


# Come comunicare con email, post e whatsapp in tempo di emergenze

**#4° Masterclass**  
**27 Aprile 2020**



**Alessandro Dattilo**  
Giornalista, Consulente e  
Business Writer

**Host: Matteo Maserati**



# AGENDA

- **SCENARIO ATTUALE (IMPORTANZA CS)**
- **COSA STO PORTANDO NELLE AZIENDE**
- **2 MAPPE STRATEGICHE**
- **ESEMPI PRATICI DI CONTENUTO**

# OBIETTIVI PER VOI

- **FORNIRE BASI E STRUMENTI CONCRETI,  
ESPERIENZE VISSUTE DA GIORNALISTA  
(MEDIA TRADIZIONALI + WEB)**
- **NON REGOLE TRATTE DAI LIBRI**

# OBIETTIVI PER VOI

- **CONSAPEVOLEZZA CHE LA SCRITTURA PROFESSIONALE NON È UN'ATTIVITÀ CASUALE (RETAGGIO SCOLASTICO), MA È LA PUNTA DELL'ICEBERG:**
  - **30% PROGETTAZIONE**
  - **30% SCRITTURA**
  - **30% REVISIONE**



# SCENARIO DI CRISI

## COMUNICAZIONE SCRITTA

- **AUMENTA IMPORTANZA (+ ONLINE)**
- **VIDEOCALL + TESTI SCRITTI**
- **SI LASCIANO TRACCE DIGITALI (NO PANIC!)**

# SCENARIO DI CRISI

*«Siamo diventati tutti più sensibili: ogni messaggio viene letto con filtri diversi da quelli della normalità: non siamo più solamente clienti, ma persone che stanno soffrendo perché gli è stata tolta della libertà, individui che potrebbero avere delle persone care ammalate, che non si possono muovere o non possono fare quello che facevano prima.*

*Le aziende devono perciò filtrare il loro modo di comunicare, secondo le esigenze del momento e le sensibilità delle persone. Non c'è spazio per il cinismo o l'atteggiamento da furbetti».*

# SCENARIO DI CRISI

*«E le aziende più piccole? Avvocati, dentisti, sarti, tatuatori, parrucchieri, ecc. Piccole imprese che fino all'altro ieri vantavano una professione di successo, ma che richiedeva anche un rapporto molto fisico con il cliente, come sapranno non soltanto convertire la propria identità produttiva, ma anche comunicare la loro presenza sul mercato? Quanto sarà strategica la targa di uno studio notarile su un portone di un palazzo di Piazza Barberini? Stiamo scoprendo che la socializzazione sta cambiando e la comunicazione sui social sarà avviata anche da chi finora non ne ha sentito il bisogno».*

# SCENARIO DI CRISI

ATTRAVERSO LA COMUNICAZIONE SCRITTA  
IMPRENDITORI, MANAGER, PROFESSIONISTI  
(E CHIUNQUE ABBIA A CHE FARE CON  
DIPENDENTI, CLIENTI E FORNITORI) DEVE

>>>

# SCENARIO DI CRISI

- **RISPONDERE A DOMANDE E PAURE**
- **CERCARE DI MANTENERE LUCIDITÀ**
- **CENTRALIZZARE (VOCE UNICA)**
- **NON SDRAMMATIZZARE O SMINUIRE**
- **EVITARE Real Time Marketing (esempi)**





**IKEA**

3 ore •



Però ridateci le matite #ItaliaSvezia

**Per farci perdonare  
la panchina a Gian Piero  
la diamo noi.**



**ÄPPLARÖ**

Panca con schienale da giardino

**€ 89,<sup>99</sup>**





Coca-Cola

@CocaCola



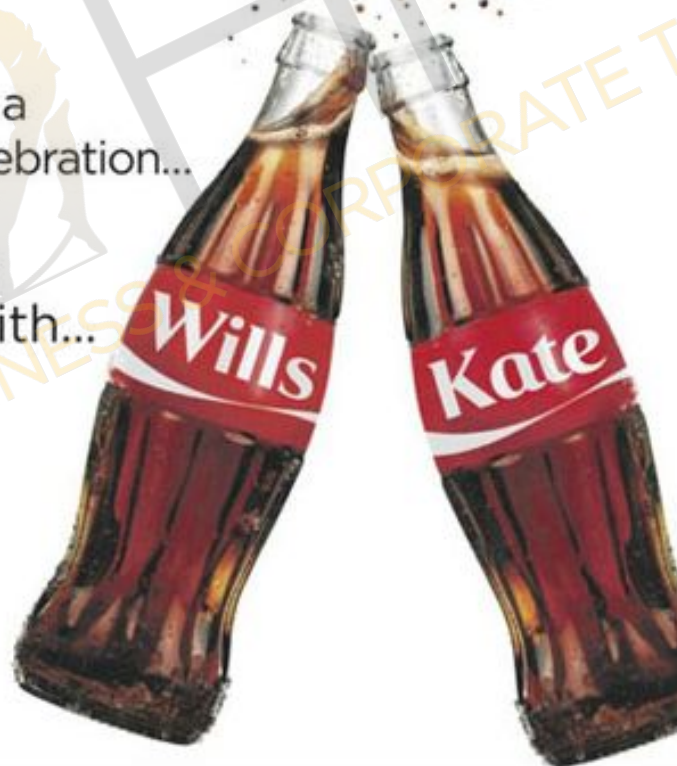
Segui

Time for a Royal Celebration! #Royalbaby



Time for a  
royal celebration...

Share a  
**Coke** with...



