



**PIANO STRATEGICO
COMUNICAZIONE
2016 - 2018**

Il Piano Strategico 2013/15 Comunicazione – Premessa Criticità

Il piano della comunicazione 2013/2015 partiva da una situazione di forte debolezza:

- scarsa comunicazione esterna
- comunicazione interna gestita in modo prevalentemente personale
- debole rapporto tra il settore comunicazione di Federmanager e quello Visés
- mancanza di una comunicazione dedicata ai progetti
- inadeguatezza delle dotazioni strumentali/logistiche che, se superate, renderebbero più efficiente il lavoro della struttura

Il Piano Strategico comunicazione 2013/15 - Obiettivi

Il Piano 2013/15 affrontava le necessità di:

- rafforzare la propria **brand identity**
- rafforzare il **rapporto con Federmanager** e le sue strutture territoriali
- trasmettere una visione di VISES come soggetto affidabile, efficiente e trasparente
- dare più ampia diffusione alla **rete esterna** delle iniziative e dei progetti VISES

Per realizzarlo si è investito in misura importante:

- nella creazione di una nuova **identità visiva** di Vises
- in **nuovi canali** (web, stampa, social), sia all'interno del mondo Federmanager che all'esterno

Il Piano Strategico 2013/15 comunicazione – Risultati

(1/1)

COMUNICAZIONE INTERNA

- definizione grafica ed **immagine coordinata** Vises: logo, carta intestata , sito web, template per presentazioni
- avvio di una **riconoscibilità** di **Vises** come Ong Federmanager
- aumento visibilità sulle riviste nazionali e territoriali Federmanager
- avvio comunicazione più strutturata con i **soci** attraverso il canale della newsletter semestrale

ATTIVITA' WEB

- aggiornamento e restyling coordinato **sito web** istituzionale, creazione nuove pagine dedicate ad ogni progetto
- attivazione canali **social network** : profili Facebook, LinkedIn
- attivazione **siti web di progetto** dedicati (Nido sicuro, Impresa che fa scuola, Manager Innovatori)
- attivazione metodo di pagamento **Pay Pal** per agevolare le donazioni

Il Piano Strategico 2013/15 comunicazione – Risultati (2/2)

COMUNICAZIONE ESTERNA

- Diffusione comunicati stampa e redazionali per testate specializzate
- Organizzazione conferenze stampa e convegni
- Selezione periodica di articoli sul mondo del volontariato
- Predisposizione materiali per interviste e interventi

EVENTI

Istituzione di un annuale momento di confronto su tematiche sociali in collaborazione con la LUISS



**Proposta di linee strategiche
comunicazione
2016 – 2018**

Linee Strategiche 2016/18 comunicazione – Obiettivi

VICES per continuare il proprio percorso di sviluppo e crescita, deve necessariamente:

- continuare a sviluppare il percorso di rafforzamento della propria **brand identity** all'interno del mondo Federmanager affinché tutti gli attori del mondo federale siano coinvolti nella **condivisione** dei **valori** della cultura Vises e si identifichino in essa.
- rendere sempre più stabile la **relazione di fiducia** tra Federmanager e Vises che permetta di rafforzare sia la presenza che le attività all'interno della struttura
- identificare VICES con un **posizionamento** sul “**mercato della solidarietà**”, che miri ad evitare la frammentazione e la dispersione degli interventi selezionando iniziative in coerenza con il piano strategico
- rafforzare il legame con i vari dipartimenti comunicazione interni ad ogni sede territoriale
- rendere più **efficiente** e **fluida** la **comunicazione** sia interna che esterna combinando vecchi e nuovi strumenti di comunicazione
- rafforzare il **target** di riferimento: mondo manageriale, media, interlocutori istituzionali e non istituzionali
- identificare **nuove aree di collaborazione**

Linee Strategiche 2016/18 comunicazione – Azioni

RETE INTERNA

- Incrementare **spazi redazionali** sulle riviste nazionali e territoriali Federmanager, dedicati alle attività Vises
- Attivare spazio fisso dedicato a Vises all'interno del **sito Federmanager**, per presentare e diffondere le iniziative.
- Implementare la partecipazione di Vises ad **assemblee nazionali, territoriali** o eventi organizzati da Federmanager e sedi territoriali
- Definire i termini di un **coinvolgimento** maggiore dei **soci** nelle attività delle associazioni aumentando le occasioni e lo scambio di comunicazioni
- Delineare una **comunicazione** più strutturata e continua sui **progetti**
- Avviare **campagna nuovi soci** per l'anno 2017

Linee Strategiche Comunicazione 2016/18 – Azioni

RETE ESTERNA

- Aumentare la **diffusione stampa** su riviste di settore
- Strutturare attività concrete dedicate al **fundraising** e in quest'ottica acquisire nuovi canali di pagamento (mobile payment qr code, sms solidale) x facilitare le donazioni
- Valutare l'utilizzo dello strumento **crowdfunding** specifico per finanziare i progetti
- Delineare una **comunicazione** più strutturata e continua sui **progetti** italia e estero
- Rafforzare **partnership** già avviate con associazioni (es. Peter Pan Onlus) per aumentare visibilità all'esterno
- Ampliamento visibilità attraverso la collaborazione con il mondo universitario per il supporto all'elaborazione di tesi in materia di politiche, imprese e innovazione sociale.

EVENTI

- Realizzazione convegno annuale Vises 2017 presso LUISS
- Realizzazione convegno co-organizzato Vises Federmanager sul tema cultura/ambiente

Linee Strategiche Comunicazione 2016/18 – Azioni

AREA DIGITAL

- Migliorare la gestione e fruibilità del **sito web** istituzionale
- Potenziare la propria identità online aggregando e diffondendo news e contenuti, andando a stimolare il target di riferimento
- Rafforzare attività **social media marketing**: gestione pagina social Facebook con piano editoriale per comunicare attività e news
- Rendere più attivi/interattivi i **siti di progetto**
- Implementazione di nuovi **strumenti digitali** comunicativi (esempio video istituzionale Vises)

Linee Strategiche Comunicazione 2016/18 – 5 x Mille



- necessità di strutturare una **campagna mirata**
- adottare delle strategie per individuare e raggiungere esclusivamente i propri potenziali donatori di 5 per mille, concentrando le energie, riducendo i costi e soprattutto migliorando l'efficacia della campagna.
 - Interlocutori: focus sul **mondo manageriale**
 - Strumenti : utilizzo massivo del canale **web/digital**. Possibile utilizzo campagna sms.
 - **Azione: forte e congiunta Federmanager** + Visés su territorio nazionale

Linee Strategiche 2016/18 Comunicazione Speciale “30 anni”

La strategia di comunicazione integrata che VISES prevede di mettere in campo per celebrare i suoi 30 anni, prevede una serie di elementi che devono essere strettamente in sintonia tra loro e indirizzati verso un comune obiettivo.

- Immagine coordinata - sviluppo nuova identità visiva ideata per celebrare i 30 anni con l'obiettivo di rendere omogenea la comunicazione online ed offline.
- Declinazione su tutti i materiali cartacei e web
- Ideazione e progettazione video ad hoc
- Attività social media marketing
- Implementazione area dedicata sito web VISES
- Campagna 5Xmille web dedicata con nuovo visual e nuovi strumenti
- Campagna nuovi soci (sedi territoriali; enti/aziende privati)
- Ideazione ed organizzazione evento “30 anni”