

Checklist comunicazione

La checklist aiuta a pianificare e a ottimizzare la comunicazione delle strategie, dei programmi e dei progetti di sviluppo regionale. Maggiori informazioni e ausili su www.regiosuisse.ch/comunicazione.

<input type="checkbox"/>	Prevedere le attività comunicative e le risorse necessarie come parti integranti dell'attuazione del programma o del progetto
<input type="checkbox"/>	Formulare obiettivi chiari e concreti, per quanto riguarda sia gli obiettivi generali della comunicazione sia gli obiettivi specifici di ogni singola misura di comunicazione
<input type="checkbox"/>	Nel limite del possibile, definire gli indicatori e i parametri in base ai quali valutare il grado di raggiungimento degli obiettivi
<input type="checkbox"/>	Definire i ruoli e i compiti legati alla comunicazione, sapere in che cosa consistono e decidere chi debba assumerli
<input type="checkbox"/>	Garantire il flusso interno di informazioni e conoscenze e mettere a disposizione le informazioni necessarie alla comunicazione
<input type="checkbox"/>	Fare in modo che i messaggi centrali della comunicazione siano accettati e interiorizzati dagli attori coinvolti
<input type="checkbox"/>	Definire i gruppi target delle attività di comunicazione e classificarli in base all'importanza (priorità)
<input type="checkbox"/>	Conoscere i bisogni di informazione dei gruppi target
<input type="checkbox"/>	Adeguare i messaggi e i contenuti della comunicazione nonché le relative modalità di diffusione agli obiettivi e ai gruppi target
<input type="checkbox"/>	Aggiornare i contenuti della comunicazione e dei mezzi di comunicazione
<input type="checkbox"/>	Individuare i moltiplicatori e gli intermediari adatti e farli intervenire nella comunicazione
<input type="checkbox"/>	Curare i contatti con gli operatori mediatici e utilizzarli per le attività di comunicazione
<input type="checkbox"/>	Laddove è possibile e utile ai fini della comunicazione, utilizzare anche i mezzi e i canali di comunicazione dei partner e di altri attori
<input type="checkbox"/>	Verificare e, laddove è possibile e utile, sfruttare le possibilità di realizzare attività di comunicazione assieme ai partner e ad altri attori
<input type="checkbox"/>	Gestire e aggiornare costantemente gli elenchi dei destinatari , compresi gli organi di stampa e i media
<input type="checkbox"/>	Definire, conoscere e rispettare le direttive sulla comunicazione e l'identità aziendale (corporate design) e controllare che vengano osservate
<input type="checkbox"/>	Programmare consapevolmente una comunicazione regolare e adeguarla alla fase del programma o del progetto
<input type="checkbox"/>	Analizzare regolarmente il raggiungimento degli obiettivi e l'efficacia della comunicazione, verificare i risultati ottenuti e provvedere ai necessari adeguamenti