**norwegian.com**



# Brad is single

Los Angeles. From/one way, incl taxes

---

**£169\***



# Casa



I suggerimenti  
degli esperti

I segreti  
del posto

Itinerari  
consigliati



Lonely Planet Italia

· 11 marzo ·

Arrampicatevi sulle Divano Mountains, tuffatevi nell'impetuosa Doccia Gelata e provate lo street food di Quelcherestainfrigo. È ora di godervi un luogo magico come non avete mai fatto prima: è ora di stare a casa.

7026

Commenti: 394  
Condivisioni: 4115

Mi piace Commenta Condividi

Più pertinenti



inEmiliaRomagna Fantastici come sempre



Mi piace · Rispondi · 5 s

16



Massimo Viglia Corro a comprare (online, ovvio!) 3/4 guide per quando si potrà ricominciare... Tutte vostre, ovvio!

Mi piace · Rispondi · 5 s · Modificato

14

La modalità selezionata è Più pertinenti, pertanto alcune risposte potrebbero essere state escluse.



Autore



Scrivi un commento...







Ceres

11 marzo alle ore 15:00 · ⚙

Fa la schiuma ma non è birra: il sapone sulle mani, usalo spesso e usalo a lungo.

# LAVIAMOCI LE MANI

COME SE PRENDENDO  
LA BIRRA DAL FRIGO  
AVESSIMO TOCCATO  
IL MEZZO LIMONE MARCIO.



7520

Commenti: 160 Condivisioni: 397



Ceres

11 marzo alle ore 15:00 · ⚙

La minaccia là fuori è seria. Ma a casa hai divano, tv, libri, musica. E birra, ovvio.

# STIAMO A CASA

COME SE FUORI  
CI ASPETTASSE  
PASQUALE IL BARISTA  
A CUI DOBBIAMO DEI SOLDI.





PER UN PO' DI TEMPO  
MENO *road* E PIÙ *house*.

Roadhouse  
RESTAURANT



Roadhouse Restaurant

· 11 marzo ·

📌 Comuniciamo che, data la rapida escalation di contagi da Coronavirus in tutta Italia e in continuità con le misure preventive adottate nelle ultime settimane, abbiamo deciso di chiudere temporaneamente tutti i 151 Roadhouse Restaurant, per non esporre ad alcun rischio clienti e dipendenti e per fare la nostra dovuta parte in questo momento in cui abbiamo tutti bisogno di forte e diffuso senso civico.

C'è un tempo per tutto e questo è quello della responsabilità, nostra e vostra, per poter tornare al più presto alla normalità di una cena fuori con la famiglia o di un abbraccio con gli amici.

È solo un arrivederci e siamo certi che vi ritroveremo tutti e più di prima.

Prendetevi cura di voi 🙏

👍❤️ 4532

Commenti: 198

Condivisioni: 590

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi 🌐 ▼

Meno recenti ▼

Mostra commenti precedenti

6 di 185



Cinzia Peghin Bello slogan...



Scrivi un commento...



# COSA PORTO NELLE AZIENDE

## MAPPA DEL CONTESTO

- TARGET
- OBIETTIVI



# MAPPA DEI CONTENUTI

- TEMI
- STRUTTURA



# COSA PORTO NELLE AZIENDE

## SGUARDO NUOVO

Approfittiamo di questo rallentamento per accorgerci di quante storie e notizie già fanno parte del nostro bagaglio di comunicazione



# ATTEGGIAMENTO





# PRIMA DI SCRIVERE

## OCCORRONO 2 MAPPE:

- **DEFINIRE IL CONTESTO**
  - Target e Obiettivi (a chi, perché)
- **DEFINIRE I CONTENUTI**
  - Temi e Struttura (cosa e come)

# MAPPA 1 - TARGET

- **QUAL È IL LIVELLO DI ESPERIENZA**
- **CHE PROBLEMI, PAURE, BISOGNI URGENTI**
- **QUALI IMPLICAZIONI NEGATIVE**
- **CHE SOLUZIONI STA CERCANDO**
- **CHE BENEFICI CONCRETI POSSO FORNIRGLI**

# MAPPA 1 - OBIETTIVI



- **RASSICURARE**
- **INFORMARE**
- **TESTIMONIARE**

# OBIETTIVO

## COSA VOGLIO OTTENERE?

- **CONTATTARE**
- **CONVINCERE**
- **INFORMARE**
- **ACQUISIRE**
- **INTERESSARE**
- **FIDELIZZARE**

# TARGET - OBIETTIVI

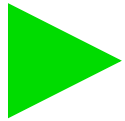




# TARGET - OBIETTIVI

QUESTA STORIA PUÒ ESSERE DI ISPIRAZIONE,  
**OGGI.**

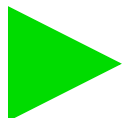




## MAPPA DEGLI OBIETTIVI

# LA COMUNICAZIONE SCRITTA DEVE:

- RISPONDERE AI NUOVI BISOGNI E TIMORI (EMPATIA)
- IMMEDESIMARSI NEL CONTESTO (QUARANTENA)
- ESSERE TRASPARENTE, CHIARA, REALISTICA, CREDIBILE
- ELIMINARE DUBBI E SEMPLIFICARE IL CAOS (FIDUCIA)
- INVITARE A SUPERARE LE DIFFICOLTÀ (REATTIVITÀ)
- INCISIVA, IMMEDIATA, ESSENZIALE (STABILITÀ, SICUREZZA)



## MAPPA DEGLI OBIETTIVI

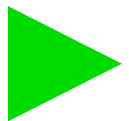
# LA COMUNICAZIONE SCRITTA DEVE:

