



Corso di formazione

“Progettare ed organizzare un Evento, e promuoverlo attraverso i Social Media”

Martedì 16 settembre – giovedì 18 settembre 2014

dalle ore 9,00 alle ore 13,00 e dalle ore 14,00 alle ore 17,00

Auditorium Comunale “Giovanni Tebaldini” - Viale De Gasperi n. 124

Gli Eventi sono uno straordinario e riconosciuto strumento di comunicazione, siano essi istituzionali, manifestazioni sportive o ludiche, mostre, fiere, concerti, convegni o altro. Ogni evento è differente dall'altro, ma tutti richiedono un'attenta pianificazione ed organizzazione: l'evento di successo è un sistema complesso che richiede oggi un'attenta gestione ed una presenza sia offline che online.

Gli Eventi rappresentano sempre di più per le amministrazioni pubbliche non solo un'occasione per informare e comunicare in maniera efficace con i cittadini, ma anche un'opportunità di ascolto, per creare o rafforzare una relazione di fiducia.

Il corso si articola in due giornate.

La prima giornata è dedicata alla condivisione di approcci e modalità con cui progettare ed organizzazione un evento all'interno della pubblica amministrazione.

La seconda giornata affronta il tema della promozione di un evento attraverso i Social Media.

Prima giornata

Viene proposta una metodologia di base per affrontare le varie fasi di organizzazione di un evento: dall'ideazione allo studio delle varie componenti dell'incontro, dalla progettazione alla preparazione del piano operativo, dall'elaborazione del budget alla preparazione del consuntivo.

Al centro della proposta formativa viene messa la definizione delle soluzioni in termini di qualità per l'organizzazione dell'evento, scegliendo di volta in volta la migliore tipologia in base agli obiettivi.

PROGRAMMA

La prima giornata del corso è finalizzata al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- condividere e approfondire il concetto di pianificazione.
- Fornire strumenti operativi per la gestione di un evento.
- Comprendere le aree di forza e quelle di miglioramento.

Prima giornata

- Fasi dell'organizzazione di un evento
 - Ideazione
 - Pianificazione
 - Svolgimento
 - Fase finale

- Ideazione di un evento
 - Che cosa si intende per "evento"
 - Parti in causa o stakeholder

- Processo di pianificazione dell'evento
 - Variabili organizzative
 - Definizione delle attività, dei ruoli e della tempistica
 - Momenti di controllo e interscambio

- Preparazione di un piano operativo
 - Strumenti a disposizione per pianificare l'attività
 - Guida alla costruzione dell'evento
 - Definizione degli step operativi previsti in ciascuna fase dell'evento

- Elaborazione del budget
 - Messa a punto del preventivo



PROGRAMMA

La seconda giornata del corso è finalizzata al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- conoscere le caratteristiche dei principali Social Media.
- Determinare gli obiettivi del progetto
- Selezionare il/i Social Network più adatto/i alla propria strategia di comunicazione
- Stilare un piano editoriale
- Sviluppare una Social Media Strategy efficace e sostenibile

Seconda giornata

Pur non potendo prescindere da una perfetta organizzazione, bisogna riconoscere che la promozione di un evento è certamente la chiave del suo successo.

La seconda giornata del Corso fornisce le basi fondamentali per stilare un Piano di Comunicazione Digitale.

Verranno presentati i principali Social Media ed alcuni utili strumenti per la pianificazione strategica ed operativa.

Durante la docenza si esaminerà passo dopo passo il processo per mettere in opera una corretta strategia di comunicazione di un evento partendo da un'analisi del proprio pubblico di riferimento, per finire con la misurazione dei risultati.

Verranno inoltre fornite informazioni sulle linee guida per le Pubbliche Amministrazioni.

- Identificare la propria comunità di riferimento
- Definire gli obiettivi e fissare le metriche di riferimento
- Quale Social Network scegliere e perché
- Facebook: profilo, pagina, gruppi.
- Facebook: il *Newsfeed* (filtro) e gli *Insight* (statistiche)
- Twitter: come funziona, le migliori pratiche
- Le immagini come strumento di comunicazione: Instagram, Pinterest
- Linee Guida per le Pubbliche Amministrazioni
- La scelta dei contenuti da pubblicare
- Perché e come stilare un Calendario Editoriale
- La reputazione online: come gestire una crisi
- Analisi e misurazione dei risultati

Per poter fruire in modo più efficace dell'azione formativa è consigliato, ma non obbligatorio, avere delle conoscenze di base sull'uso dei Social Media.