

Piano di Comunicazione



**Rete Innovativa Regionale
Face Design**

PREMESSA

Le Reti Innovative Regionali, formate da Aziende, Soggetti della ricerca e Fornitori di servizi ad alto contenuto di conoscenza, raffigurano una formula vincente perché gli 'altri' rappresentano un valore aggiunto e un acceleratore dell'innovazione.

Appartenere ad una RIR consente di beneficiare di molteplici vantaggi (Analisi e condivisione di Problematiche innovative, Partecipazione a Bandi/Progetti finanziati con il supporto di esperti (SIAV), Condivisione delle iniziative di altre PMI attraverso visite aziendali per valutare i progetti innovativi in atto, Attivazione di tavoli tematici su proposte/progetti di Innovation, Contatto diretto con la ricerca (Università) e accesso a risorse specializzate, Attività di formazione permanente anche con Seminari tematici, Ottimizzazione dei costi progettuali nelle operazioni condivise) ma sarà l'ecosistema generato dai diversi 'attori' appartenenti alla rete il vero VALORE AGGIUNTO.

Nell'ambito delle reti di imprese, la comunicazione sarà particolarmente utile per far conoscere chi siamo, con l'obiettivo non solo di implementare i membri della rete ma anche di coinvolgere e incrementare le relazioni tra gli aderenti in un'ottica di ampliamento e di 'potenziamento' del Network .

Si dovranno scegliere canali adeguati che dovranno essere frequentemente aggiornati, attraverso messaggi chiari e concisi, che dovranno esprimere trasparenza, flessibilità ed empatia e inoltre si dovranno prevedere strumenti utili al controllo e alla gestione delle informazioni.

Di seguito vengono analizzate e proposte alcune 'azioni' di Communication e di Web Communication per la stesura del "piano operativo di sviluppo" del Bando con l'obiettivo di 'incrementare' il numero degli aderenti e aumentare il network nella RIR.

1. OBIETTIVI STRATEGICI

Identificazione degli obiettivi che il piano di comunicazione intende raggiungere nell'ambito della programmazione attuata con il piano operativo per lo sviluppo della rete innovativa regionale o del distretto industriale.

Il piano di comunicazione della Rete Innovativa FACE design si prefigge aumentare la visibilità della RIR e di far conoscere le iniziative a valore aggiunto che la rete può fornire agli aderenti, attuali e potenziali.

L'obiettivo è duplice: da un lato si intendono sviluppare le relazioni tra gli aderenti in un'ottica di ampliamento e di potenziamento delle iniziative di networking tra gli aderenti alla rete, al fine di meglio strutturare e consolidare l'iniziativa di rete. Dall'altro ci si propone di ampliare la sfera di influenza della RIR coinvolgendo e cooptando nuovi partner che possano a loro volta dare un proprio contributo a valore aggiunto alla crescita della RIR, aderendo a nuove iniziative progettuali.

Il progetto di comunicazione della RIR Face-Design si sviluppa all'interno di un contesto già molto di strutturato di attività comunicative, cui prendono parte diversi stakeholder: imprese, università e centri della conoscenza, scuole e istituti tecnici, parti sociali, enti pubblici, altri attori pubblici e privati. In primis le attività comunicative del Politecnico Calzaturiero, che da decenni persegue un progetto finalizzato all'orientamento e al trasferimento di conoscenze tecniche ai giovani e ai lavoratori del settore calzaturiero, nonché al sostegno alle aziende calzaturiere nella definizione di progetti di ricerca e innovazione.

Cionondimeno la RIR FACE design intende attivare un proprio progetto comunicativo sinergico ma allo stesso tempo autonomo rispetto a quello dei propri stakeholder, diffondendo sul territorio il programma delle proprie attività, facilitando le sinergie tra le imprese della rete e le collaborazioni a livello regionale nazionale ed europeo, oltre che comunicando l'avanzamento dei progetti in attuazione, i progetti che si intende realizzare, i risultati ottenuti, i prodotti e i servizi generati, ecc.