- INFORMARE SU UNICITÀ E COMPETENZA  
(AUTOREVOLEZZA)
- DONARE SERVIZI O RISORSE GRATUITE (RECIPROCIÀ)
- ISPIRARE CON STORIE INTERNE ED ESTERNE
- AVERE RITMO REGOLARE (CONTINUITÀ)
- AVERE SENSO DELLA TIMELINE (VALORI E CAMBIAMENTO)
- INTRATTENERE E FARCI SOGNARE (LEGGEREZZA E

# MAPPA 2 - CONTENUTI

- ▣ **STABILIRE I  
TEMI**
- ▣ **DEFINIRE LA  
STRUTTURA**



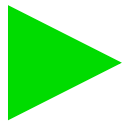


## MAPPA DEI CONTENUTI

# DOMANDE PRIMA DI SCRIVERE



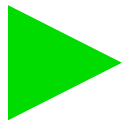




## MAPPA DEI CONTENUTI

# DOMANDE PRIMA DI SCRIVERE

- **PERCHÉ DEVE LEGGERE IL MIO TESTO?**
- **HA BISOGNO DI RICEVERE QUESTA COMUNICAZIONE?**
- **È UTILE PER LUI? RISOLVE UN SUO PROBLEMA?**
- **STO PER COMUNICARE QUALCOSA DI DIVERSO?**
- **RIESCE A CAPIRE IL MESSAGGIO-CHIAVE DALL'OGGETTO?**



## MAPPA DEI CONTENUTI: COSA SCRIVERE

# SCELTA DEI TEMI

- DI QUALI ARGOMENTI HA BISOGNO IL MIO LETTORE?
  - CHE COSA LO AIUTERÀ A IMMEDESIMARSI CON ME?
  - QUALE TEMA PUÒ ESSERE UNA SOLUZIONE PER LUI «ORA»?
  - COME POSSO UNIRE IL SUO BISOGNO ALLA MIA SOLUZIONE?
  - COME POSSO FARGLI IMMAGINARE DEI BENEFICI PER LUI?
- **COMPILA UNA LISTA DI FAQ «DUBBI / DOMANDE / ESIGENZE»**

## MAPPA DEI CONTENUTI: COSA SCRIVERE

# SCELTA DEI TEMI



# SCELTA DEI TEMI

## MAPPA 2 – CONTENUTI

- **DEFINIRE I TEMI (Lista FAQ)**
  - Esempio Dentista
  - Come fare pulizia quotidiana dei denti
  - Quali Cibi ++ Cibi --
  - Quali prodotti sanitari da tenere in casa
  - Cosa fare in caso di ascesso
  - Cosa / Come fare in caso di...

# SCELTA DEI TEMI

## MAPPA 2 – CONTENUTI

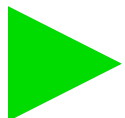
- **DEFINIRE I TEMI (Lista FAQ)**
  - Esempio Commercialista
  - Prossime scadenze fiscali
  - Quali benefici dai decreti per le PMI
  - Come si potrà ritornare in studio dal vivo
  - Cosa leggere in questi giorni su Sole24Ore
  - Ecc ecc



# SCELTA DEI TEMI

## MAPPA 2 – CONTENUTI

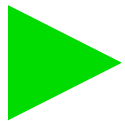
- **DEFINIRE I TEMI (Lista FAQ)**
  - Esempio Grossista prodotti alimentari
  - Come ci siamo adeguati per la vs sicurezza
  - A quali materie prime diamo priorità
  - Cosa consumano di più gli italiani
  - Nuovi prodotti che abbiamo ideato
  - Ecc ecc



## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# SCRIVI CON L'EFFICACIA DI UN GIORNALISTA





## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# SCRIVI COME UN GIORNALISTA

- NO FRASI TROPPO LUNGHE > BREVI, SEMPLICI, CHIARE (SOGGETTO, VERBO, PREDICATO)
- NO LINGUAGGIO TROPPO TECNICO O BUROCRATICO (SIGLE)
- SÌ A INIZIO CHE ATTIRI L'ATTENZIONE (TITOLO + 5W)
- SÌ A DATI E NUMERI, MA SPIEGATI
- SÌ A CITAZIONI E QUOTE VIRGOLETTATI (CITANDO FONTE)
- NO REFUSI E PUNTEGGIATURA CONFUSA



