

# L'evoluzione delle Relazioni con i Media

Tecnologie e nuovi canali per costruire  
una strategia di comunicazione integrata

*Milano, Hotel Scala  
giovedì 15 maggio 2014*



- ✓ Le nuove esigenze delle redazioni nel mutato scenario dei media italiani
- ✓ Il ruolo chiave dell'ufficio stampa nella definizione delle strategie di comunicazione aziendale
- ✓ Creatività, efficacia e credibilità nella redazione del comunicato stampa
- ✓ La globalizzazione e l'importanza della relazione con la stampa estera
- ✓ Come influenzare gli influencer e far parlare di sé
- ✓ Il social reading come nuova modalità di engagement
- ✓ La costruzione e la gestione del ciclo di vita della notizia
- ✓ Il bilanciamento dei canali di comunicazione tra media tradizionali, social e blog
- ✓ Le regole di comportamento nella gestione della crisi
- ✓ Strategie e azioni dell'ufficio stampa corporate

Massimo Rebotti  
CORRIERE DELLA SERA

Massimo Tafi  
MEDIATYCHE

Giovanna Pandini  
NOESIS

Cinzia Savazzi  
TWENTYTWENTY

Andrea Polo  
FACILE.IT

GRUPPO IMMOBILIARE.IT

Simona Panseri  
GOOGLE ITALY

Maria Letizia Balducci  
NESTLÉ

Lorenza Bassetti  
AD MIRABILIA

Marisandra Lizzi  
iPRESS

NEWS SOCIAL PLATFORM

Elena Antognazza  
ZIARIO.IT

Eleonora Villanova  
BUONGIORNO

Cinzia Fiaccadori  
EIDOS - la forza delle idee

# L'evoluzione delle Relazioni con i Media

Tecnologie e nuovi canali per costruire una strategia di comunicazione integrata

Milano, Hotel Scala - giovedì 15 maggio 2014

Coordina i lavori della mattina: Massimo Rebotti, *Giornalista* **CORRIERE DELLA SERA**

8.45 *Registrazione dei partecipanti*

## 9.00 LO SCENARIO DEI MEDIA ITALIANI: COME CAMBIA E COME CAMBIANO LE ESIGENZE DELLE REDAZIONI

- Come si evolve il mondo dei mass media
- Cosa vuole sapere oggi un giornalista e come attrarre la sua attenzione
- La qualità delle informazioni e il ruolo chiave dei dati
- Come costruire una relazione duratura e soddisfacente con le diverse redazioni/giornalisti

Massimo Rebotti, *Giornalista* **CORRIERE DELLA SERA**

## 9.30 LE RELAZIONI CON I MEDIA: COME STRUTTURARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI SUCCESSO

- Il ruolo dell'ufficio stampa e la definizione delle linee guida della comunicazione aziendale
- L'ufficio stampa come raccordo tra le diverse divisioni aziendali e l'esterno
- L'individuazione degli interlocutori adeguati alla strategia di comunicazione delineata
- Le regole base della comunicazione con la stampa

Massimo Tafi, *Co-founder* **MEDIATYCHE**

## 10.00 LA CREAZIONE DELLA NOTIZIA

- Creatività, efficacia e credibilità nella redazione del comunicato stampa
- Le modalità di diffusione del comunicato stampa
- La cooperazione con i diversi dipartimenti per la definizione dei contenuti
- La selezione delle testate

Giovanna Pandini, *Managing Director* **NOESIS**

## 10.30 L'ORGANIZZAZIONE DELLA CONFERENZA STAMPA

- Quando organizzare una conferenza stampa: i contenuti
- L'identificazione e la preparazione dei relatori
- Orario, location, materiali di supporto, piccoli accorgimenti

Cinzia Savazzi, *Managing Director* **TWENTYTWO**

11.00 *Coffee break*

## 11.15 LA GLOBALIZZAZIONE E L'IMPORTANZA DELLA RELAZIONE CON LA STAMPA ESTERA

- Linguaggi e codici di comunicazione con la stampa estera
- Le diverse impostazioni della relazione
- Le dinamiche e le regole della comunicazione con la stampa estera
- Raffronto tra la realtà italiana e quella di alcuni tra i principali paesi stranieri

Andrea Polo, *Direttore Comunicazione* **FACILE.IT - GRUPPO IMMOBILIARE.IT**

## 11.45 LA COMUNICAZIONE NELLA GESTIONE DELLA CRISI

- Le regole di comportamento durante l'evoluzione della crisi
- La definizione del piano di comunicazione in emergenza

