

CORSI DI FORMAZIONE IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Obiettivo generale dei corsi

Comunicare in modo più efficace la propria azienda e/o i propri servizi

Sempre più spesso è richiesto anche a rappresentanti di aziende PMI di gestire con efficacia incontri pubblici, interni o esterni all'impresa, di saper parlare con i giornalisti/blogger, di saper utilizzare i social media o di saper gestire attacchi che minano la reputazione della singola persona o del brand.

Esprimersi con efficacia e con precisione è però un'attività che richiede precise cognizioni tecniche: non è sufficiente sapere cosa dire perché bisogna anche apprendere come e quando dirlo.

Risultati? Ottenere l'attenzione e il consenso dei dipendenti in una riunione o in una convention, riuscire a trasferire un delicato messaggio durante un'intervista ed in poco tempo, focalizzare e rafforzare i punti salienti di una presentazione con i colleghi, gestire con efficacia il cambiamento...

Tutto questo non è mai casuale: è sempre il risultato di una accurata preparazione.

I contenuti dei vari training

Approccio strategico e simulazioni pratiche

I nostri training sono mirati a soddisfare le specifiche richieste dell'azienda e/o del manager e sono costituiti da una presentazione teorica e da esercitazioni in aula basate su casi pratici (project work).

Durata e localizzazione dei corsi

Gli incontri possono essere individuali o riservati a piccoli gruppi di manager aggregati in coerenza con l'obiettivo del training.

La durata dei singoli moduli è variabile: da mezza giornata (4 ore) fino a due giornate intere (project work). Possono essere anche dei corsi con sessioni periodiche con percorsi formativi.

I corsi si svolgono in Centri di Formazione o possono venire organizzati "in house" presso l'azienda cliente, a condizione di alcuni requisiti.

L'Offerta formativa di base

Prevenire e Gestire una Crisi di Comunicazione

Come prevenire o gestire una situazione di crisi per formare il management a prendere decisioni in situazioni di forte pressione, a guidare le relazioni con diversi interlocutori in situazioni critiche interni ed esterni all'azienda: dipendenti, giornalisti, associazioni dei consumatori, enti locali, ecc.

Parlare efficacemente in Pubblico (Public Speaking)

Comprendere le tecniche per migliorare le proprie capacità di parlare in pubblico e di gestione delle presentazioni (personale o di gruppo) o delle riunioni. Linee guida e simulazioni pratiche.

Gli Strumenti di Base per l'Ufficio Stampa

Costruire una moderna ed integrata gamma di strumenti - cartacei e multimediali, reali e virtuali - per sostenere la comunicazione istituzionale e/o di prodotto. Analisi di casi e strumenti aziendali.

La gestione delle relazioni con i Giornalisti

Comprendere lo scenario dei media in Italia, i meccanismi di azione dei mezzi di informazione. Acquisire le tecniche di base per gestirne efficacemente le relazioni e consolidare la propria capacità di trasferire messaggi predefiniti attraverso la simulazione di interviste (stampa e TV).

Dalle Media Relations alle Blogger Relations

Come utilizzare gli strumenti di monitoraggio del web per gestire e migliorare la reputazione on line di un prodotto o di una azienda, come costruire dei rapporti con i blogger e altri opinioni leader del web, come costruire un sistema di comunicazione efficace utilizzando i Social Media,

Social Media Crisis: come difendere la tua azienda sul web

Scoprire e valutare tecniche e strumenti per fronteggiare le minacce della Rete per costruire e difendere la reputazione di un brand/corporate attraverso attività di social media relations.

La Valutazione dei Risultati dell'Ufficio Stampa

Impostare - attraverso una serie di parametri qualitativi e quantitativi - un efficace ed oggettivo processo di misurazione dei risultati ottenuti con le attività di RP e Media relations.

Il Brainstorming

Partecipare e/o facilitare una riunione creativa interna per generare una vera "tempesta" di nuove idee, valorizzando le potenzialità latenti in un team composto anche da non "comunicatori".

Il Piano di Comunicazione Integrata

Pensare, scrivere e presentare un progetto in grado di integrare le diverse discipline della comunicazione (pubblicità, relazioni pubbliche, promozioni, direct) per comunicare efficacemente un prodotto/servizio e/o una azienda/organizzazione ai diversi destinatari ed influenti.

La Comunicazione degli eventi

Nel panorama della moderna comunicazione d'impresa l'evento può essere uno strumento di comunicazione efficace, in grado di raggiungere un pubblico ampio e differenziato. Costruire e comunicare un evento è oggi una opportunità per soddisfare le esigenze dell'impresa che vuole rendere più visibile la propria filosofia, i propri prodotti o il proprio management.

La Comunicazione Interna: dalla newsletter alla Web TV

Comprendere obiettivi, strategie, processi ed attività della comunicazione che si rivolge ai dipendenti dell'impresa. Informazione, motivazione o rassicurazione? Quali mezzi per comunicare il cambiamento di una azienda o le nuove strategie aziendali alla popolazione aziendale?