

Concetto di comunicazione

Funzione

„Non può sussistere durevolmente un solido e mirato lavoro pubblico senza un metodo e un pensiero concettuale.“ (Horst P. Borghs). Il concetto di comunicazione è uno strumento di pianificazione che serve ad affrontare e a presentare in maniera completa le diverse mansioni informative all'interno di un progetto o un programma. Esso si riferisce sempre agli obiettivi del progetto o del programma.

Elementi del concetto di comunicazione

Questi i principali elementi contenuti in un concetto di comunicazione.

A. Situazione iniziale

Situazione iniziale	Qui si analizza brevemente la situazione iniziale e si riassumono i fatti principali. Dove si situa in questo momento il progetto o il programma? Per quale motivo viene allestito un concetto di comunicazione (è la prima volta, ce n'è già stato uno, perché viene replicato)? Quali sono i principali presupposti e fattori d'influenza? Quali gli atout, le lacune, le opportunità e i rischi?
---------------------	---

B. Obiettivi e strategia

Obiettivi di comunicazione	Dalla situazione iniziale nonché dall'analisi e dagli obiettivi del progetto o del programma vengono desunti gli obiettivi di comunicazione. Gli obiettivi di comunicazione descrivono che cosa si dovrebbe ottenere con l'informazione. Essi dovrebbero essere specifici, misurabili, ambiziosi, realistici e scadenziati nonché avere un riferimento con gli obiettivi del progetto o del programma. Tanto più chiaramente sono formulati gli obiettivi, tanto è più facile definire una strategia di comunicazione.
Target	Il target è composto dalle persone (chiave) o dai gruppi di persone che dovrebbero essere informati. In riferimento al sistema progettuale, ci sono target interni (p.e. collaboratori, target dell'intervento, persone chiave del setting, dirigenti dell'istituzione preposta, gruppi di sostegno, ecc.) e target esterni (p.e. l'opinione pubblica). Dei target esterni fanno parte anche i mediatori, ossia i moltiplicatori/trici quali ad esempio i media e gli opinion leader.
Strategia di comunicazione	"La strategia descrive il percorso verso gli obiettivi" (Andresen). Una volta definiti obiettivi, target e contenuti della comunicazione, si passa alla tappa successiva. A questo punto si tratta di stabilire in che modo contenuti/messaggi possano essere trasferiti al target. Qui sono richiesti approcci creativi e non soluzioni preconfezionate.

C. Contenuti

Messaggi	Qui si determina che cosa deve essere comunicato ai diversi target. Di che cosa devono essere messi a conoscenza i diversi target? Che opinione devono farsi del nostro progetto/programma? Quali messaggi devono giungere ai target affinché gli obiettivi di informazione possano dirsi centrati?
----------	---

D. Canali di comunicazione

Scelta	Dipende solo ed esclusivamente dagli obiettivi se i target prescelti vengono raggiunti meglio con annunci sui giornali locali, mediante una manifestazione nella piazza del paese o attraverso un mailing diretto.
Esempi	Stampati: rapporto annuale, opuscoli d'immagine sull'istituzione, altri opuscoli, volantini, prospetti, cataloghi, mailing, cartoline postali ecc. Periodici: newsletter, riviste per i collaboratori o per i clienti, riviste specialistiche, e-letter (newsletter via e-mail) ecc. Pubblicità media: annunci su giornali, riviste, media specializzati; manifesti in area pubblica; spot TV e radio, striscioni ecc. Manifestazioni: eventi, porte aperte, esposizioni, fiere, simposi, dibattiti, ecc. Lavoro mediatico: comunicati stampa, dibattiti, conferenze, cartella stampa, gita, comunicazione ai media ecc. Media elettronici e audiovisivi: proiezioni di diapositive, video, DVD, CD-Rom, Internet, film ecc. Azioni: concorsi, giochi a premi, give-aways ecc.

E. Interventi

Pianificazione degli interventi	Gli interventi informativi servono a raggiungere gli obiettivi di comunicazione, vengono desunti dalla strategia e si concentrano sui diversi gruppi target. I singoli interventi di comunicazione vengono descritti, scadenziati ed eventualmente messi a bilancio. Si determina quindi attraverso quali interventi i diversi contenuti devono giungere ai diversi target, si fissa un orizzonte temporale, si definiscono i mezzi finanziari disponibili e le responsabilità. A tale scopo può risultare utile ricorrere alla tabella di conduzione.
Risorse esterne	Le misure possono essere in parte realizzate individualmente. Talvolta è tuttavia necessario il coinvolgimento di esperti soprattutto per quanto riguarda la realizzazione strutturale

F. Sviluppo qualitativo

Valutazione	Come gli altri interventi del progetto/programma, gli interventi informativi dovrebbero essere valutati in termini di efficacia. Contribuiscono nella misura auspicata al raggiungimento degli obiettivi prefissi oppure devono in qualche modo essere modificati?
-------------	--