In ultima analisi, l'obiettivo è quello di agire in un'ottica di open innovation, facilitando la diffusione della conoscenza finalizzata allo sviluppo di soluzioni tecnologiche che possano coinvolgere l'intera filiera presente e potenziale.

2. TIPOLOGIA DI PUBBLICO

Identificazione dei gruppi di pubblico di riferimento e dei target specifici destinatari della comunicazione attuata con il presente piano.

Il progetto di comunicazione della RIR Face Design – attraverso le attività dirette e quelle degli stakeholder collegati - mira a raggiungere diversi soggetti:

- Aziende aderenti alla RIR Face Design
- Aziende non aderenti alla RIR Face Design, ma appartenenti al Distretto Calzaturiero
- Aziende non aderenti alla RIR Face Design, attive all'interno del network di servizi del Politecnico Calzaturiero, prevalentemente nei settori del tessile e dello sport system;
- Altre aziende non aderenti alla RIR Face Design, appartenenti alle filiere tradizionali che rientrano nella definizione del "bello, ben fatto e buono": occhialeria, legno e arredo, altri prodotti di design, ecc.
- Ulteriori soggetti della ricerca e stakeholder

3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Identificazione degli elementi principali della strategia di comunicazione, tra cui il ruolo dei partner quali soggetti moltiplicatori di informazioni e il coinvolgimento dei beneficiari in qualità di testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto delle politiche regionali.

Con riferimento alla strategia di comunicazione si agirà su diversi elementi, sia incrementandone alcuni sia creandone altri ex-novo, al fine di coinvolgere gli attori della rete e per far conoscere il valore aggiunto che attraverso le politiche regionali la rete rappresenta un acceleratore dell'innovazione.

Le iniziative principali, che verranno successivamente descritte con maggior dettaglio, sono:

- A. Promozione del SITO WEB RETE (www.face-design.it)
- B. Creazione nuovo gruppo LINKEDIN (con coinvolgimento degli aderenti alla RIR) per far conoscere la diverse iniziative
- C. Creazione di una NEWSLETTER per gli aderenti alla RIR
- D. EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI per far conoscere la RIR
- E. DOCUMENTAZIONE PER NUOVI ADERENTI
- F. MEDIA LOCALI (con il coinvolgimento degli aderenti)

A. Sito web FACE-DESIGN.IT

La RIR Face-Design ha di recente investito su un nuovo sito e nuovi contenuti grafici che sono in grado di rappresentarla secondo standard di altissimo profilo.

Al fine di promuovere il galleggiamento e la visibilità del sito saranno valutate le seguenti azioni:

- Analisi SEO E KEYWORDS;
- Attivazione di Google Analytics, per valutare accessi e performance del sito;
- Inserimento un COUNT per verificare le visite alle diverse pagine del Sito.

B. GRUPPO SU LINKEDIN

Il progetto prevede la realizzazione di un nuovo GRUPPO su LinkedIn. Da valutare se creare il gruppo generandolo dalla pagina LinkedIn di SIAV o se creare la pagina indipendente LinkedIn Face-Design.

La gestione sarà affidata ad un amministratore che controlli/validi sia le richieste di collegamento che i contenuti che vengono pubblicati; inoltre sarà prevista, in fase di creazione della pagina, un'adeguata headline, oltre al logo e un'immagine banner ad hoc che contenga il key visual della RIR e un'opportuna 'netiquette'.

Il target di periodicità di pubblicazione è settimanale: articoli, video, eventi, ecc., coinvolgendo i diversi attori della rete, al fine di aumentare i follower grazie all'interazione di coloro che, leggendo il post, lo consigliano, lo condividono e lo commentano (da valutare anche possibili campagne di advertising su LinkedIn). Saranno periodicamente verificati gli analytics per analizzare, in particolare: incremento dei follower, andamento delle visite e interesse dei post pubblicati.