Simona Panseri, *Direttore Comunicazione e Public Affairs* **GOOGLE ITALY**

## 12.15 COMUNICAZIONE CORPORATE IN AZIENDA

- La declinazione in sede nazionale delle linee guida di comunicazione internazionale
- Il ruolo strategico dell'ufficio stampa corporate nei confronti della comunicazione dei brand
- Il rapporto tra ufficio stampa aziendale e le agenzie: come interagire con un'azienda complessa e strutturata

Maria Letizia Balducci, *Corporate Communication & Corporate Affairs Manager* **NESTLÉ**

12.45 *Spazio riservato alle domande del pubblico*

13.00 *Lunch*

# L'evoluzione delle Relazioni con i Media

## Tecnologie e nuovi canali per costruire una strategia di comunicazione integrata

Milano, Hotel Scala - giovedì 15 maggio 2014

Coordina i lavori del pomeriggio: **Marisandra Lizzi, Founder iPRESS – NEWS SOCIAL PLATFORM**

### 14.15 I NUOVI MEDIA E I SOCIAL NETWORK: L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIA

- Il sistema mediatico tra passato e futuro
- Nuovi media e social network: come cambia l'informazione online
- Le logiche della comunicazione globalizzata e in tempo reale
- Gli skills necessari per far fronte al mutato scenario
- Come sono mutate le modalità di engagement degli interlocutori
- L'integrazione dei nuovi media con la comunicazione tradizionale

**Lorenza Bassetti, Fondatrice e Amministratore Unico AD MIRABILIA**

### 14.45 L'EVOLUZIONE DELLE TECNOLOGIE A SUPPORTO DELL'UFFICIO STAMPA

- Il supporto delle tecnologie per cogliere tutte le opportunità della rete
- Una piattaforma per ottimizzare e rendere più efficiente il lavoro dei comunicatori
- L'individuazione dei nodi di influenza per ogni settore di riferimento
- La piattaforma iPressLIVE come strumento di mappatura dinamica degli influencer
- I social e il web come piazza per ascoltare non solo per comunicare
- Il social reading come nuova modalità di engagement

**Marisandra Lizzi, Founder iPRESS – NEWS SOCIAL PLATFORM**

### 15.15 IL PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO TRA MARKETING E PR: LINGUAGGI E CODICI

- La corrispondenza tra comunicazione verso l'esterno e l'immagine aziendale sul web

- Le modalità di engagement con gli influencer della rete
- Il piano marketing digitale integrato
- L'ottimizzazione degli investimenti
- La gestione delle piattaforme social interne e del buzz esterno

**Elena Antognazza, Founder ZIARIO.IT e Start up Advisor**

### 15.45 WEB COMMUNICATION: COME CAMBIA IL COMUNICATO STAMPA

- Da Public Relations a Web Communication
- Pubblicazione, distribuzione, condivisione del comunicato stampa
- Monitoraggio e analisi della distribuzione

**Eleonora Villanova, Responsabile Media Relations BUONGIORNO**

### 16.15 LA COMUNICAZIONE INTEGRATA TRA MEZZI TRADIZIONALI E NEW MEDIA

- Come costruire la notizia e bilanciare il mix dei canali di comunicazione
- Conoscere tempi e modi di comunicazione delle diverse piattaforme per sfruttare al massimo le occasioni di visibilità
- Il fine tuning del messaggio: codici e linguaggi
- Come sfruttare i nuovi media per una comunicazione globale

**Cinzia Fiaccadori, Founder EIDOS – la forza delle idee**

16.45 *Spazio riservato alle domande del pubblico*

17.00 *Sintesi e chiusura dei lavori a cura della Coordinatrice*

Evoluzione dell'**editoria tradizionale**, **digitalizzazione** e moltiplicazione di mezzi e canali d'informazione hanno radicalmente trasformato le **dinamiche della comunicazione** d'impresa.

Se le regole fondamentali delle relazioni con i media non sono cambiate, **tempi, modi e linguaggi** hanno subito una vera e propria rivoluzione, che impone all'ufficio stampa di orientarsi tra le esigenze di on- e off-line, bilanciando il **mix dei canali** di comunicazione e individuando i **nodi di influenza** e le modalità di **engagement** più efficaci.

Una sfida ulteriormente complicata dal **sovraccarico d'informazioni** generato dalla comunicazione globalizzata e in **tempo reale** e che richiede un continuo sforzo di creatività per garantire l'**attenzione dei media** e dei portatori d'interesse.