# DOMANDA AL PUBBLICO



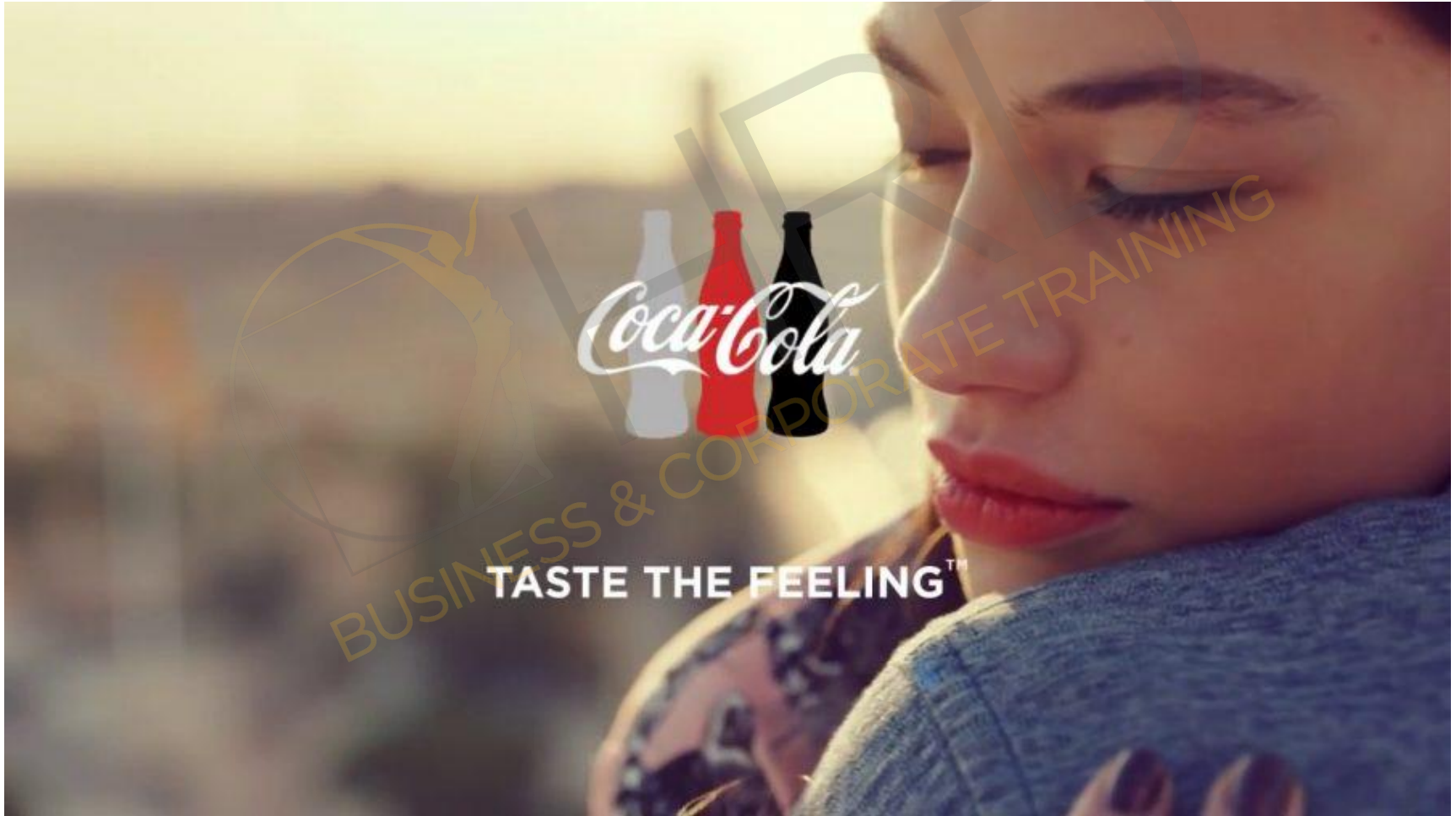
# **PER SCRIVERE IN MANIERA PERSUASIVA, IL TUO TESTO DEVE INIZIARE PARTENDO:**

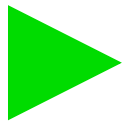
- 1. DAI BENEFICI CHE OTTERRÀ CHI LEGGE**
- 2. DALLA SOLUZIONE CHE TU PROPONI**
- 3. DAL PROBLEMA / ESIGENZA DEL LETTORE**



## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# SCRIVI IN BASE ALLE ESIGENZE

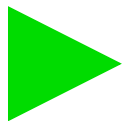




## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# SCRIVI IN BASE ALLE ESIGENZE

- VENDERE O PROMUOVERE? RIPENSACI
- NO CHI SONO, COSA FACCIO, COME LO FACCIO
- SCRIVI A UNA PERSONA, IMMAGINALO DAVANTI A TE
- P.I.S.B. > PROBLEMA, IMPLICAZIONE, SOLUZIONE, BENEFICI
- USA STORIE: HANNO IL POTERE DI FARSI ASCOLTARE
- SÌ A CALL TO ACTION FINALE (LASCIA UN LIKE, VAI AL SITO WEB O PAGINA FACEBOOK)



## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# SCRIVI IN BASE ALLE ESIGENZE

**PROBLEMA**  
**IMPLICAZIONE**  
**SOLUZIONE**  
**BENEFICI**



# SPOT MOMENT ACT



**PROBLEMA**

# SPOT MOMENT ACT



## IMPLICAZIONE



# SPOT MOMENT ACT



**SOLUZIONE**

# SPOT MOMENT ACT



## BENEFICIO 1

# SPOT MOMENT ACT



**BENEFICIO 2**

# SPOT MOMENT ACT



**RECALL SOLUZIONE**

# RICAPITOLANDO

## OCCORRONO 2 MAPPE:

- **DEFINIRE IL CONTESTO**
  - Target e Obiettivi (a chi, perché)
- **DEFINIRE I CONTENUTI**
  - Temi e Struttura (cosa e come)



# RICAPITOLANDO

## MAPPA 1 – CONTESTO

- **TARGET**

- A chi scrivo? Che esperienza ha?
- Che problemi / bisogni deve risolvere?
- A quali conseguenze negative va incontro?
- Che soluzioni sta cercando?
- Che benefici concreti posso fornirgli?

# RICAPITOLANDO

## MAPPA 1 – CONTESTO

- **OBIETTIVI (R.I.T.)**

- Scrivo per Rassicurare
- Scrivo per Informare
- Scrivo per Testimoniare

# OBIETTIVO

## COSA VOGLIO OTTENERE?

- **CONTATTARE**
- **CONVINCERE**
- **INFORMARE**
- **ACQUISIRE**
- **INTERESSARE**
- **FIDELIZZARE**

# RICAPITOLANDO

## MAPPA 2 – CONTENUTI

- **DEFINIRE I TEMI (Lista FAQ)**
  - Esempio Dentista
  - Come fare pulizia quotidiana dei denti
  - Quali Cibi ++ Cibi --
  - Quali prodotti sanitari da tenere in casa
  - Cosa fare in caso di ascesso
  - Cosa / Come fare in caso di...

