

C: Coordinamento dei processi lavorativi imprenditoriali

C4: Realizzare attività di marketing e di comunicazione – Lavoro pratico 2

Creare contenuti comunicativi

Obiettivi di valutazione:

- c2.pv.az3: Collaborano proattivamente a concepire e realizzare siti web e misure di marketing online per l'acquisizione e la fidelizzazione di clienti. (C3)
- c4.az1: Comunicano con tutti i gruppi d'interesse interni ed esterni all'azienda utilizzando tutti i canali conformemente alle prescrizioni aziendali in materia d'informazione e di comunicazione. (C 3)
- c4.az2: Comunicano in forma orale e scritta con tutti i gruppi d'interesse interni ed esterni all'azienda nella lingua nazionale regionale o in una lingua straniera. (C 3)
- c4.az3: Mettono in discussione il loro comportamento comunicativo nei confronti di gruppi d'interesse interni ed esterni all'azienda e ne traggono misure di miglioramento. (C 4)
- c4.az6: Forniscono un supporto alla pianificazione e al coordinamento di attività di marketing e di comunicazione in modo adeguato ai destinatari utilizzando diversi canali nel loro settore lavorativo. (C 3)

Consiglio: secondo o terzo anno d'apprendistato / possibile la combinazione con C4_LP1 «Definire le caratteristiche di un gruppo target», C5_LP1 «Preparare il budget», C5_LP3 «Controllare le fatture ricevute per il relativo pagamento».

Lavoro pratico

Situazione iniziale

I contenuti comunicativi presenti, ad esempio, in opuscoli, giornali ed e-mail informano sui servizi e sui prodotti di un'azienda. Talvolta servono anche a richiamare l'attenzione su eventi o manifestazioni informative imminenti.

I contenuti comunicativi sono però efficaci solo se espressi in modo significativo e accattivante, altrimenti non vengono né guardati né letti e tutto il lavoro è stato inutile.

Questo lavoro pratico ti offre l'opportunità di mettere in pratica tutte le tue conoscenze sulla creazione di contenuti comunicativi.

Compito

Sottocompito 1: Cerca insieme al tuo superiore un argomento su cui puoi creare un contenuto comunicativo.



Variante a dipendenza del ramo: cerca con il superiore un argomento specifico dell'assicurazione su cui puoi creare un contenuto comunicativo.

Per la comunicazione scegli il canale adatto per la pubblicazione dei tuoi contenuti. Hai a disposizione varie possibilità quali, ad esempio, opuscoli, social media, giornali, Intranet/Extranet, lettere e e-mail, video, immagini o podcast.

Procurati presso il tuo superiore tutte le informazioni rilevanti per la creazione di questo contenuto comunicativo.

Sottocompito 2: In seguito stendi la tua prima bozza di comunicazione e discutine con il tuo superiore. Durante il colloquio prendi nota dei suggerimenti per migliorarla.



Spesso non sei completamente libero nella creazione di contenuti comunicativi, in quanto devi rispettare prescrizioni aziendali e legali.

Considera con attenzione il gruppo target a cui ti rivolgi e adatta i formati, il design e il linguaggio di conseguenza (testo, layout, linguaggio, ecc.).

Sottocompito 3: Redigi il definitivo contenuto comunicativo nel formato previsto e implementa i suggerimenti ricevuti nel colloquio suddetto. Consegna il prodotto finito al tuo superiore per un ultimo controllo e parla con lui del risultato raggiunto.

Sottocompito 4: Riporta in modo appropriato quanto è venuto alla luce e le tue riflessioni nella tua documentazione dell'apprendimento.

Specifiche aziendali

Possibili campi d'impiego: può essere utilizzato, ad esempio, per la creazione di presentazioni / opuscoli per giornate di prova, eventi informativi o simili.



Berufsbildungsverband der Versicherungswirtschaft
Association pour la formation professionnelle en assurance
Associazione per la formazione professionale nell'assicurazione

Griglia delle competenze

Autovalutazione

Domanda chiave 1: sono in grado di creare contenuti comunicativi in modo professionale?

Criteri di competenza

Adegua sistematicamente i contenuti e i formati della comunicazione (per es. linguaggio ed elementi grafici) alle esigenze del gruppo target.

Mi informo in modo esaustivo sul canale in cui deve avvenire la comunicazione.

Tengo conto di tutti gli standard rilevanti del canale utilizzato (per es. formulazione del titolo, struttura del testo ed elementi grafici).

Mi adopero per far confluire nella misura di comunicazione scelta i nuovi trend delle forme di comunicazione.

Nel redigere contenuti comunicativi scritti rispetto le regole dell'ortografia.

Valutazione esterna

Domanda chiave 1: è in grado di creare contenuti comunicativi in modo professionale?

Criteri di competenza

Adegua sistematicamente i contenuti e i formati della comunicazione (per es. linguaggio ed elementi grafici) alle esigenze del gruppo target.

Si informa in modo esaustivo sul canale in cui deve avvenire la comunicazione.

Tiene conto di tutti gli standard rilevanti del canale utilizzato (per es. formulazione del titolo, struttura del testo ed elementi grafici).

Si adopera per far confluire nella misura di comunicazione scelta i nuovi trend delle forme di comunicazione.

Nel redigere contenuti comunicativi scritti rispetta le regole dell'ortografia.
