

Corsi INPS Valore P.A. 2021 **LOMBARDIA**

sogetto proponente INSUBRIA - Università degli Studi dell'Insubria
in collaborazione con Formel srl



Comunicazione efficace: utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione pubblica con i cittadini attraverso un approccio innovativo. Regole e strumenti per comunicare attraverso i social. Strategie e strumenti per definire la media policy interna ed esterna. (1° livello).

Programma

Il corso sarà erogato in modalità DAD (didattica a distanza sincrona)
in sessioni da 4 ore con orario 9.00 - 13.00

Per comunicare efficacemente con i cittadini attraverso i Social Media, ogni pubblica amministrazione deve dotarsi di una adeguata strategia di comunicazione. Questa definizione necessita di una buona conoscenza dei Social e delle loro principali funzionalità. Pubblicare contenuti digitali che possano essere adeguatamente compresi richiede una attenta valutazione di diversi elementi, tra i quali, ad esempio, la tipologia di persona alla quale il contenuto si rivolge. Il corso intende offrire tutte le indicazioni e diversi strumenti pratici per dotare la pubblica amministrazione di una efficace media policy interna ed esterna, focalizzandosi anche su come valutare, quantitativamente e qualitativamente, i risultati della comunicazione attraverso i Social Media.

Il corso delinea quindi una panoramica sull'uso dei social media per le attività di comunicazione, informazione, erogazione di servizi delle Pubbliche Amministrazioni, fornendo strumenti ed indicazioni pratiche per essere subito operativi.

I MODULO: I Social Media e la strategia di comunicazione

Introduzione all' uso dei Social Media

- Come cambia la comunicazione nei social media: tante opportunità e qualche rischio
- Cittadini e amministrazione: dai contenuti alle relazioni
- L'importanza di definire una strategia di comunicazione sui social e le fasi principali
- La strategia di comunicazione: dalla teoria alla pratica
- Definire la propria identità: cosa fa la PA, come lo fa e perché lo fa (Modello "Golden Circle")
- Definire lo stile di comunicazione: linguaggio e identità grafica
- Definire gli interlocutori/utenti: la comunità, l'insieme del mercato, chi fa parte della PA, Altri enti pubblici
- Usare il modello delle User Personas per identificare bisogni e desideri degli interlocutori/utenti
- Definire una social media policy interna ed esterna

II MODULO: L'utilizzo di Facebook e Instagram

Facebook per la PA

- Panoramica sull'uso di Facebook. Profili personali, pagine istituzionali, gruppi ed eventi
- Suggerimenti generali per usare bene Facebook. Esempi di utilizzo virtuosi di Facebook

Instagram per la PA

- Panoramica sull'uso di Instagram. Feed, Storie, IGTV ecc. Suggerimenti generali per usare bene Instagram
- Esempi di utilizzo virtuoso di Instagram

Note organizzative

 Corso 1° livello

 Durata **40 ore**
Modalità **FAD**

Sede corso

 **Modalità Webinar**

Date di svolgimento

16 Maggio 2022
17 Maggio 2022
27 Maggio 2022
31 Maggio 2022
08 Giugno 2022
10 Giugno 2022
13 Giugno 2022
14 Giugno 2022
21 Giugno 2022
22 Giugno 2022

Le date potrebbero subire variazioni

 Regione **Lombardia**

- [Metodologie »](#)
- [Didattica »](#)
- [Logistica »](#)

Contatti

 +39 02 626 907 10

III MODULO: L'utilizzo di Twitter, Youtube e LinkedIn

Twitter per la PA

Panoramica sull'uso di Twitter. Profili, liste ed altri strumenti
Suggerimenti generali per usare bene Twitter. Esempi di utilizzo virtuoso di Twitter

Youtube per la PA

Panoramica sull'uso di Youtube. Strumenti di lavoro messi a disposizione da Youtube.
Suggerimenti generali per usare bene Youtube. Esempi di utilizzo virtuoso di Youtube.