C. NEWSLETTER

Sarà prevista la predisposizione di una Newsletter con frequenza indicativa ogni due mesi che verrà inviata agli aderenti della rete e inserita anche sul sito web. Per la realizzazione verrà utilizzato un software come Mailchimp o analogo.

La newsletter è uno strumento efficace che consente di veicolare i contenuti che saranno di utilità, interessanti e di qualità. Si valuterà se inserire degli articoli/interviste agli aderenti su temi specifici.

D. EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI

- Eventi: Saranno organizzati eventi in presenza (o in remoto) per presentare nuovi progetti, iniziative, aggiornamenti, ecc., con l'obiettivo di creare network e invitare aziende interessate (-> opportunità di nuovi aderenti);
- Incontri/Interviste: saranno previsti incontri e interviste di due tipologie: in primis per gli aderenti, onde valutare il grado di soddisfazione e di conoscenza delle nuove iniziative (potrà essere utile anche la predisposizione di un questionario ad hoc da compilare da parte dell'intervistatore, (particolarmente utile per aderenti silenti). In secundis per le aziende non ancora aderenti (ma interessate), onde per promuovere/descrivere le attività e le diverse iniziative della RIR.
- Incontri Tematici: saranno organizzati incontri tematici a cui far partecipare solo gli aderenti per valutare possibili nuove opportunità di sviluppare nuovi progetti e per incrementare e favorire il network.

E. DOCUMENTAZIONE PER NUOVI ADERENTI

Sarà predisposto ulteriore materiale da inviare ad aziende interessate ad aderire alla rete (es. presentazioni in power point dei progetti realizzati, questionario valutativo, ecc.)

F. MEDIA LOCALI

Sarà valutata la possibilità di diffusione della conoscenza della rete con un paio di articoli all'anno su riviste specializzate (se compatibile con il budget) e di una tavola rotonda su una rete televisiva a diffusione regionale per far conoscere le iniziative regionali in tema di innovazione.

4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Elencare gli strumenti operativi, sia online che offline, che sono impiegati nell'attuazione del piano di comunicazione. Definire le modalità, le tempistiche e la frequenza di utilizzo della strumentazione predisposta evidenziando i risultati attesi anche in termine di feedback del pubblico destinatario.

Di seguito vengono indicati gli strumenti operativi di comunicazione, sia online che offline che si prevede di adottare nel piano di comunicazione con le relative tempistiche e frequenze. Vengono inoltre indicati i risultati attesi in termine di feedback sia in relazione ai potenziali nuovi aderenti sia in termini di customer satisfaction degli aderenti attuali.

