

CONSORZIO FARE

MANAGEMENT DELL' ORGANIZZAZIONE NON PROFIT - II edizione

Strategie di rapporto con il mondo esterno

La costruzione di una strategia di rapporto con il mondo esterno è la base per tutte le azioni di comunicazione e di "influenzamento" delle figure importanti per l'Organizzazione: Utenti/Clienti, finanziatori privati e pubblici, opinione pubblica in genere.

In questo corso si parlerà di marketing finalizzato alla comunicazione, di comunicazione esterna e anche di fund raising .

Obiettivo è mettere in grado i partecipanti di impostare una propria strategia che sia efficace e coerente con missione ed obiettivi dell'Organizzazione

I giornata

- Il marketing per la comunicazione: qual è il nostro mercato – quali sono i clienti – come raggiungerli
- Strategia di comunicazione esterna: obiettivi – metodi – strumenti – l'organizzazione a supporto della strategia di comunicazione
- I rapporti con la stampa, l'ufficio stampa interno

II giornata

Marketing Diretto per la raccolta di fondi

Premessa

Gli universi di percezione di un messaggio.

Classificazione del target.

Costruzione e gestione del data base Donatori

Sviluppo

I mezzi di comunicazione: media relazionali e mass media.

Gli strumenti di comunicazione del Direct Marketing

La logica di pianificazione

Le case histories

- profit e non profit

Approfondimento

Il piano di lavoro creativo

(esercitazione)

DOCENTI

- Massimo Tafi

Nato nel 1952 si è laureato in filosofia all'Università statale di Milano. Entrato alla direzione Comunicazione in IBM Italia come speech writer per la direzione generale si è occupato anche della redazione delle riviste interne dell'azienda.

Nel 1982, lasciata IBM, è passato in SCR (attuale Shandwick), allora la maggiore agenzia di pr italiana. Nel 1992 è diventato direttore clienti in Agenpress. Nel 1996 è diventato capo ufficio stampa di un gruppo parlamentare.

Nel 1997 entra in Business Press e ne diventa partner dal 1998. In Business Press, in particolare, svolge attività di consulenza nell'area della comunicazione corporate.

- Debora Orrico

Responsabile del team Corporate di Business Press. E' esperta di comunicazione finanziaria, comunicazione per il sociale, segue progetti di CSR per le aziende clienti di Business Press.

Ha collaborato con il Corriere della Sera scrivendo di scienza e con testate femminile occupandosi di tematiche sociali e scientifiche.

Svolge attività di docenza in corsi di comunicazione presso i clienti di Business Press.

- Italo De Mas

Partner della società RCD & Partners, vicepresidente per la formazione di AIDIM (Associazione Italiana per il Direct Marketing).

Da oltre trenta anni si occupa di comunicazione e di formazione per il direct marketing e ha maturato importanti esperienze nel mondo non profit (Ai.Bi., AIRC, ALT, ANED, ANFASS, CIPSI, FAI, Lega del Filo d'oro.....)

Note organizzative

- **Data del corso:** 13 e 14 ottobre 2005

- **Orario:** dalle 9,30 alle 17,30

- **Sede:** Milano, via A.da Recanati, 1 presso la società Mida (MM stazione centrale)

- **Costi:** il costo di partecipazione è di €150,00. Tale costo varierà se verrà accettata la richiesta di finanziamento inoltrata al FSE (2004-2005 Ob. 3.D.1) bando chiuso il 17 febbraio, la cui graduatoria non è ancora stata pubblicata. Se foste interessati alla partecipazione solo nel caso in cui il corso venisse finanziato, scrivetecelo: vi terremo informati.

- **Iscrizioni:** per iscriversi è sufficiente inviare una mail di adesione a formazione@consorziofare.org . Per ulteriori informazioni telefonare allo 02.6691845 (Sig.ra Eugenia Spallino).