Analisi delle performance

In questa fase, vengono esaminate le performance complessive del piano. Si valutano indicatori chiave come la visibilità dell'Istituto, l'engagement del pubblico, la copertura mediatica e l'efficacia delle diverse iniziative di comunicazione. L'analisi dati fornisce una panoramica completa delle performance rispetto agli obiettivi iniziali.

Feedback interno ed esterno

È essenziale raccogliere feedback interni ed esterni. Da un lato, si valutano le percezioni e le opinioni del personale dell'Istituto attraverso sondaggi interni e sessioni di feedback. Dall'altro, si analizza il feedback esterno proveniente dal pubblico, dai media e dagli stakeholder. Questi dati forniscono una comprensione approfondita dell'impatto delle attività di comunicazione.

Allineamento con obiettivi strategici

Si verifica l'allineamento del Piano di Comunicazione con gli obiettivi strategici dell'Istituto. L'analisi valuta in che misura le attività di comunicazione abbiano contribuito al raggiungimento degli obiettivi più ampi dell'Istituto, specialmente di quelli legati alla crescita economica sostenibile e ai temi chiave definiti nella mission.

Raccolta di best practice

Durante il processo di bilancio, vengono identificate le best practice che hanno generato successo. Questi punti di forza vengono documentati e possono essere utilizzati come base per strategie future o per potenziare specifiche aree di intervento.

Aggiustamenti e miglioramenti

Sulla base delle analisi condotte e dei feedback raccolti, si procede con eventuali aggiustamenti e miglioramenti al Piano di Comunicazione. Questa fase implica la revisione delle strategie, l'identificazione di nuove opportunità e l'adattamento delle tattiche in base alle lezioni apprese durante l'implementazione del piano.

Comunicazione del bilancio

Infine, è necessario comunicare all'intera comunità dell'Istituto, agli stakeholder e al pubblico interessato i risultati del bilancio, in modo trasparente e chiaro. Questa comunicazione può essere veicolata attraverso newsletter, comunicati stampa e altri canali.

8. RIFERIMENTI

Fabrizio, S., Perin, A., & Zoppi, I.M. (2023). *Manuale di identità visiva CNR-IRCrES*. CNR-IRCrES. https://doi.org/10.5281/zenodo.10374136