CANALE	MODALITA' / CARATTERISTICHE	Tempistiche	Frequenza	FINALITA'	Risultati attesi
SITO WEB IMPROVENET	IMPLEMENTAZIONE DEL SITO E AGGIORNAMENTI : Descrizione dettagliata del "chi siamo", "della mission" e degli "obiettivi" della rete attraverso messaggi chiari, incisivi e sempre aggiornati, utilizzando contenuti informativi idonei alla comprensione delle attività e delle sue finalità. Inoltre deve fornire la possibilità di entrare in contatto rapidamente con aziende interessate ad aderire.	PRIME IMPLEMENTAZIONI ENTRO DICEMBRE 2020	QUINDICINALE/M ENSILE	INFORMATIVA + RELAZIONE	MAGGIOR VISIBILITA' DELLE INFORMAZIONI INCREMENTO DGLI ADERENTI
MEDIA LOCALI	Articoli su quotidiani / interviste su reti televisive locali	ENTRO GENNAIO 2021	SEMESTRALE	INFORMATIVA	MAGGIOR VISIBILITA' DELLE INFORMAZIONI INCREMENTO DGLI ADERENTI
GRUPPO LINKEDIN	CREAZIONE GRUPPO LINKEDIN gestito da un amministratore che controlla sia richieste di collegamento che i contenuti che vengono pubblicati. Coinvolgimento o degli aderenti	ENTRO DICEMBRE 2020	SETTIMANALE	INFORMATIVA + RELAZIONE	INCREMENTO ADERENTI
NEWSLETTER	NUOVA NEWSLETTER - (strumento previsto MAILCHIMP) predisposizione di una newsletter da inviare agli aderenti e da inserire nel SITO WEB (nuove iniziative, informazioni sui bandi regionali, Interviste agli attori della rete)	ENTRO DICEMBRE 2021	OGNI DUE MESI (o con maggior frequenza in base alle informazioni da comunicare)	INFORMATIVA + RELAZIONE	
EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI	Eventi (in presenza o online) e Incontri tematici relativi alla RIR e ai progetti - Interviste ad hoc agli aderenti	ENTRO DICEMBRE 2022	DA DEFINIRE	INFORMATIVA + RELAZIONE	
MEDIA LOCALI	Articoli su quotidiani / interviste su reti televisive locali	ENTRO GENNAIO 2021	SEMESTRALE	INFORMATIVA	incremento di nuovi aderenti
DOCUMENTAZIONE PER FUTURI ADERENTI	Documentazione (da conservare in un'area riservata del sito) che spiega cosa è la rete, idonea per qualunque tipo di azienda potenziale aderente. Inizialmente si predispongono un documento ed un video valido per tutti. Da valutare la predisposizione ad hoc in un tempo successivo per le diverse tipologie di aziende aderenti	ENTRO GENNAIO 2022		INFORMATIVA	incremento di nuovi aderenti

5. CRONOPROGRAMMA – TIMELINE

Elaborare un cronoprogramma delle attività di comunicazione rapportato alla timeline della programmazione definita nel piano operativo di sviluppo.

Il Piano di comunicazione finalizzato alla divulgazione delle informazioni relative ai contenuti dei progetti, sia in termini di singola azienda, sia in termini di aggregazione, si svilupperà nell'arco degli anni di riferimento per le seguenti attività di comunicazione:

Anno 2017:

- comunicazione delle linee programmatiche del distretto attraverso incontri e diffusione delle iniziative;
- divulgazione dei bandi promossi sia a livello regionale che statale.

Anno 2018 e 2019:

- pubblicazioni dei progetti e dei risultati a mezzo stampa;
- comunicazioni sul sito web;
- pubblicazioni relative ai progetti sui siti web e sui canali social delle aziende, per condividere ampiamente gli sviluppi con il pubblico;
- incontri sul territorio con le aziende e gli enti di riferimento;
- presentazione delle nuove opportunità di finanziamento concesse dalla Regione Veneto.

Anno 2020 e 2021:

- presentazione della progettualità della rete e dei progetti in essere durante le manifestazioni fieristiche alle quali partecipano le aziende;
- organizzazione di eventi informativi o webinar aperti al pubblico al termine dei progetti;
- presentazione delle attività della RIR a livello nazionale e europeo;

- Sviluppo del progetto di comunicazione Face –Design, con nuovo logo, nuovo lay-out di comunicazione e nuovo sito (www.face-design.it); gli elementi chiave della comunicazione di rete sono stati strutturati a partire dall'analisi del "modello d'affari" della rete stessa, sviluppo portato avanti attraverso la collaborazione dei Cluster Manager, all'interno del progetto "Manager dell'Innovazione", in collaborazione con Confindustria Veneto SIAV spa, Federmanager e l'associazione 4.Manager.
- Azione di individuazione di nuovi ambiti scientifici (d'intesa con i referenti della rete) e incontri mirati presso le aziende aderenti per verificare l'interesse nei confronti dei temi proposti e \o di altri temi

Documento aggiornato al 13 ottobre 2020.