# RICAPITOLANDO

## MAPPA 2 – CONTENUTI

- **DEFINIRE LA STRUTTURA**

- **GIORNALISTICA (informare)**
- **PERSUASIVA (far decidere)**
- **TUTORIAL (istruire per step)**
- **CRONOLOGICA (timeline)**
- **FAQ (anticipare obiezioni)**
- **INFOGRAFICA**



# STRUTTURA GIORNALISTICA

**TRASFERIRE  
INFORMAZIONI  
CON PRIORITÀ**

# STRUTTURA GIORNALISTICA

- **PRIMA LA NOTIZIA**
- **POI IL CONTESTO E I DETTAGLI**
- **DIRE SUBITO LA COSA PIÙ IMPORTANTE (PER CHI LEGGE!)**

# REGOLA DELLE 5W

**WHO (Chi)**

**WHAT (Cosa)**

**WHEN (Quando)**

**WHERE (Dove)**

**WHY (Perché)**

**HOW (Come)**

# REGOLA DELLE 5W

*Il messaggio più importante (NOTIZIA) deve essere contenuto nelle prime righe del testo:*

CHI / COSA

QUANDO / DOVE

COME / PERCHÉ

CON CHI / PER CHI

TIMELINE (PRIMA, DURANTE, DOPO)

# STRUTTURA PERSUASIVA

**AIUTARE IL LETTORE  
A LEGGERE TUTTO,  
A PENSARE,  
AD AGIRE.**



## I 4 PILASTRI DELLA STRUTTURA PERSUASIVA

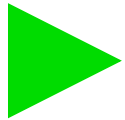
**PROBLEMA**  
**IMPLICAZIONE**  
**SOLUZIONE**  
**BENEFICI**



# **PRESENTAZIONE DI UN PROGETTO**

# **8 STEP DI PERSUASIONE**

- 1. TITOLO (oggetto, con beneficio)**
- 2. PERCHÉ SIAMO QUI (problema)**
- 3. STORIA (qualcuno che ha già vissuto quel problema)**
- 4. SOLUZIONE (caratteristiche, punti di forza, benefici)**
- 5. PROVE (numeri, risultati, grafici)**
- 6. TESTIMONIAL (con dichiarazioni)**
- 7. RICAPITOLO SOLUZIONE (+ investimento)**
- 8. PIANO D'AZIONE (cosa fare per «acquistare»)**



## DOPO AVER SCRITTO LA PRIMA BOZZA



- **RILEGGI A FREDDO**
- **FAI RILEGGERE AD ALTRI**
- **INVIA**

# DOMANDA AL PUBBLICO



# IN QUALE CASO È CORRETTO USARE WHATSAPP?

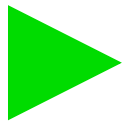
1. PREANNUNCIARE L'INVIO DI UN'EMAIL
2. PREANNUNCIARE UNA TELEFONATA
3. PREANNUNCIARE UN RITARDO



## MAPPA DEI CONTENUTI: COME SCRIVERE

# ESEMPI DI EMAIL E POST

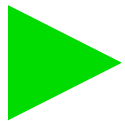




## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO STRUTTURA EMAIL

### OGGETTO

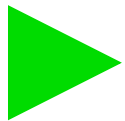
- CHIARO E DESCRITTIVO (NO CREATIVO)
- INFORMARE E NON VENDERE
- È EFFICACE PER IL DESTINATARIO?
- SCRIVILO ALLA FINE (COME IL TITOLO)
- SPIEGA E RIASSUME?
- TEST: PROVANE 3-4 DIVERSI
- RASSICURANTE, NO PANIC!



## MAPPA DEI CONTENUTI: EMAIL

# IPOTESI STRUTTURA EMAIL

- SALUTO EMPATICO
- CONSAPEVOLE DEL PROBLEMA
- PER EVITARE IMPLICAZIONI
- IDEA / SOLUZIONE (REGALARE, AIUTARE, SUGGERIRE, CONSIGLIARE > NON VENDERE)
- BENEFICI PER IL LETTORE
- CALL TO ACTION
- SALUTI EMPATICI



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

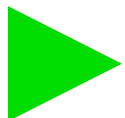
- POST PER SOCIAL MEDIA

- **TARGET**

- CLIENTI AGENZIA ASSICURAZIONE

- **OBIETTIVO**

- EMPATIA, IMMEDESIMAZIONE,  
RISPOSTA AI BISOGNI



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

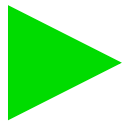
# NO

***Finalmente tra qualche settimana riapriremo i nostri uffici e potremo tornare alla normalità. State pronti perché abbiamo in programma una nuova polizza: è la nostra soluzione per uscire dall'emergenza!***

# SÌ

***Siete a casa ma rimpiangete il vostro ufficio? Noi tra qualche giorno rientreremo in sede e proveremo a vedere che effetto farà... Dalla quarantena, abbiamo avuto tempo di pensare alle vostre esigenze: il nuovo servizio che abbiamo ideato vi supporterà da vicino nel rientro alla normalità. Tra qualche giorno ve lo presenteremo e voi ci direte cosa ne pensate :-)***





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

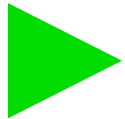
- NEWSLETTER

- **TARGET**

- CLIENTI AGENZIA ASSICURAZIONE

- **OBIETTIVO**

- OFFERTA SERVIZI GRATUITI,  
RECIPROCIÀ



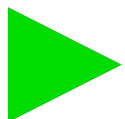
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

