



-

PROVINCIA DI BRINDISI
Assessorato Politiche attive del lavoro/FP



**PIANO DI MARKETING PER LO
SVILUPPO DELLE ATTIVITA' DEI
SERVIZI PER L'IMPIEGO**



PROGETTO DELLE AZIONI

INDICE

AMBITO DI RIFERIMENTOpag. 3
OBIETTIVI DEL PIANO DI MARKETING.....pag. 3
IL TARGET.....pag. 4
STRATEGIA E CONTENUTI.....	pag. 4
AZIONI E PRODOTTI RICHIESTI..... pag. 5
CRITERI DI VALUTAZIONE..... pag. 6
COSTI DI REALIZZAZIONE DEL SERVIZIO	pag. 6

AMBITO DI RIFERIMENTO

- Il Piano di marketing per lo sviluppo delle attività dei Servizi per l'Impiego della Provincia di Brindisi, trova il principale fondamento per la sua definizione nella necessità di *“rilanciare e diffondere, sul nostro territorio, tutti gli interventi, le iniziative e le competenze possedute da parte dei C.I.P. che vengono attivate in tema di politiche attive del lavoro”*. Ciò potrà consentire di attestare l'efficacia e l'efficienza delle azioni quotidianamente realizzate nello specifico settore, anche in riferimento allo sviluppo di analoghe attività promosse – in concorrenza - da soggetti privati e che, nel breve-medio periodo ed in termini di legittima logica d'impresa, potrebbero essere causa di una flessione, in termini di produttività resa dall'intera struttura dei C.I.P., con evidenti conseguenze negative anche sul piano occupazionale per il personale ivi operante,
-

OBIETTIVI DEL PIANO DI MARKETING

Tenuto conto di quanto predetto e delle volontà di mettere a disposizione tutte le attività e gli interventi posti in essere nei settori di riferimento, si individuano quattro linee-guida a base del presente progetto:

- Fornire ai cittadini un'immagine univoca e facilmente riconoscibile delle specifiche competenze e del ruolo svolto dall'Assessorato comunicando le iniziative, le attività, i servizi posti in essere in maniera uniforme

- Garantire il principio di trasparenza e la corretta informazione e, contestualmente, l'esercizio dei diritti di accesso e partecipazione dei cittadini;
- Sviluppare servizi mirati a differenti tipologie di pubblico.
- Verificare la soddisfazione degli "utenti" ed ascoltare i loro bisogni accrescendo, quindi, la capacità di dialogo con l'istituzione Provincia.

IL TARGET

- Il Piano di sviluppo in argomento si propone di prendere in considerazione diversi tipi di destinatari a seconda della tipologia di intervento messa in atto:
- Utenti/beneficiari del Servizio Politiche attive del lavoro /f.p. Provincia di Brindisi
- Comunità locale/regionale/nazionale
- Scuole superiori ed Università;
- Enti pubblici e privati

STRATEGIA E CONTENUTI

Data la necessità primaria di rispondere alle esigenze di informazione e pubblicità, di carattere dinamico, il Piano può prevedere eventuali adeguamenti, in corso di realizzazione degli interventi, in modo da recepire eventuali necessarie integrazioni.

Inoltre - per la realizzazione delle specifiche attività, al fine di garantire unitarietà del marketing ed un immediato riconoscimento delle azioni sul territorio- è intendimento avvalersi dello strumento televisivo quale elemento cardine del presente Piano.

AZIONI E PRODOTTI RICHIESTI

- Realizzazione, con videografica computerizzata, di comunicati pubblicitari istituzionali e riferiti alle problematiche del mercato del lavoro/formazione professionale.

- Diffusione di spot su pool di emittenti radiotelevisive territoriali come di seguito dettagliato:
 - Periodo di programmazione: 365 giorni naturali e consecutivi
 - Inizio programmazione previsto 01 gennaio 2007 e, comunque, con decorrenza dalla data di sottoscrizione del contratto.
 - Tipologia pianificazione: n. 6 spot al dì per n. 365 giorni (tot. 2.109 passaggi) in fasce orarie peak-time (all'interno e immediatamente a ridosso dei TG;
 - Sequel di trasmissioni televisive, della durata di 20 minuti cadauna, da definirsi nel titolo e nei contenuti in accordo con questo Assessorato ed inerenti i temi di pertinenza e con programmazione settimanale, in fascia di primario ascolto, per l'intera durata di programmazione dell'intervento;
 - Realizzazione e messa a disposizione di n. 2 pagine di Televideo - attive su emittente ad ampia diffusione territoriale e costantemente aggiornabili – ove informare su iniziative e servizi posti in essere dall'Assessorato

alle politiche attive del lavoro/FP, dare visibilità ad eventi patrocinati o promossi; inoltre per tutta la durata dell'iniziativa programmazione televisiva di spot quotidiani che annunciano il numero della Home page e le peculiarità delle informazioni pubblicate,

- Miglioramento della capacità visiva, identificativa e funzionale del link Politiche attive del lavoro/formazione professionale collocato sul sito Web dell'Ente Provincia;

I CRITERI DI VALUTAZIONE

Allo scopo di valutare l'efficacia e l'efficienza delle azioni di informazione e comunicazione poste in essere sarà effettuata una raccolta di dati utili a verificare l'impatto delle azioni e si ricorrerà a questionari per verificare il gradimento e l'utilità delle iniziative.

COSTO DI REALIZZAZIONE DEL SERVIZIO

La somma messa a disposizione per la realizzazione del presente Piano ammonta ad € 30.000 comp.IVA ,

Il Dirigente del Servizio Politiche attive del lavoro/FP
Dott.ssa Alessandra PANNARIA