

# Azioni ricorrenti per lettura comune

---

- Campagne di comunicazione (informazione e pubblicità, comunicazione via media)
- pubblicazioni
- eventi
- Help desk, sportelli informativi
- Data base

# Parametri del modello: obiettivi

---

- ❑ Obiettivi di comunicazione strategici del PdC
- ❑ Obiettivi operativi di comunicazione per linea di attività
- ❑ Obiettivi per attività/target

# Parametri del modello: target

---

- grande pubblico
- addetti ai lavori/partenariato
- beneficiari e b. potenziali
- destinatari e d. potenziali

# Parametri del modello: attività

---

- ❑ tipologia di attività per obiettivo operativo ed in riferimento all'ASSE
- ❑ canali e strumenti attuativi per attività
- ❑ fonti e metodi di monitoraggio applicabili in via ordinaria

# Tipologie di indicatori di monitoraggio per attività

---

- Indicatori di realizzazione per attività e relative fonti di rilevazione
- Indicatori di risultato per attività e relative fonti di rilevazione

# Set di indicatori applicati: campagne di comunicazione 1

---

<b>Strumenti: Inf. pubblicità</b>	<b>Realizzazione</b>	<b>Risultato</b>	<b>Fonti</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Advertising fisso e mobile;</li><li>- Inserzioni pubblicitarie e articoli su stampa</li><li>- Spot pubblicitari in TV, Radio,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- n° e tipologie prodotti in affissione realizzati ;</li><li>-n° e tipo inserzioni o spot per media ;</li><li>- Tipologie messaggi offerti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rapporto tra prodotti distribuiti e target</li><li>- Rapporto tra inserzioni e tiratura/target del media</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Monitoraggio interno del PdC</li><li>- Feedback da media gestori attività</li></ul>

# Set di indicatori applicati: campagne di comunicazione 2

---

<b>Strumenti: Comunicaz. via media</b>	<b>Realizzazione</b>	<b>Risultato</b>	<b>Fonti ordinarie</b>
Format e trasmissioni TV, radio, internet  Comunicati, conferenze stampa	n° e tipo lanci per media, per tema e per tipologia di target  n° comunicati n° testate invitate	Dati ascolti, frequenza per fascia oraria  n° articoli Tiratura e target testate	Monitoraggio interno del PdC  Feedback da media gestori attività

# Set di indicatori applicati: pubblicazioni

---

<b>Strumenti: pubblicazioni</b>	<b>Realizzazione</b>	<b>Risultato</b>	<b>Fonti</b>
Manualistica, vademecum cataloghi, monografie	n° e tipologie pubblicazioni realizzate per tipologia di target	n° pubblicazioni diffuse rispetto a target raggiunti	Monitoraggio interno del PdC
Newsletters, flyers, brochure	Tipologie contenuti offerti (per Assi o obiettivi)	Rapporto tra prodotti distribuiti e contenuti	Feedback da media e/o gestori attività
CD, DVD, data base off line			

# Set di indicatori applicati: eventi

Strumenti: Eventi	Realizzazione	Risultato	Fonti
<p>Convegni, Conferenze, seminari, workshop formativi</p> <p>Stand in fiere o itineranti</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- n° e tipo eventi realizzati;</li> <li>- n° e tipologia partecipanti per evento</li> <li>- n° e tipo operatori</li> <li>- tipologia temi coperti</li> <li>- n° e tipo materiali prodotti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Rapporto tra n° addetti, materiali distribuiti ed utenza per evento</li> <li>- Rapporto temi coperti/ tipo evento</li> </ul>	<p>Monitoraggio interno del PdC</p> <p>Feedback da media e/o gestori attività</p> <p>Rilevazioni in loco</p>

# Set indicatori applicati: sportelli informativi

<b>Strumenti: sportelli</b>	<b>realizzazione</b>	<b>risultato</b>	<b>fonti</b>
Call center, Numeri verde,  Help desk in comunicazione diretta  Punti di auto informazione	n° centri e n° operatori impiegati  n° e profilo utenti  n° e tipo postazioni in autoconsultazione  N° e tipologia quesiti raccolti	Rapporto tra n° sedi, operatori ed utenze coperte  Rapporto tra tipologie utenti e fabbisogni	Monitoraggio interno PdC  Profilazione utenti/servizi erogati  Strumenti base di Customer satisfaction

# Set indicatori applicati: data base

---

<b>Strumenti</b>	<b>Realizzazione</b>	<b>Risultato</b>	<b>Fonti</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Data base da Regolamento</li><li>- Cataloghi dei prodotti ed attività del PdC</li><li>- Cataloghi e Data base documentali</li><li>- Cataloghi, DB tematici o specifici</li></ul>	<p>n° e struttura DB realizzati</p> <p>n° e tipo canali e supporti di fruizione ed accesso</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dati accesso</li><li>- Rapporto tra tipo DB e tipologia target</li><li>- Ampiezza copertura dati</li><li>- Rapporto tra oggetti/target e costi del DB</li></ul>	<p>Monitoraggio interno PdC</p> <p>Rilevazioni tecniche dei progettisti/gestori</p> <p>Profilazione utenti in accesso</p>

# Bibliografia

---

*ISFOL, Le campagne di informazione e comunicazione della Pubblica amministrazione, Roma, 2004 (I libri del Fondo sociale europeo)*

*ISFOL, Le campagne di informazione pubblica : un'esperienza nazionale sulla formazione e le politiche attive del lavoro, Roma, 2003 (I libri del Fondo sociale europeo)*

*ISFOL, La comunicazione nelle azioni di sistema e nel mainstreaming per la società dell'informazione: un modello di analisi e valutazione, Roma, 2004 (I libri del Fondo sociale europeo)*

*ISFOL, I fondi strutturali nel web: metodi d'uso e valutazione, Roma, 2007 (I libri del Fondo sociale europeo)*

*ISFOL, Informazione e pubblicità del FSE: dall'analisi dei piani di comunicazione ad una proposta di indicatori per il monitoraggio e la valutazione, Roma, 2003 (I libri del Fondo sociale europeo)*

*ISFOL, Il monitoraggio e la valutazione dei piani di comunicazione regionali: prima fase applicativa del modello di indicatori, Roma, 2004 (I libri del Fondo sociale europeo)*

Le pubblicazioni sono disponibili *on line* nel Catalogo Isfol [www.isfol.it/documentazione/index.scm](http://www.isfol.it/documentazione/index.scm)