# NO

*XXX è al tuo fianco in questo difficile momento.*

*Tutte le persone che, come te, hanno una polizza Auto o Danni con scadenza nei mesi di Marzo, Aprile e Maggio 2020, possono attivare gratuitamente la polizza #AndràTuttoBenefree, un valido supporto in caso di contagio da Covid-19.*

*Per ottenere #AndràTuttoBenefree basta aver pagato regolarmente il premio della polizza in scadenza, registrarsi o accedere all'Area Riservata dal sito o dall'app XXX.*



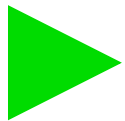
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

# SÌ

*XXX è al tuo fianco in questo difficile momento. E per questo abbiamo pensato di attivare gratuitamente per te la polizza #AndràTuttoBenefree, un valido supporto nell'eventualità di contagio da Covid-19.*

*Per tutti coloro che, come te, sono titolari di una polizza Auto o Danni (con scadenza nei mesi di marzo, aprile e maggio 2020) e hanno pagato regolarmente il premio della polizza in scadenza, ottenere #AndràTuttoBenefree è semplice.*

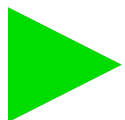
*Basta registrarsi o accedere all'Area Riservata dal sito o dall'app XXX.*



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**
  - WHATSAPP
- **TARGET**
  - COLLEGA DI TEAM
- **OBIETTIVO**
  - EMPATIA

HRD  
BUSINESS & CORPORATE TRAINING



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO WHATSAPP

# NO

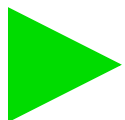
***Oi Paola, quanti allievi saranno collegati alla lezione?  
Ho bisogno di sapere che tipo di lavoro svolgono.***

# sì

***Ciao Paola, scusami se ti disturbo 😊  
Sto procedendo con le slide, volevo sapere se  
hai un profilo della classe (mestieri e settori)  
e quanti saranno circa alla mia lezione.  
Grazie mille!***

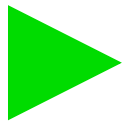
HRD  
BUSINESS & CORPORATE TRAINING





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

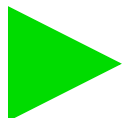
- EMAIL

- **TARGET**

- CLIENTI STUDIO COMMERCIALISTA

- **OBIETTIVO**

- TRASPARENZA, CHIAREZZA



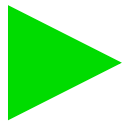
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# NO

*Gentile cliente, come saprai questo periodo di emergenza ci ha costretto a bloccare le nostre attività di studio e di assistenza consulenziale. La situazione ha purtroppo creato un'interruzione nel pagamento dei compensi e questo mette a rischio la possibilità per noi di pagare regolarmente gli stipendi ai nostri dipendenti, così come le fatture ai nostri fornitori.*

*Vi chiediamo per questo di regolarizzare la vostra situazione, possibilmente entro la prima settimana di maggio.*

*Cordiali saluti.*



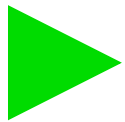
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# Sì

*Gentilissimo Cliente,*

*le scrivo per comunicare che lo studio in questo periodo ha dato continuità all'attività operativa, attivando il lavoro agile per tutti i collaboratori e che dal giorno 4 maggio 2020, salvo nuove ordinanze restrittive saremo operativi per la gestione di tutte le ordinarie attività, compatibilmente con i vincoli dettati dalle ordinanze sulla gestione dell'emergenza sanitaria.*

*Nel caso di accesso allo studio, andrà rispettato il distanziamento a un metro dall'addetta al ricevimento documenti, evitando il contatto fisico e provvisti di dispositivi di protezione (mascherina e guanti).*

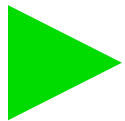


## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# Sì

*Tra le principali preoccupazioni legate a questo particolare periodo vi è certamente il rallentamento nei pagamenti dei compensi. Come Studio confermiamo la nostra ferma intenzione di onorare tutte le nostre obbligazioni verso i dipendenti, i fornitori di materiali e di servizi.*

*Per riuscire nel nostro intento abbiamo però bisogno del Vostro aiuto, perché solo attraverso il Vostro supporto possiamo continuare ad assolvere i nostri obblighi.*



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# Sì

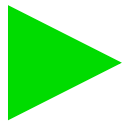
*Pur comprendendo il momento particolare, Vi chiediamo soltanto di supportarci garantendoci il pagamento dei nostri compensi.*

*Soltanto uniti possiamo vincere questa battaglia e assicurare al nostro territorio e alle nostre persone un futuro in termini di lavoro e occupazione.*

*Semplicemente, grazie per il Vostro aiuto.*

*Augurando a Tutti una serena Pasqua Vi saluto cordialmente.*





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

- **WHATSAPP**

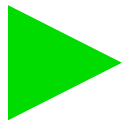
- **TARGET**

- **CLIENTI AGENZIA EVENTI**

- **OBIETTIVO**

- **INVITO A SUPERARE LE DIFFICOLTÀ**

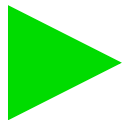
HRD  
BUSINESS & CORPORATE TRAINING



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO WHATSAPP

# NO

*Buongiorno Maurizio. Stiamo lavorando per progettare un evento di fine giugno – che si svolgerà in parte online e in parte dal vivo – dove i nostri clienti impareranno a convivere con le nuove regole di organizzazione di un evento. Ti interessa prenotare un posto per questo evento imperdibile?*



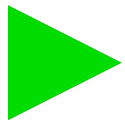
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO WHATSAPP

