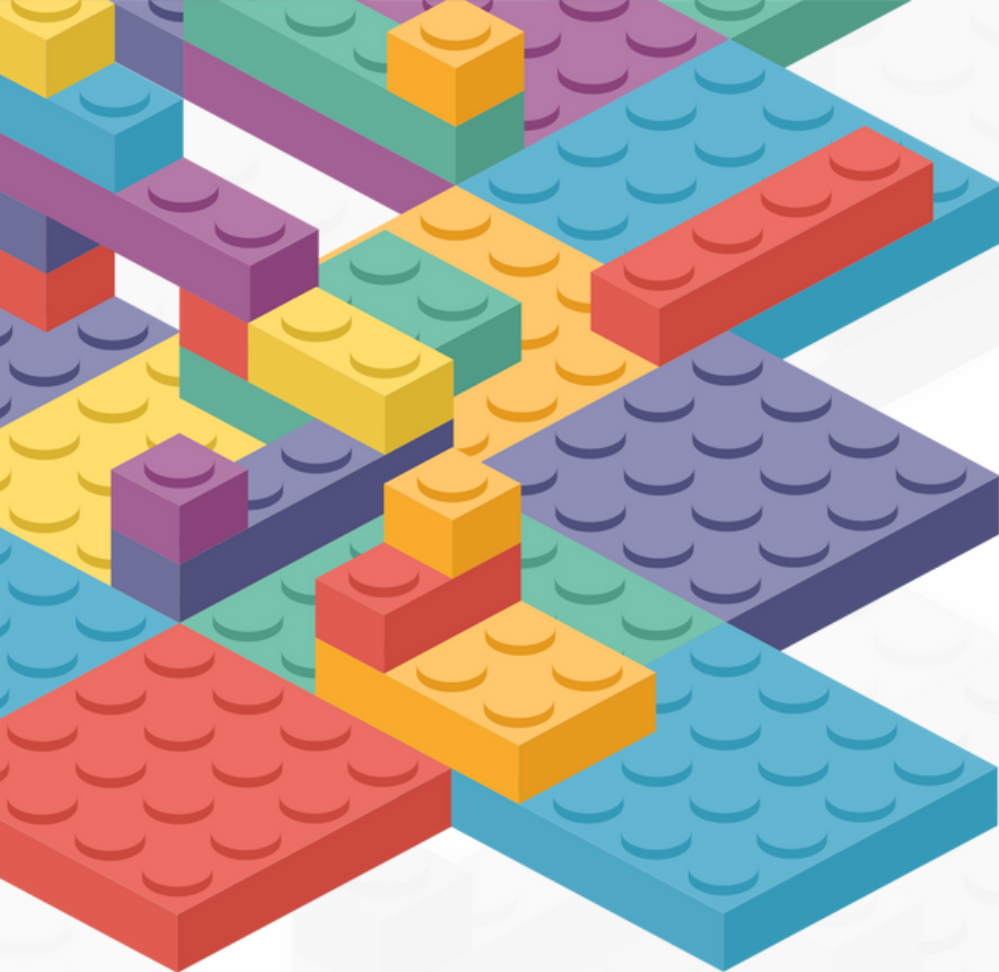


2. L'importanza di comunicare

- La comunicazione è una competenza umana, prima ancora che professionale e di business
- La comunicazione efficace
- La necessità di una formazione permanente

Comunicare è **fondamentale** per l'ottima **gestione** e il successo dei nostri **progetti** e non è né semplice né da dare per scontata.





dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 3 - La comunicazione
efficace



3. La comunicazione efficace

Formazione permanente

- Oggi è necessario aggiornarsi continuamente
- Novità e aspetti tecnici, burocratici, formali, gestionali
- Competenze trasversali

La comunicazione **efficace** è una **competenza** trasversale fondamentale, alla **base** sia delle relazioni umane, sia delle strategie di marketing.



La comunicazione efficace

Dal latino: Cum = insieme, munus = impegno/dono, actio/agere = azione/agire.

Quindi: comunicare è “mettere in comune un dono”

Comunicare in modo efficace significa:

- sapersi esprimere in modo chiaro e coerente con il proprio stato d'animo e il proprio pensiero
- fare in modo che il messaggio che io (emittente) desidero comunicare all'altro (ricevente) arrivi in modo da poter essere compreso.
- ascoltare l'altro, in modo attivo e attento, così che a sua volta possa esprimersi e farsi comprendere

Per ascoltare davvero sono fondamentali: il **silenzio**, l'**ascolto** delle **parole** e la capacità di osservazione.



