



## Lista di controllo

# Misure di comunicazione dei PAC nell'ambito del livello «pubbliche relazioni»

### Processo: pianificazione delle misure di comunicazione

L'obiettivo della comunicazione consiste nel trasmettere conoscenze, esperienze e messaggi ai gruppi target prestabiliti, nella qualità richiesta e in modo tempestivo ed efficiente. Le misure di comunicazione fungono da supporto per le misure degli altri livelli del PAC e contribuiscono a raggiungere gli obiettivi del PAC.

La comunicazione integrata assicura un buon coordinamento tra misure e strumenti, attraverso un processo che prevede l'analisi, la pianificazione, l'organizzazione, l'esecuzione e il controllo dell'intera comunicazione, interna ed esterna.

Segue una descrizione di questo processo.

Fase del processo	Quesiti
1. Analisi della situazione	<p>Quale tema deve essere trattato? Qual è la situazione di partenza e di quali condizioni quadro occorre tenere conto? (analisi dei fattori legati al contesto come trend, temi rilevanti dal punto di vista sociale ecc.)</p> <p>Quesiti importanti a questo proposito:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cosa sappiamo dei diversi gruppi di popolazione?</li><li>• Quali sono le loro condizioni di vita?</li><li>• Quali conoscenze possiedono già e dove prendono le informazioni?</li><li>• Come si comportano e quali offerte utilizzano?</li><li>• Qual è il comportamento auspicato? In quali condizioni di vita si deve interagire e a quale scopo?</li><li>• Quali fattori favoriscono e quali fattori ostacolano l'adeguamento del comportamento da parte dei gruppi target?</li><li>• Quale risultato si intende raggiungere e a quale scopo?</li></ul>
2. Definire gli obiettivi	<p>Quali conoscenze (obiettivi a livello di conoscenze, comportamento e atteggiamento) devono acquisire i diversi gruppi target attraverso le nostre misure di comunicazione? In merito a cosa devono essere sensibilizzati?</p> <p>Quesiti importanti a questo proposito:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Qual è l'obiettivo principale? Quali sono gli obiettivi parziali?</li><li>• Chi deve sapere cosa ed entro quando (a breve, medio e lungo termine)?</li><li>• Le conoscenze devono essere approfondite (obiettivo qualitativo) o diffuse tra la popolazione (obiettivo quantitativo)?</li></ul> <p><b>Importante:</b> stabilire obiettivi misurabili (<b>S</b>pecifici <b>M</b>isurabili <b>A</b>mbiziosi <b>R</b>ealistici <b>T</b>emporizzabili)</p>
3. Definire il/i gruppo/i target	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qual è/quali sono il/i gruppo/i target?</li><li>• Quale gruppo target ha quale priorità?</li><li>• Come e dove è preferibilmente raggiungibile il gruppo target?</li><li>• A chi (moltiplicatori/trici, partner) ci rivolgiamo per raggiungere gli obiettivi summenzionati?</li></ul>

<p>4. Definire il messaggio e il posizionamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qual è il messaggio principale ed eventualmente quello secondario?</li> <li>• Come ci posizioniamo?</li> <li>• Quale wording si addice al gruppo target?</li> <li>• Quale tono si addice al nostro corporate wording?</li> </ul>
<p>5. Stabilire strumenti e misure</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quale messaggio viene trasmesso con quali strumenti/misure, da quale mittente, quando, attraverso quale canale, con quale obiettivo e a quale gruppo target?</li> <li>• Quali partner potrebbero fungere da moltiplicatori/trici?</li> <li>• Quali partner/organizzazioni/autorità ecc. devono essere informati e in merito a cosa?</li> </ul>
<p>6. Verificare la facilità di accesso</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il linguaggio usato rispetta le regole del corporate wording?</li> <li>• Segue i <a href="#">consigli legati all'utilizzo di una lingua semplice?</a></li> <li>• Tiene conto degli <a href="#">aspetti relativi alle pari opportunità?</a></li> <li>• Il/i gruppo/i target comprende/comprendono il messaggio?</li> </ul> <p><b>Suggerimento:</b> far testare i messaggi e le misure dal/dai gruppo/i target e/o coinvolgere il/i gruppo/i target nello sviluppo dei messaggi e delle misure.</p>
<p>7. Creare un piano di implementazione, allocare risorse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chi fa cosa e quando?</li> <li>• Chi è responsabile di cosa? <b>Suggerimento:</b> creare una <a href="#">matrice RACI</a>.</li> <li>• Servono risorse di personale aggiuntive o ulteriori partnership?</li> <li>• Quali sistemi di informazione e strumenti di lavoro occorrono?</li> </ul>
<p>8. Stilare un budget</p>	<p>Quanto costano le misure, la valutazione ed eventualmente le risorse aggiuntive ecc. (punto 7)?</p>
<p>9. Valutazione: verificare l'efficacia delle misure di comunicazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chi (responsabile/esecutore) verifica cosa (obiettivo), presso chi (gruppo target), come (metodo di controllo), quando (momento) e con quale regolarità (frequenza dei controlli)?</li> <li>• Gli obiettivi sono stati raggiunti?</li> <li>• Le risorse sono state utilizzate in modo funzionale ed efficiente?</li> <li>• Le misure sono efficaci?</li> </ul>