



Non profit e strategie di comunicazione sociale: analisi, strumenti e pratiche

Docente: Matteo Adamoli

Durata: 18 ore (percorso formativo articolato in 3 incontri)

Date: sabato 20 gennaio (9:00 – 15:30 con mezz'ora di pausa pranzo)
venerdì 9 febbraio (16:00 – 20:00)
sabato 24 febbraio (9:00 – 17:30 con mezz'ora di pausa pranzo)

Sede: Centro di Servizio per il Volontariato della provincia di Vicenza
Contrà Mure San Rocco 37/A - Vicenza

Introduzione

Il percorso ha l'obiettivo di rendere più efficace la strategia comunicativa delle organizzazioni partecipanti, implementando nuovi strumenti e perfezionando quelli già in essere, al fine di rafforzare la comunicazione istituzionale degli enti verso l'esterno e consolidare i rapporti con i rispettivi partner sul territorio.

I Modulo (formazione teorica)

Presentazione dei contenuti teorici e analisi degli strumenti per progettare strategie di comunicazione sociale.

II Modulo (attività laboratoriale e sviluppo strumenti di lavoro)

Sperimentazione della metodologia dello storytelling per comunicare il "brand" e le attività delle organizzazioni non profit attraverso il coinvolgimento dei volontari e dei partner/sostenitori.

III Modulo (verifica delle conoscenze acquisite, del lavoro svolto e approfondimenti)

Verifica delle conoscenze teoriche e delle competenze operative acquisite nei moduli precedenti, inoltre discussione di approfondimenti e suggerimenti utili per operare.

Contenuti specifici

- Piano di comunicazione
- Ascolto della propria community
- Mission, vision, valori.
- Obiettivi SMART
- Strategie di comunicazione
- Metodologia del digital storytelling
- Strumenti di comunicazione digitale

Obiettivi formativi

Gli obiettivi e i contenuti (messaggi) della comunicazione sociale sono molteplici: informazione e pubblicizzazione di iniziative specifiche, presentazione delle associazioni, diffusione e promozione culturale, solleciti alla raccolta fondi e al people raising.

Partendo da un lavoro di mappatura e di pianificazione strategica della comunicazione orientata a soddisfare i vari bisogni delle organizzazioni coinvolte, il percorso punta a fornire le competenze utili a progettare una strategia di comunicazione efficace ed efficiente attraverso l'impiego di strumenti digital e basandosi sulla metodologia del digital storytelling.

Approfondimenti

- comunicazione, brand, vision e missione nel mondo non-profit
- community e people raising
- crowdfunding come strumento comunicativo

Destinatari

Volontari, responsabili e dirigenti delle associazioni di volontariato della provincia di Vicenza.