



MiglioraPA

LA CUSTOMER SATISFACTION PER LA
QUALITÀ DEI SERVIZI PUBBLICI

STRUMENTO N°11

PIANO DI DIFFUSIONE DEI RISULTATI

PIANO DI DIFFUSIONE DEI RISULTATI

INDICE

1 INTRODUZIONE	3
2 PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE.....	3
2.1 OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE	3
2.2 ANALISI DEL CONTESTO	3
2.2.1 <i>Contesto di riferimento</i>	Errore. Il segnalibro non è definito.
2.2.2 <i>Destinatari della comunicazione</i>	3
3 PROGETTAZIONE OPERATIVA AZIONI DI COMUNICAZIONE	3
3.1 AZIONE DI COMUNICAZIONE 1	3
3.1.1 <i>Strumenti</i>	3
3.1.2 <i>Contenuti</i>	3
3.1.3 <i>Tempi</i>	3
3.1.4 <i>Risorse</i>	3

INTRODUZIONE

Descrizione degli obiettivi dell'indagine, dei destinatari della rilevazione e dei destinatari delle attività di comunicazione

PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

La descrizione dei singoli elementi che entreranno a far parte del piano di comunicazione

Obiettivi della comunicazione

Descrizione degli obiettivi della comunicazione, in termini di utenti da raggiungere, messaggio da trasmettere, etc.

Analisi del contesto

Descrizione del contesto nel quale dovrà essere effettuata la comunicazione

Destinatari della comunicazione

Descrizione di tutti i destinatari della comunicazione per tipologie di destinatari, a ciascuna tipologia potrà essere destinata una specifica modalità di comunicazione in termini di messaggio, linguaggio, strumenti, etc.

PROGETTAZIONE OPERATIVA AZIONI DI COMUNICAZIONE

Azione di comunicazione 1

Descrizione dell'azione (es. avvio di una campagna di comunicazione sul sito web istituzionale)

Strumenti

Descrizione degli strumenti per l'azione di comunicazione (es. pubblicazione in home page del sito di un articolo)

Contenuti

Definizione dei contenuti della comunicazione (es. comunicare la realizzazione dell'indagine e i principali risultati in forma sintetica, rimandando ad altro link per i dati di dettaglio, etc.)

Tempi

Definizione dei tempi per la realizzazione dell'azione di comunicazione (es. Pubblicazione in home page per n settimane a partire da....)

Risorse

Descrizione delle risorse messe a disposizione per la realizzazione dell'azione di comunicazione