3. La comunicazione efficace

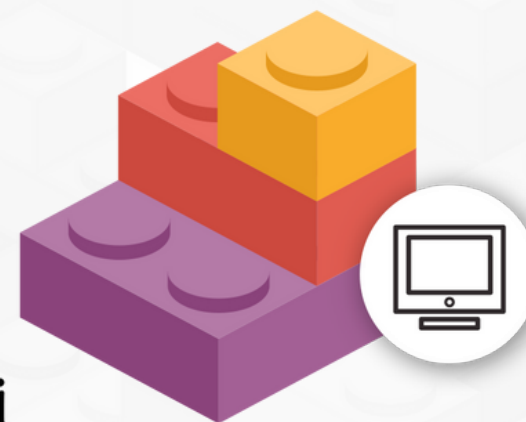
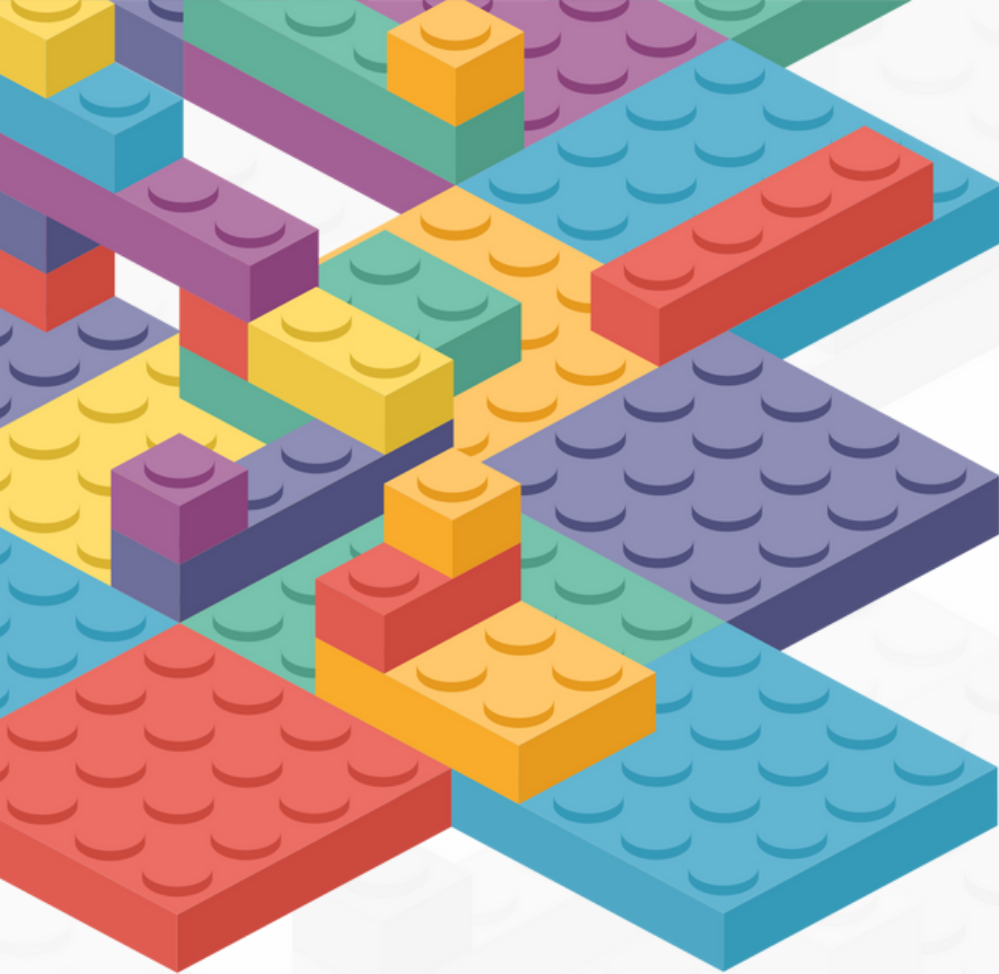
Assertività ed Empatia

- **ASSERTIVITA'** è la capacità di affermare se stessi, dichiarare i propri bisogni, le proprie opinioni e punti di vista nel **RISPETTO** degli altri, delle loro idee e dei loro bisogni, senza prevaricazioni o sottomissioni.
- **EMPATIA** è la capacità di mettersi nei panni degli altri, cioè di riconoscerne e dividerne le emozioni e i punti di vista.

