

Best

Communication Manager: il piano di comunicazione integrata

Analisi, strategia, implementazione del piano di comunicazione aziendale

★★★★☆ 4,4/5 (17 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 2.080,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.620,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.37

Il crescente livello di competitività del mercato e il ruolo sempre più apicale della comunicazione nel business hanno consolidato la **centralità** della **comunicazione d'impresa** e di conseguenza la responsabilità di chi ne è a capo. Il Communication Manager deve essere un profondo conoscitore del **brand**, un **innovatore** competente e un abile stratega nell'impiegare le leve operative di comunicazione. Il corso illustra gli strumenti di comunicazione integrata che contribuiscono alla creazione di valore per l'azienda, mostra l'iter logico/strategico che porta alla stesura di un piano di **comunicazione vincente** e spiega come organizzare la migliore integrazione fra on e off line, fra tradizione analogica e spaccato digitale.

Il corso offre anche un focus specifico sia sugli aspetti etici e sostenibili della comunicazione (lontani da qualsiasi rischio di washing) che sul potere e sui vantaggi che un impiego consapevole e customizzato dell'AI può portare anche alla comunicazione e promozione di brand e prodotti.

A chi è rivolto

- Responsabili Comunicazione
- Responsabili Marketing
- Product e Brand Manager che gestiscono direttamente attività di comunicazione
- Digital specialist
- Advocates
- Community Manager
- Sustainability Manager

Programma

Ruolo e funzioni della comunicazione in azienda

Comunicazione aziendale, organizzazione e obiettivi di sviluppo

- Focus sul contesto macroeconomico attuale
- Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci
- Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli **stakeholder**
- Relazione fra marketing, comunicazione e digital approach
- Diffusione della cultura e dei valori aziendali e match con il valore per il cliente

- Rilevare la coerenza tra comunicazione interna e comunicazione esterna

Dall'analisi alle leve operative: come si costruisce un piano rigoroso e coinvolgente

Il piano di comunicazione integrato

- Scenario, finalità e coerenza con le scelte di marketing
- **SWOT** analysis comunicazionale
- Definire **obiettivi** e **strategia**
- Identificare i pubblici di riferimento: dal know-how al know-who
- Definire Brand Identity, Brand Image e Brand Positioning
- Brand Equity: valore e autenticità di una marca come criteri di scelta del cliente

Strumenti della Corporate Communication

- **Corporate Identity**
- **PR** per aumentare la **brand awareness**
- **Media e Investor Relations**
- **Messaggi, mezzi, azioni**: sintonizzarsi su tono, stile, taglio divulgativo

Web e Social Media

- Brand Identity e **Web Reputation**: quale collegamento, quali implicazioni
- **Social media, community, blog**: opportunità, rischi e sinergie
- Advocacy ed evangelizzazione: valore e potere degli Influencer
- Etica e Responsabilità: dall'identità digitale alle pratiche anti washing

Pianificazione tattica delle azioni di comunicazione e loro monitoraggio

- Pianificare i mezzi: scegliere il giusto mix in coerenza con gli obiettivi
- Definizione e pianificazione del **budget**
- Valutazione del ritorno delle azioni di comunicazione
- Implementazione di eventuali **azioni correttive**

Effective writing e crisis communication: come qualificare oltremodo l'assetto comunicativo aziendale

Valore strategico della buona scrittura

- Tecniche di base a favore del Web Writing: accuratezza, brevità, chiarezza
- Il contributo della **comunicazione pubblicitaria** alla scrittura
- Lavorare con partner esterni: come costruire un brief chiaro ed efficace
- L'arte dello **storytelling**: nuova frontiera della comunicazione aziendale
- Cenni al **Content Management**

Crisis Communication: il piano di intervento e la gestione della crisi

- Identificare i diversi tipi di rischi: valutarli e anticiparli
- Cosa significa "Crisis Communication" nel mondo social: fenomenologia dell'*Epic Fail*
- Trasformare la crisi in una opportunità di sviluppo
- Esempi attuali e vincenti di Crisis Communication

Il contributo dell'AI alla produzione di contenuti

- Tecniche e accorgimenti per scrivere un prompt perfetto
- Creazione automatica di contenuti e loro personalizzazione
- Ottimizzazione SEO e analisi delle performance
- Editing e miglioramento della qualità

Project Work: stesura di un piano di comunicazione integrata



Obiettivi del corso

- Acquisire metodi, tecniche e strumenti per costruire un efficace piano di comunicazione
- Definire la strategia di comunicazione e le **levate comunicazionale integrata**
- Scegliere il **communication mix** più puntuale
- Organizzare e integrare i contributi di marketing e comunicazione on e offline
- Apprendere il linguaggio 4.0
- Conoscere impatti e vantaggi della sostenibilità e dell'AI all'ideazione e applicazione di un piano di comunicazione



Esercitazioni

- Analisi PESTLE (come sintonizzarsi sugli argomenti più rilevanti per i pubblici di interesse per costruire uno storytelling di maggior impatto)
- Analisi CUB: come sintonizzarsi con i reali interessi del nostro target
- Analisi SWOT Comunicazionale
- Piano d'azione personale per la crescita professionale



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 apr al 16 apr

- dal 13 apr al 14 apr
- dal 16 apr al 16 apr

dal 20 lug al 23 lug

- dal 20 lug al 21 lug
- dal 23 lug al 23 lug

dal 26 ott al 29 ott

- dal 26 ott al 27 ott
- dal 29 ott al 29 ott

Milano

dal 15 giu al 17 giu

dal 21 set al 23 set

dal 24 nov al 26 nov