# Sì

*Buongiorno Maurizio. Perdona il disturbo: ti anticipo solo che in serata riceverai un'email che ho appena scritto proprio per fornirti il mio massimo impegno nell'aiutarti a risolvere questa situazione di stallo.*

*È importante che anche tu, in qualità di cliente speciale, possa capire come continuare a promuovere le tue attività, organizzando eventi nella massima sicurezza e in base alle nuove norme.*

*Quando hai letto l'email, fammi sapere che ne pensi: il tuo parere in questa fase è davvero importante! Buon pomeriggio, Alessandro*



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

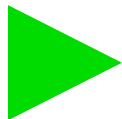
- EMAIL

- **TARGET**

- CLIENTI STUDIO DENTISTICO

- **OBIETTIVO**

- DONARE SERVIZI, RISPONDERE AI BISOGNI



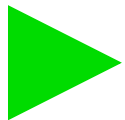
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# NO

*Gentile cliente, il 4 maggio potremo finalmente riaprire i nostri studi.  
Approfitta di questa favolosa offerta che abbiamo pensato di dedicarti: ogni  
mercoledì la nostra igienista svolgerà un servizio di detartrasi gratuito per tutti  
coloro che vorranno prenotarsi.*

*Sei pronto a tornare a sorridere?*

*Ti aspettiamo!*



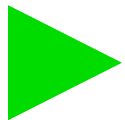
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# SÌ

*Buongiorno Maria Cristina, l'altro giorno pensavo che per distrarci da questa quarantena, ognuno di noi ha fatto dei piccoli strappi alla regola (magari mangiando qualche dolce in più...).*

*La buona notizia è che tra qualche settimana – quando compatibilmente con i vincoli dettati dalle ordinanze sulla gestione dell'emergenza sanitaria, potremo finalmente riaprire i nostri studi dentistici – dedicheremo un giorno a settimana per offrire gratuitamente ai nostri clienti una pulizia dentale professionale (la cosiddetta "Detartrasi").*



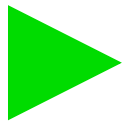


## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO EMAIL

# sì

*Sarà un modo per riavvicinarsi dolcemente, nonostante i dolci mangiati. E per tornare a sorridere senza problemi.*

*Chiamaci per prenotare la tua pulizia gratuita: la nostra igienista sarà a tua disposizione ogni mercoledì, a partire dal prossimo 4 maggio.*



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**
  - POST FACEBOOK
- **TARGET**
  - CLIENTI STUDIO OSTETRICO  
-GINECOLOGICO
- **OBIETTIVO**
  - TESTIMONIARE CON STORIE +  
NORMALITÀ E FUTURO

## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

NO

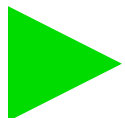
NO



7 LIKE



8 LIKE



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

# SÌ



Giornate emozionanti ❤️ 🌈 #lavitacontinua  
#noinonci fermiamo  
#turestaacasanoirestiamoincorsia



511 LIKE  
107 COMMENTI

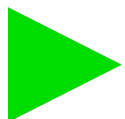
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