LinkedIn per la PA

Panoramica sull'uso di LinkedIn. Profili personali, pagine istituzionali.

Suggerimenti generali per usare bene LinkedIn. Esempi di utilizzo virtuoso di LinkedIn

IV MODULO: Piano editoriale e scrittura

Obiettivi generali di comunicazione sui social

Riflessione: perché usare i Social Media? Dalla Visibilità all'utilità. Esserci per comunicare e informare.
Esserci per costruire relazioni. Esserci per raccogliere informazioni e fornire servizi.
Esserci per integrare e rafforzare gli altri canali di comunicazione

Dalla mappa degli argomenti al piano editoriale

Mappa degli argomenti e struttura delle categorie
Il piano editoriale e gli strumenti per lavorare in team: da Google Drive a Trello

Contenuti testuali

Post, messaggi, articoli, commenti, tweet: come cambia la scrittura su web. Elementi di stile: come scrivere in modo chiaro e conciso. Adeguare la scrittura al sito e ai diversi social media. Elementi di scrittura persuasiva. Hashtag, Emoji, simboli e altri modi per dare forma alla scrittura.

V MODULO: Contenuti visuali e gestione generale della comunicazione

Contenuti visuali: Introduzione ai contenuti visuali. Tipologie base di contenuti visuali: foto, video, infografiche, gif ecc.
Regole di base e trucchi per creare immagini e contenuti visuali efficaci. Strumenti facili e gratuiti per creare e condividere contenuti visuali.

Strumenti per automatizzare la comunicazione risparmiando tempo: Tenersi aggiornati ed essere informati con Google Alert e i Feed RSS. Definire il flusso dei contenuti e usare gli strumenti di gestione e automazione della pubblicazione: Buffer, Hootsuite, Social Pilot ecc. Tenersi aggiornati ed essere informati con Google Alert e i Feed RSS.

Valutare i risultati: Definire KPI (Key Performance Indicators) utili (No vanity metrics). Strumenti di analisi dei risultati.

INDICATORI DI OUTPUT: strategie per giungere dagli obiettivi al contenuto, creazione di una user persona e definire i suoi bisogni/problemi/aspettative; pubblicazione di diversi tipi di contenuti su Facebook, su Instagram, su Twitter, su Youtube, su LinkedIn; creazione di una mappa degli argomenti e una bozza di piano editoriale per un ente di medie dimensioni; progettazione di un contenuto testuale e adattarlo a diversi formati digitali; progettazione di un contenuto visuale e adattarlo a diversi formati digitali.

INDICATORI DI OUTCOME: definizione dei archetipi principali 'personas' (ispirandosi al modello del service design) e utilizzo per progettare contenuti e stili di comunicazione adeguati; utilizzazione delle le principali funzionalità di Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn per pubblicare contenuti digitali; definizione dei principali obiettivi di comunicazione per un ente pubblico e delle media policy interna ed esterna; creazione di un piano editoriale sostenibile in relazione agli obiettivi e alle risorse disponibili; creazione di contenuti testuali e visuali adatti ai principali social media; utilizzo di alcuni fra i principali strumenti di gestione e automazione delle attività di pubblicazione sui social media; valutazione quantitativa e qualitativa dei risultati della comunicazione sui social media.



Condividi

 Stampa »

 Scarica programma
in pdf »

Servizi ai partecipanti

 Assistenza dedicata
E-mail e telefonica

 Docenti esperti e qualificati

 Documentazione
in formato PDF

 Esercitazioni pratico-operative

 Attestato giornaliero
e finale

Formel s.r.l

📍 Sede Legale: Milano
20124, Via Vitruvio n.43
☎ 02 62690710

📍 Sede Amministrativa: Paceco
91027, Via Drago di ferro n.90

☎ 0923 526400
📄 0923526204

✉

Mappa del Sito

- > Home Page
- > Metodologie applicative
- > Didattica Corsi
- > Logistica Corsi
- > Cos'è Valore PA
- > Profilo Aziendale
- > Contatti
- > Informativa Privacy