Utilizzare l'empatia significa comprendere come si sente l'altra persona non solo con la testa, ma anche con il cuore e la pancia.

3. La comunicazione efficace





dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 4 - Comunicazione e
marketing



4. Comunicazione e marketing

Cosa intendiamo per “Marketing”

- È una scienza che permette di rendere efficace un insieme di strumenti e modalità da utilizzare per poter comunicare la nostra realtà e le sue iniziative.
- Dà la possibilità di raccogliere, tenere monitorati e analizzare numeri e dati, utili alla verifica di ciò che funziona e cosa no (ma di questo non parleremo).

Consideriamo qui aspetti del **marketing** molto pratici, da imparare a utilizzare con **consapevolezza**, perché tutto ciò che facciamo in termini di proposte, comunicazione e relazione, **non** sia **basato** su **spontaneità** e **improvvisazione**, ma sia cosciente, davvero utile ed efficace (win-win)



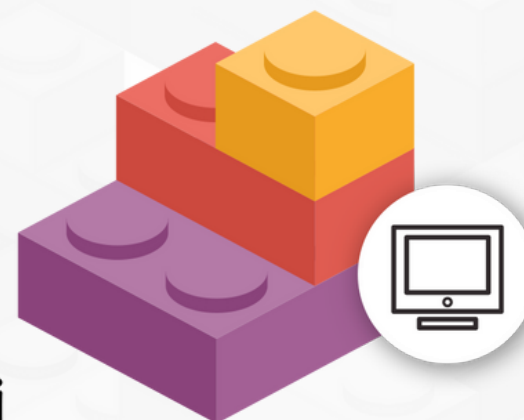
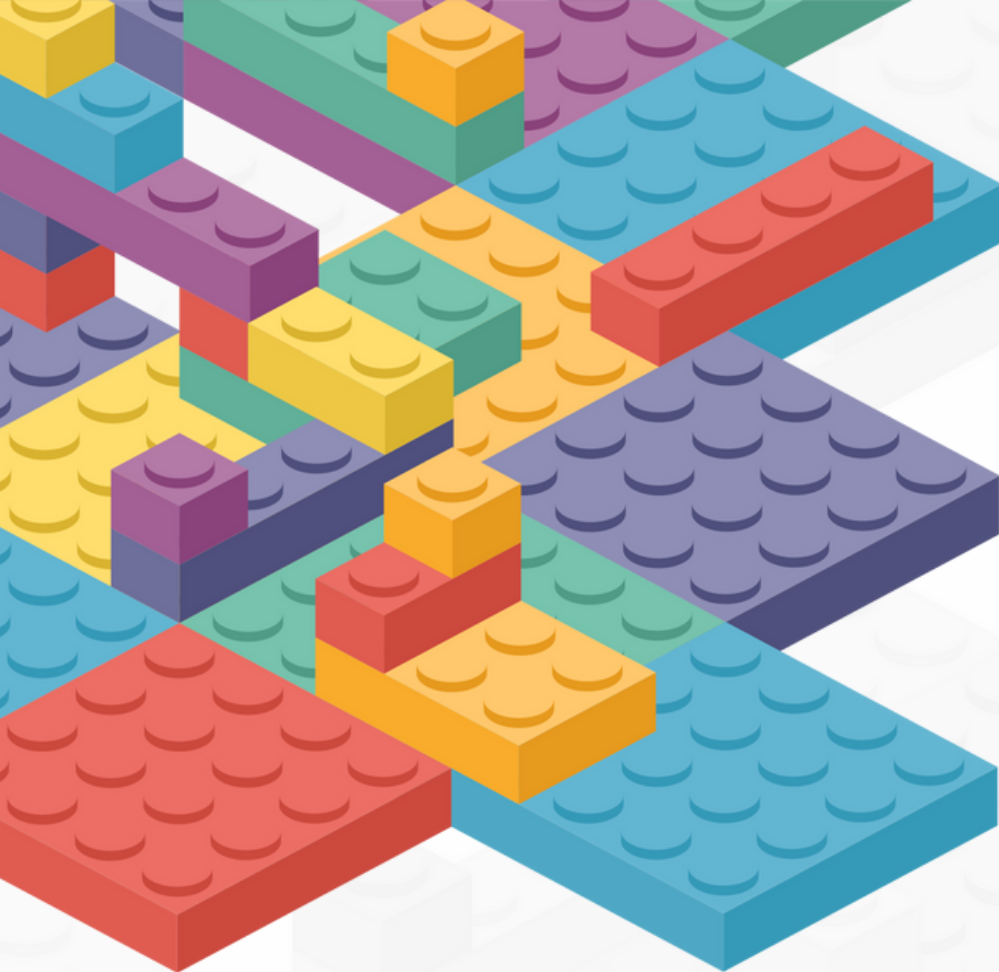
La comunicazione interna ed esterna

