

- 29 e 30 settembre 2011 -

COMUNICAZIONE LOW COST E FUNDRAISING
(in collaborazione con la Scuola di Roma Fund – Raising.it)

È consigliabile portare con sé il proprio computer e una chiavetta per la connessione web

I social network sono oggi la piazza globale, che completa e per certi versi arricchisce la piazza locale, quella del proprio paese, ed altri luoghi di scambio e aggregazione tipici delle città, come un pub, una palestra o un'associazione di quartiere.

Ogni realtà vorrebbe avere una vetrina che si affaccia sulla piazza centrale del paese, ma i costi elevati lo permettono a pochi. Questo, però, non accade se la piazza è virtuale e se il patrimonio è comune come lo sono i social network, “reti sociali” in cui si ritrovano ed aggregano varie community in base ad amicizie ed interessi condivisi.

Avere oggi una vetrina su queste piazze virtuali è di estrema importanza per ogni Organizzazione, perché è davanti ad essa che passeggiano persone di ogni tipo ed età, quindi è questo il luogo in cui è possibile trovare nuovi volontari - people raising - e nuovi donatori - fundraising.

Ma non è funzionale, né gestibile essere presenti su tutte le piazze, tanto più che una vetrina non aggiornata non desta più interesse e viene presto abbandonata. Come decidere dove aprirla? E come mantenere alto l'interesse? Come integrarla con l'attività che si svolge quotidianamente sulla piazza reale? È possibile?

La Scuola di Fundraising di Roma e l'agenzia SuLLeali Comunicazione Responsabile, per rispondere a queste domande, promuovono un corso di formazione intensivo sulla comunicazione “low cost”, finalizzato ad ampliare i canali attraverso cui fare fundraising e a contenere i costi di struttura. Il corso è rivolto a operatori della comunicazione e addetti stampa di enti non profit, pubblici e privati, giornalisti, studenti universitari e project managers.

In questa partnership convergono l'esperienza pluriennale della Scuola di Roma Fund- Raising.it e di un'agenzia di comunicazione, SuLLeali Comunicazione Responsabile, che non si ferma al “contenitore” della comunicazione, ma da sempre propone ai suoi clienti contenuti socialmente responsabili, strutturati ad hoc per le macro-aree di comunicazione integrata, ufficio stampa e media management, formazione e web.

Il corso si svolge nella forma di un laboratorio e si propone di offrire una panoramica del mondo della comunicazione low cost, partendo dalle varie tipologie di social network e di comunicazione online a basso costo ed analizzandone il corretto utilizzo, fino ad arrivare alle varie possibilità di condivisione delle informazioni e dei contenuti, il pr on line (inteso come attività organizzata) e l'allestimento di un vero e proprio ufficio sul web. In aula verranno effettuate esercitazioni volte a sviluppare capacità di analisi e di scrittura per un corretto e funzionale uso del Web 2.0.

Il corso sarà tenuto da Lilia Illuzzi -socio fondatrice di SuLLeali, esperta pr e progetti di comunicazione - e da Sonia Drioli – giornalista socio fondatrice di SuLLeali e caporedattore della rivista CapoSud.

Programma

I giorno - 9.30 – 18.30

9.30 - 10.30 - Introduzione

Rete di relazioni e relazioni in “rete”: dalla comunicazione off line alla comunicazione on line.

Popolarità e identità: dialogo, accoglienza, trasparenza e regole precise.

Gestione delle criticità: i commenti negativi, offensivi o accusatori.

La “netiquette”.

10.30-11.30 – I Social Media: social networks, blog e altre forme di interazione on line.

Analisi dei principali social networks e loro specifico utilizzo: imparare a districarsi nella “rete”.
Sviluppo tecnologico dei social network in maniera funzionale al fund raising.

11.30 - 11.45 - Coffee break

11.45 – 13.00 - Laboratorio 1

Individuiamo un obiettivo di comunicazione e pianifichiamo come diffonderlo usando i social media.

13.00 – 14.00 - Pausa Pranzo

14.00 – 15.00 – Gestione dei contenuti: proprietà e privacy on line.

Differenze tra l'uso di un server (sito web) e di uno spazio comune (social network).

Policy per la tutela delle informazioni e dei dati personali sui social networks.

15.00 – 16.00 - Il pr on line e l'integrazione con l'ufficio stampa “tradizionale”.

Attività di pr on line e di networking: fare people raising on line.

Il pr on line come supporto e potenziamento dell'attività di ufficio stampa: gestione della notizia on e off line.

16.00 – 16.15 - Coffee break

16.15 – 18.30 – Laboratorio 2

Facciamo una mappatura delle relazioni e dei corrispondenti “luoghi” sul web dove fare pr

Il giorno 9.30 – 18.30

9.30 - 10.30 – Piano di comunicazione integrata sul web: low cost mix.

Analisi sintetica dei bisogni di un'Organizzazione per sviluppare una strategia di comunicazione on line.

I riferimenti incrociati per marcare la presenza on line.

10.30 - 11.30 - Laboratorio 3

Elaboriamo una strategia di comunicazione integrata on line: pr, ufficio stampa e promozione.

11.30 - 11.45 - Coffee break

11.45 - 13.00 - Laboratorio 3 (segue)

Elaboriamo una strategia di comunicazione integrata on line: pr, ufficio stampa e promozione.

13.00 - 14.00 - Pausa Pranzo

14.00 - 15.30 – L'ufficio 2.0: strumenti e organizzazione del lavoro per il contenimento dei costi di struttura.

Costruzione e gestione di una rete intranet freeware.

Utilizzo dei programmi open source. Copyright e copy “left”.

Gestione dei contatti (condivisione della banca dati e dell'agenda, gestione delle comunicazioni).

15.30 – 17.45 – Laboratorio 4

Costruiamo il nostro ufficio on line.

17.45 – 18.30 - Conclusioni e consegna degli attestati di partecipazione

Per maggiori informazioni: <http://www.sulleali.it/corsi-di-formazione/>

<http://www.scuolafundraising.it/calendario-corsi.php>

