

IL PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE (2GG)

Obiettivi del corso:

Gestire efficacemente le diverse iniziative di comunicazione della propria azienda e acquisire un metodo per pianificare e coordinare con successo l'utilizzo dei diversi strumenti di comunicazione ottimizzando il budget a disposizione.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

IL PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE (2gg)

- ✂ Gli attori nel mondo della comunicazione;
- ✂ La gestione dei rapporti con le agenzie di comunicazione;
- ✂ La funzione di un piano di comunicazione;
- ✂ La vendita del piano all'interno dell'azienda e i rapporti con le altre funzioni;
- ✂ Facciamo chiarezza sulle terminologie tecniche per evitare confusione;
- ✂ Gli elementi del piano di comunicazione;
- ✂ La definizione degli obiettivi;
- ✂ La gestione del budget di comunicazione;
- ✂ Vantaggi e svantaggi dei diversi strumenti di comunicazione;

- ✦ L'impatto di internet nel mondo della comunicazione aziendale;
 - ✦ La scelta degli strumenti di comunicazione più adatti;
 - ✦ Gli schemi e i documenti che compongono un piano di comunicazione;
 - ✦ La valutazione del ritorno sugli investimenti;
 - ✦ Analisi di piani di comunicazione reali;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-