



L'ufficio stampa: strumento strategico per un efficace ritorno d'immagine

Milano, 26 aprile 2010

Programma

Azienda e ufficio stampa: due realtà a confronto

- Gestione del rapporto tra azienda e ufficio stampa
- Ufficio stampa esterno: la necessaria fusione con un'attività di R.P.
- Ufficio stampa interno

Chi è il nostro target? Ovvero qual'è il nostro interlocutore primario

- I giornalisti, una "specie" particolare...
 - come approcciarli
 - come e cosa comunicare
 - che cosa non fare

Come si fa l'ufficio stampa?

- Analisi del panorama editoriale d'interesse
- Analisi dei competitor presenti sulle testate di riferimento
- Analisi della tempistica e delle modalità più opportune per comunicare una nuova linea di prodotti, un evento o una determinata scelta aziendale

Come si scrive un comunicato stampa

- Comunicare un prodotto
- Comunicare un evento
- Come e quando portare all'attenzione della stampa un'azione intrapresa dall'azienda

La valutazione dei risultati

- Attività di monitoraggio (Audipress e "Dati e Tariffe Pubblicitarie")
- Quantificazione degli spazi redazionali, ovvero la dilatazione del budget
- Relizzazione di report (mensili, trimestrali, semestrali, annuali)

Il panorama editoriale nazionale: come comunicare alle differenti categorie

- Stampa al consumo: modalità e tempistiche in base alla periodicità
- Stampa quotidiana: locale e nazionale
- Stampa di settore: la necessità degli approfondimenti
- Stampa trade: il linguaggio diventa più tecnico
- Radio e televisione: un mondo a parte
- Il web e le innovazioni portate nel sistema di comunicazione dai nuovi media

Il recall, questo sconosciuto

- Tempistiche e modalità adeguate per ottenere un buon risultato

- Cosa non dire mai ad un giornalista

Esercitazione: comunicare a 360°

Testimonianza

Docente

Gaia Bragadin

Socia dell'agenzia Giuffrida-Bragadin srl Communication Consulting dall'anno 2000, vanta una grande esperienza nel campo della comunicazione, maturata nei settori delle Relazioni Pubbliche e ufficio stampa, nonché in quello della Pubblicità e della pianificazione mezzi.

Informazioni

Sede:

Scuola di Formazione Ipsoa, Strada 1, Palazzo F4 – Assago (MI)

Quote di partecipazione:

- € 440,00 + IVA 20% listino
- € 396,00 + IVA 20% riservata a chi si iscrive entro 30 giorni dalla data di inizio
- **€ 374,00 + IVA 20% riservata agli Associati AISM**

Le quote comprendono un coffee break.

Iscrizioni multiple

Sono previste quote agevolate e particolarmente vantaggioso rispetto alla quota di listino per iscrizioni multiple che provengono dallo stesso studio o azienda.

Registrazione partecipanti

Dalle ore 9.00 alle ore 9.30

Al momento della registrazione dei partecipanti è necessario consegnare copia della scheda di partecipazione e copia dell'avvenuto pagamento.

Orario

Dalle ore 9.30 alle ore 18.00

Coffee break

Le quote comprendono un coffee break.

Materiale didattico

I partecipanti ad ogni seminario riceveranno una dispensa realizzata sulla base delle indicazioni dei docenti.

Attestato di partecipazione

Al termine di ogni iniziativa tutti i partecipanti riceveranno un attestato di partecipazione nominativo.