Usare strategie di marketing per noi significherà:

- farci conoscere da potenziali nuovi clienti, sul territorio o nel web (esterna)
- diffondere e confermare la nostra reputazione e autorevolezza (esterna e interna)
- permettere ai nostri clienti fidelizzati e collaboratori di essere allineati e coinvolti nelle nostre proposte, valori e identità (interna)
- far funzionare iniziative, servizi e organizzazione (sia nella gestione interna, sia nella diffusione delle proposte all'esterno)
- avviare eventuali collaborazioni costruttive e funzionali (esterna)



4. Comunicazione e marketing



dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 5 – Strategie pratiche
online e offline



5. Strategie pratiche online e offline

Funzioni della comunicazione online e offline

Gli strumenti usati per la comunicazione devono:

- rappresentarci al meglio, sia a livello di impatto visivo, fin dal primo colpo d'occhio, sia a livello di contenuti
- mostrare quanto siamo “sul pezzo”, aggiornati, in continua evoluzione, attenti al presente e alle continue novità e innovazioni
- trasmettere professionalità e autorevolezza
- essere coinvolgenti ed accattivanti, coerenti e stimolanti

Tutto ciò risulterà molto importante sia per **attrarre** nuovi utenti, ma anche (e soprattutto) per rendere chi già appartiene alla nostra realtà **orgoglioso** di farne parte!



Funzioni della comunicazione online e offline

La fidelizzazione e i suoi vantaggi:

- chi ci conosce ed è entusiasta della nostra realtà, sviluppa un forte senso di appartenenza, che lo porterà a risceglierci di volta in volta, senza minimamente pensare di andarsene
- uno degli strumenti da sempre più efficaci del marketing è il passaparola
- un'altra tendenza sempre più in voga e utilizzata è quella che in gergo tecnico si chiama “riprova sociale”.



5. Strategie pratiche online e offline

Strumenti di comunicazione online

- Il Logo e l'immagine coordinata
- Il Sito web
- Le pagine Social
- Il Blog
- La Newsletter

5. Strategie pratiche online e offline



Strumenti di comunicazione offline

- Materiali cartacei: volantino, brochure, locandine, biglietti da visita
- Cartellonistica su strada
- Gadgets
- Organizzazione di eventi interni/partecipazione ad eventi sul territorio o di settore
- Eventuali partnership con realtà del territorio (a seconda del tipo di progetto)



