© Copyright Università degli Studi di Torino, Progetto Atlante delle Professioni 2009

COME VIENE REALIZZATO un piano di comunicazione interna?				
A – Flusso di attività	**B - INPUT**	**C – Descrizione dell'attività**	**D – RISULTATO**	**E - SISTEMA PROFESSIONALE**
OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE		L'input del processo consiste nella rilevazione dell'esigenza comunicativa in funzione degli obiettivi strategici dell'impresa	Definizione della domanda espressa	Manager Direttore generale Responsabile della comunicazione d'impresa Responsabile Risorse Umane **Addetto alla comunicazione d'impresa**
PROGETTARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTERNA	Definizione della domanda espressa	Consiste nella definizione degli obiettivi strategici del piano di comunicazione analizzando: - lo scenario di riferimento dell'impresa - gli obiettivi di comunicazione definiti dal management - le caratteristiche dei pubblici di riferimento Analizzati a fondo gli obiettivi	Progetto di comunicazione (documento in cui prendono forma tutti gli elementi programmati e progettati)	Responsabile della comunicazione d'impresa **Addetto alla comunicazione d'impresa** Manager Direttore generale Responsabile Risorse Umane

↓		che si vogliono perseguire, occorre: - scegliere i contenuti da comunicare - individuare le azioni e gli strumenti da adottare - definire tempi e risorse necessarie (può per esempio essere necessario rivolgersi a consulenti esterni) - formulare indicatori per misurare l'efficacia degli interventi		
PREDISPORRE GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ↓	Progetto di comunicazione	Consiste nella scelta e predisposizione, in funzione degli obiettivi da perseguire e delle caratteristiche e della capacità di penetrazione di ogni canale comunicativo, degli strumenti di cui avvalersi (formazione, lettere personali, riviste aziendali, newsletter, e-mail, forum,	Valutazione degli strumenti da adottare ,	Responsabile della comunicazione d'impresa **Addetto alla comunicazione d'impresa** Responsabile Risorse Umane Copywriter Pubblicitario Grafico

		materiali informativi quali brochure, poster oppure riunioni, meeting di settore, eventi quali convention, family day…). Per la realizzazione degli strumenti ci si può eventualmente affidare a consulenti esterni specializzati (es. copywriter, pubblicitari, grafici, tecnici informatici….)		
GESTIRE IL PIANO DI COMUNICAZIONE INTERNA ↓	Progetto di comunicazione Valutazione degli strumenti da adottare	Consiste nella pianificazione delle attività esecutive coinvolgendo eventuali professionalità necessarie (colleghi, responsabili di reparti, consulenti esterni…) Messe in atto le azioni comunicative, occorre : - controllare il rispetto dei tempi assegnati per la realizzazione delle differenti attività	Piano di lavoro Analisi dell'efficacia degli interventi	Responsabile della comunicazione d'impresa **Addetto alla comunicazione d'impresa** Responsabile Risorse Umane Responsabili di settore/funzione

PIANO DI COMUNICAZIONE REALIZZATO		- controllare in itinere gli indicatori di efficacia delle singole azioni per individuare tempestivamente eventuali azioni correttive/migliorative Il risultato del processo di lavoro è la valutazione in termini di efficacia del piano di comunicazione realizzato.		