



Atlantis
Nonprofit Strategic Center

L'attività di ufficio stampa per il nonprofit



MEDIA RELATIONS



“

Sembra così banale, ma nelle relazioni si
deve comunicare...

”



L'ufficio stampa nonprofit



OBIETTIVI PRINCIPALI

- **Divulgare** le notizie più importanti
- **Creare** brand awareness
- **Migliorare** la reputazione
- **Aumentare** la notorietà della causa sociale verso l'esterno
- **Fare** una corretta informazione
- **Interagire** con i propri stakeholder
- **Diffondere** i valori dell'organizzazione
- **Coinvolgere** i donatori attivi e potenziali



Elementi chiave



partecipazione
consenso
parole notizie
cerniera creatività
relazione alchimia

IL NOSTRO VALORE AGGIUNTO



I NOSTRI SERVIZI



ANALISI E PIANIFICAZIONE

- **Analisi strumenti e materiali promozionali** già in possesso dell'onp
- Identificazione dei **media target** e stesura di una **media list dedicata**
- Impostazione **piano multimedia promozionale**
- Individuazione possibili **media partnership**

GESTIONE CONTENUTI E CONTATTO DAY BY DAY

- Stesura e diffusione **comunicati stampa**
- Organizzazione e gestione **interviste**
- Realizzazione **press kit ad hoc**
- Supporto nella gestione di **contenuti dei social network**
- Attività di **contatto continuativo con i media selezionati**: Tv, radio, stampa, web, influencer, altri canali media



SCOUTING CELEBRITIES

- Identificazione e ricerca potenziali **ambasciatori**
- **Contatto e gestione relazione** con ambasciatori e manager



Ufficio stampa – il modello operativo

Un percorso in 3 tappe



Media Assessment

1



Per l'avviamento dell'attività di ufficio stampa è prevista una fase preliminare di

ASSESSMENT

rispetto all'area di riferimento

DEFINIZIONE STATUS QUO

- Analisi rassegna stampa
- Benchmarking competitors
- Analisi azioni e strumenti di comunicazione
- Analisi del target di riferimento
- Verifica della fattibilità

A

COME

- Meeting con il gruppo di lavoro e con altri stakeholder rilevanti
- Attività di Back office

TIMING
2 -3 settimane



Pianificazione strategica

2

Definiti gli elementi chiave durante la fase di analisi è possibile procedere alla **pianificazione** del progetto di media relations e alla creazione del **DB Media**



DEFINIZIONE PIANO MEDIA RELATIONS A

- Definizione obiettivi
- Creazione DB media ad hoc
- Canali, azioni, strumenti
- Piano «news» e contenuti

PROGRESS e KPI B

- Progress generale delle attività
- Definizione KPI (Key performance indicators)
- Supporto alla determinazione della migliore strategia di comunicazione

COME

- ❑ Riunioni periodiche con il Gruppo di Lavoro
- ❑ Back office
- ❑ DB

TIMING
3 -4 settimane



Media Relations

3



Al termine della fase di pianificazione sarà possibile procedere all'**implementazione** del piano e al costante aggiornamento degli obiettivi

REALIZZAZIONE MATERIALI DI COMUNICAZIONE A

- ❑ Scrittura comunicati stampa
- ❑ Realizzazione materiali informativi
- ❑ Press kit

CONTATTO MEDIA B

- ❑ Invio comunicati stampa
- ❑ Recall
- ❑ Visite periodiche nelle redazioni
- ❑ Organizzazione eventi
- ❑ Gestione delle richieste dei media
- ❑ Realizzazione interviste

MONITORAGGIO C

- ❑ Monitoraggio della relazione
- ❑ Verifica dei risultati
- ❑ Redazione press release cartacee
- ❑ Reportistica periodica

COME

- ❑ PR
- ❑ Riunioni di avanzamento lavori periodiche
- ❑ Content management

TIMING

Continuativo o per iniziative ad hoc



Team di progetto



Alessia De Rubeis
Responsabile Communication Unit

✉ alessia.derubeis@atlantiscompany.it

☎ t. +39 02 36 7529.62



Marta Seu
Press & Media Manager

✉ marta.seu@atlantiscompany.it

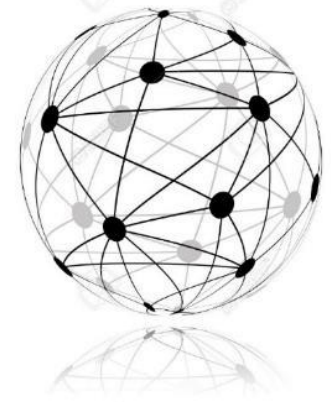
☎ t. +39 02 36 7529.62



Maria Chiara Zilli
Press & Media Manager

✉ mariachiara.zilli@atlantiscompany.it

☎ t. +39 02 36 7529.62



CONTATTI



phone: +39 02 36 75 29 62



info@atlantiscompany.it



[atlantis_nsc](#)



Atlantis
Nonprofit Strategic Center