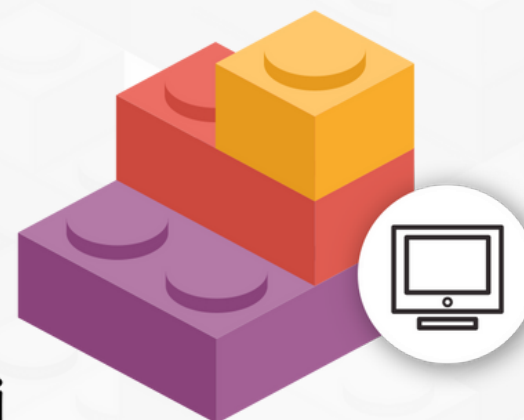
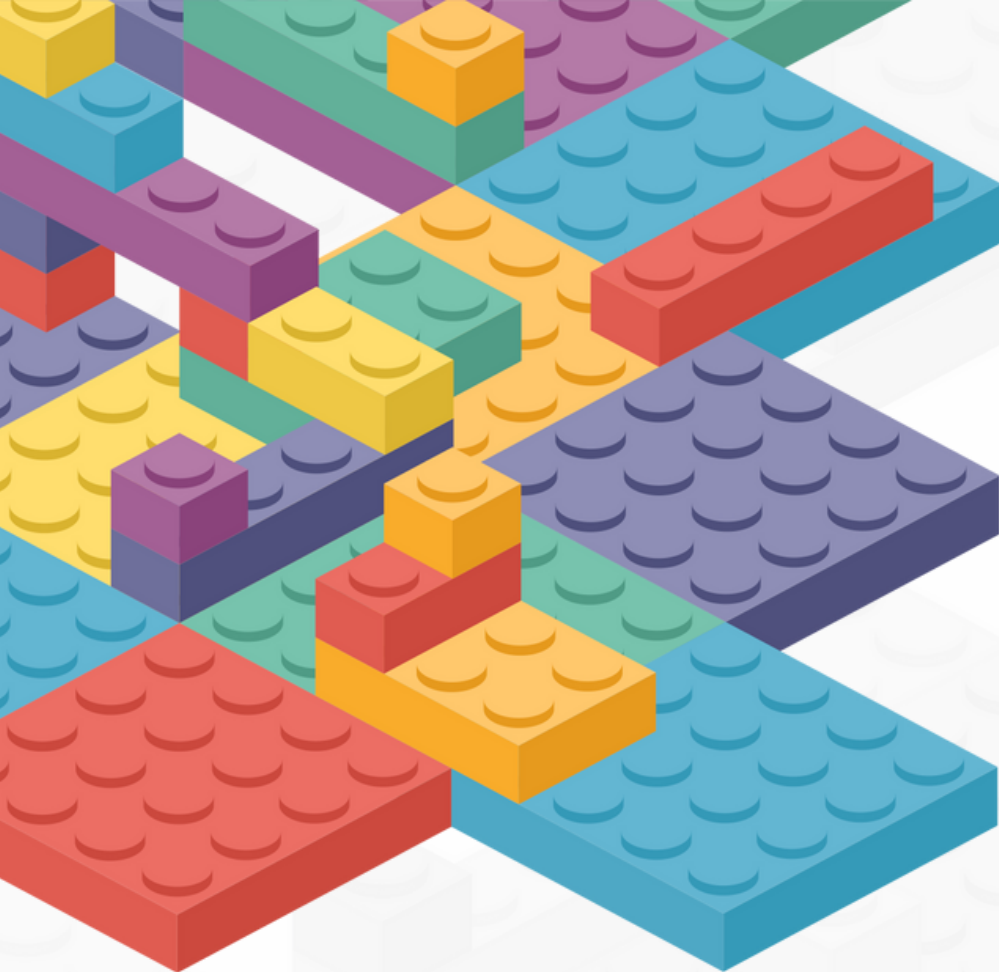
5. Strategie pratiche online e offline

Chi può fare tutto questo?

- Supporto di professionisti (con la possibilità di gestire anche poi in autonomia)
- Responsabili interni o creazione di team per progetto
- Incontri formativi e di verifica



5. Strategie pratiche online e offline



dai
FORMA
al tuo *progetto*
SMART

Lezione 6 - Conclusione



Ora hai a tua disposizione le conoscenze fondamentali per completare tutti gli aspetti del tuo progetto:

- **come creare un documento scritto** completo, chiaro e ordinato
- gli **elementi essenziali** per curare un'**identità visiva forte** e una **comunicazione efficace**.

E **se vuoi un ulteriore supporto** per la scrittura del documento e la concretizzazione di identità e comunicazione, **quali altri passi puoi fare con noi?**

- **Corsi in piccolo gruppo in aula** dove potrai approfondire e confrontarti con altri partecipanti, beneficiando della nostra presenza e aiuto nella scrittura del progetto.
- **Consulenze 1:1 personalizzate** per lavorare in modo ancora più mirato sulle tue specifiche esigenze, offrendoti un supporto completamente dedicato.



6. Conclusione



Video location:

la casa delle idee
galv@ni
HUB



dai
FORMA
al tuo *progetto*



daiformaaltuoprogetto.com



dai
FORMA
al tuo *progetto*