ABISERVIZI

ABI FORMAZIONE

LA COMUNICAZIONE IN BANCA TRA NUOVI SPAZI E NUOVI TEMPI: GLI ELEMENTI DEL 2022

LABORATORI DI COMUNICAZIONE

LABORATORIO 1
LA SCRITTURA AZIENDALE IN BANCA: SCRIVERE PER ESSERE ASCOLTATI
16, 17 e 18 novembre 2022

Spesso la scrittura aziendale, interna ed esterna, è poco chiara e coinvolgente e a alcune volte scadono nel cosiddetto 'burocratese'. Impareremo a evitare queste involuzioni del linguaggio verbale e pianificare e gestire una scrittura rapida ed efficace e a saper scegliere le parole e il tono di voce giusto per ogni testo e applicare le tecniche di scrittura semplificata che aumento la leggibilità di un testo.

I FONDAMENTI DELLA SCRITTURA E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

- I modelli di base: come funziona la comunicazione?
- I diversi tipi di linguaggio: verbale, visivo, spaziale, ecc.
- Gli schemi narrativi e la loro applicazione
- Storytelling
- Il tono di voce: come parlare al destinatario
- Arricchire il significato: denotazione e connotazione
- Interpretare il messaggio
- Un esempio di analisi narrativa utile alla comunicazione aziendale

REGOLE E METODOLOGIA DI UNA SCRITTURA EFFICACE

- Le 5W e la piramide rovesciata
- Punteggiatura
- Le fasi della scrittura
- Norme editoriali
- Il lessico: la scelta di parole efficaci e comprensibili
- Misurare le leggibilità di un testo (indici di leggibilità e come usarli)
- Gli strumenti di analisi della leggibilità
- Tecniche di semplificazione della scrittura
- Esercitazioni

LA SCRITTURA AZIENDALE EFFICACE

- La scrittura aziendale: cosa è e qual è il suo scopo
- Costruire e organizzare un testo: raccogliere le idee e trovare i contenuti
- Costruire e organizzare un testo: disporre i contenuti
- Conoscere il proprio destinatario (e il proprio target)
- Argomenti forti: prima, dopo, in mezzo?
- Esercitazione: la scrittura per la comunicazione in banca

Copyright © ABISERVIZI SpA. Tutti i diritti riservati.
È proibita la riproduzione, anche parziale, in qualsiasi forma senza espresso permesso scritto di ABISERVIZI SpA. - Divisione ABIFormazione.
Il ricevente è tenuto ad utilizzare il documento esclusivamente per esigenze di documentazione personale nell'ambito delle proprie esigenze lavorative; non può in alcun modo ridistribuire o comunicare a terzi le informazioni in esso presenti.

LABORATORIO 2
ANCHE L'EMPATIA SI DIGITALIZZA
23, 24 e 25 novembre

Siamo persone e siamo tutti comunicatori. L'empatia digitale è un territorio che fornisce grandi opportunità di esplorazione e riflessione. Definire empatico un social media può apparire bizzarro ma non lo è se ci ricordiamo che dietro ogni post c'è una persona con una propria storia. Impareremo che è responsabilità di ognuno scegliere quali parole mettere una in fila all'altra, infatti, se le parole sono di tutti, il contenuto è personale e da questa scelta dipende il messaggio che decidiamo di comunicare.

INTRODUZIONE ALL'EMPATIA DIGITALE

- La comunicazione digitale: la sua nascita, il suo ruolo nelle nostre vite
- I primi 4 valori dell'empatia digitale
- Empatia: come usiamo le parole
- Autenticità: come restare legati ai propri valori
- Inclusione: utilizzare un linguaggio che non ferisca e che rispetti i destinatari
- Responsabilità: l'effetto domino della nostra comunicazione
- Esercitazioni

COME L'EMPATIA DIGITALE PUÒ RENDERE PIÙ EFFICACE LA NOSTRA COMUNICAZIONE

- Gli altri valori dell'empatia digitale:
- Umanità: siamo tutti parte di una comunità
- Umiltà: non prendiamola sul personale
- Gratitudine: le parole che costruiscono ponti
- Utilità: come possiamo fare la differenza
- Indicazioni pratiche su come questi 8 valori possono far parte della nostra comunicazione sul lavoro
- Esercitazioni

STRUTTURARE LA COMUNICAZIONE INTERNA CON I PRINCIPI DELL'EMPATIA DIGITALE

- La scrittura empatica: principi e suggerimenti
- L'empatia via mail

Copyright © ABISERVIZI SpA. Tutti i diritti riservati.
È proibita la riproduzione, anche parziale, in qualsiasi forma senza espresso permesso scritto di ABISERVIZI SpA. - Divisione ABIFormazione.
Il ricevente è tenuto ad utilizzare il documento esclusivamente per esigenze di documentazione personale nell'ambito delle proprie esigenze lavorative; non può in alcun modo ridistribuire o comunicare a terzi le informazioni in esso presenti.

LABORATORIO 3
TRADURRE L'ATTUALITÀ IN PIANI DI COMUNICAZIONE
1 e 2 dicembre 2022

Come creare un piano di comunicazione integrato e coerente con il contesto e con i valori aziendali e le aspettative di clienti e stakeholder? Come impostare un piano di comunicazione e con quali obiettivi? Impareremo a conoscere strumenti e metodi per impostare un piano di comunicazione che definisca, descriva e pianifichi strategie, obiettivi, attività e scadenze della comunicazione.
Focus particolari saranno dedicati alla creazione di piani legati ai temi della sostenibilità e della gestione della comunicazione nell'emergenza.

IL PIANO DI COMUNICAZIONE

- Dall'obiettivo di business al purpose: la dimensione sociale delle banche e la sua comunicazione
- Definire gli obiettivi di comunicazione
- Studiare la strategia e i KPI
- Gli strumenti
- Definire i media: canali e strumenti ognuno ha la sua regola
- Rafforzare le relazioni con i propri stakeholder
- Teorie, tecniche e modalità di racconto
- Intercettare nuovi clienti
- Reputazione e competitività

COSTRUIRE UN PIANO DI COMUNICAZIONE SOSTENIBILE

- Sintonizzazione della programmazione strategica e tattica di una banca, con i temi della sostenibilità
- Green Marketing
- Diventare portavoce di valori importanti

COSTRUIRE UN PIANO DI COMUNICAZIONE NELL'EMERGENZA

- Previsione e prevenzione delle contingency
- Tecniche di gestione delle conversazioni critiche e della relazione con gli stakeholder in situazione di crisi
- Come redigere un crisis communication plan

Copyright © ABISERVIZI SpA. Tutti i diritti riservati.
È proibita la riproduzione, anche parziale, in qualsiasi forma senza espresso permesso scritto di ABISERVIZI SpA. - Divisione ABIFormazione.
Il ricevente è tenuto ad utilizzare il documento esclusivamente per esigenze di documentazione personale nell'ambito delle proprie esigenze lavorative; non può in alcun modo ridistribuire o comunicare a terzi le informazioni in esso presenti.