Sì



1.692 LIKE  
312 COMMENTI  
1.448 CONDIVISIONI



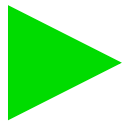


## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

sì







## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

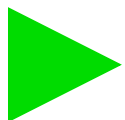
- POST LINKEDIN

- **TARGET**

- INTERESSATI A MARKETING E STORYTELLING

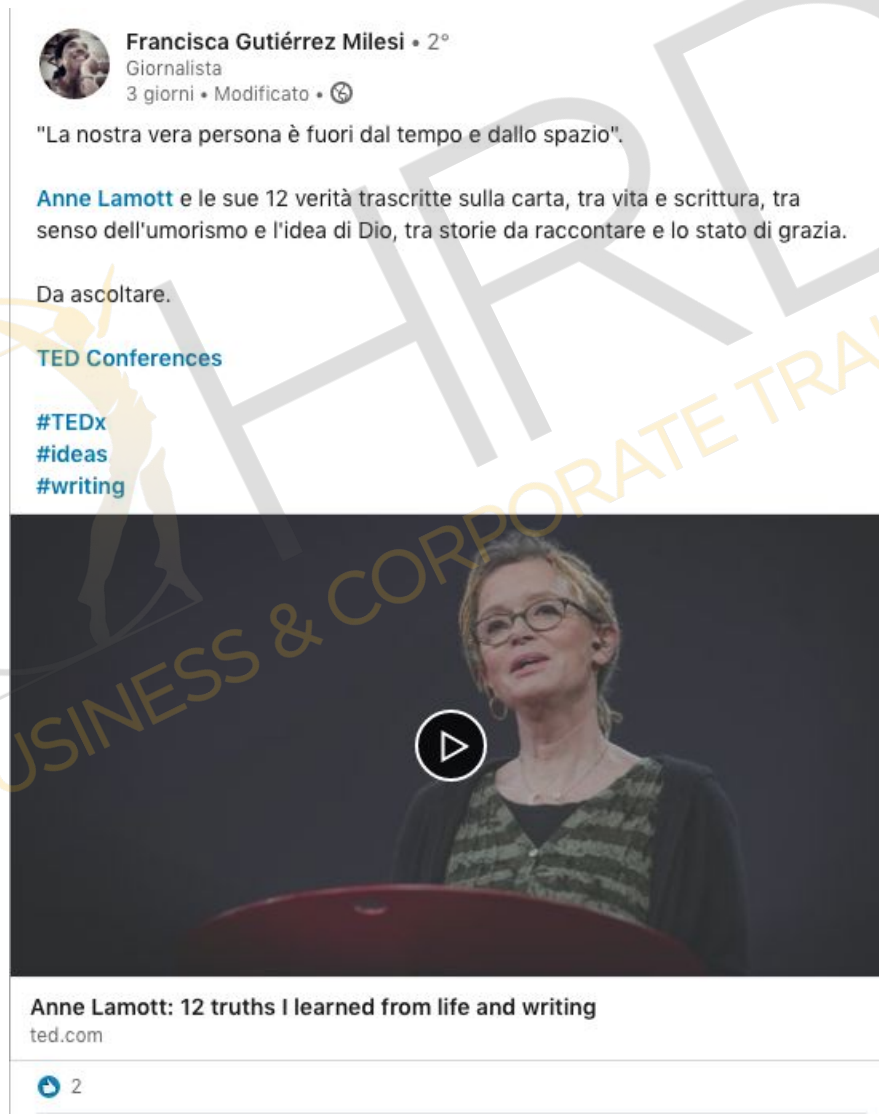
- **OBIETTIVO**

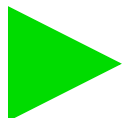
- INTRATTENERE + VOGLIA DI NORMALITÀ



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

# NO

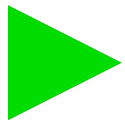




## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO POST SOCIAL

sì





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPI

- **CONTENUTO**

- NEWSLETTER

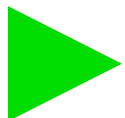
- **TARGET**

- CLIENTI GROSSISTA RISTORAZIONE

- CLIENTI «ITALO TRENO»

- **OBIETTIVO**

- DONARE SERVIZI, RISPONDERE AI BISOGNI



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

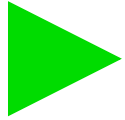
# NO

*Gentile cliente,*

***PINCOPALLINO S.r.l. da quarant'anni è la realtà punto di riferimento per le province di XXX e XXX nella distribuzione di materie prime e semilavorati per il mondo della pasticceria, panificazione, gelateria, bar e ristorazione.***

***Presso la sede di XXX sono ospitati i magazzini di stoccaggio (che vantano una superficie coperta di circa 3000 mq, di cui parte è attrezzata con celle isotermitiche a varie temperature) e uno showroom dedicato all'equipment.***

***Completa la struttura lo spazio XXX, che è utilizzato per tenere corsi professionali e dimostrazioni assistite dalla presenza di un Tecnico Food qualificato.***



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

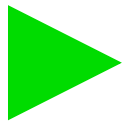
# NO

*Abbiamo pensato di offrire a lei e al suo staff una giornata di formazione gratuita, dedicata alle più aggiornate tecniche di gelateria. L'evento si terrà sotto forma di webinar in collegamento con la nostra struttura XXX, solitamente utilizzata per tenere corsi professionali e dimostrazioni assistite dalla presenza di un Tecnico Food qualificato.*

*Vi chiediamo gentile riscontro entro il 30 aprile prossimo.*

*Cordiali saluti*





## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

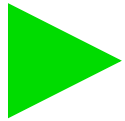
# Sì

Messaggio dal Direttore Commerciale di Italo.

*Gentile ALESSANDRO,*

*Ci troviamo in un momento epocale senza alcun precedente negli ultimi decenni. Stiamo vivendo delle settimane in cui sembra che il mondo si sia paralizzato.*

*Nessuno può restare indifferente di fronte a questa situazione che anche noi di Italo stiamo vivendo con il massimo dell'attenzione e della cura per i nostri Clienti, per le nostre persone e per tutti coloro che collaborano con noi.*



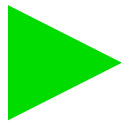
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

# SÌ

*Il Governo sta cercando di bloccare questa pandemia attraverso una serie di azioni e di raccomandazioni ed anche noi vogliamo contribuire facendo la nostra parte nell'interesse di tutta la collettività.*

*Abbiamo fortemente ridotto la nostra offerta di treni perché adesso è assolutamente fondamentale restare a casa, ma al contempo assicuriamo comunque la possibilità di viaggiare a chi abbia una urgente necessità di spostamento.*

*Inoltre, abbiamo tutelato tutti i nostri viaggiatori creando sistemi semplici di rimborso per i viaggi che non si sono potuti effettuare ed allungando i tempi di utilizzo del nostro Programma Fedeltà.*



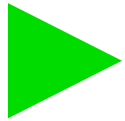
## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

# SÌ

*La fiducia dei nostri Clienti è l'obiettivo principale di tutte le persone di Italo che non si fermano mai e che in questi giorni sono impegnate per assicurare un futuro ancora più brillante appena l'emergenza volgerà al termine.*

*Italo è abituata fin dalla nascita a raccogliere sfide e a vincerle. Lo faremo anche in questa occasione.*

*Stiamo lavorando per un domani fatto di nuovi servizi e nuove idee per rendere i vostri viaggi ancora più piacevoli, più confortevoli e per raggiungere ancora più città oltre a quelle dove siamo già presenti.*



## MAPPA DEI CONTENUTI: ESEMPIO NEWSLETTER

**sì**

*Non abbiamo mai affrontato una sfida del genere ma, con il vostro aiuto, saremo pronti a ripartire ancora più forti di prima e sempre vicini a voi.*

*Grazie a tutti,*

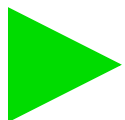
*Fabrizio Bona*

*Direttore Commerciale Italo Treno*

# RICAPITOLANDO

## OCCORRONO 2 MAPPE:

- **DEFINIRE IL CONTESTO**
  - Target e Obiettivi (a chi, perché)
- **DEFINIRE I CONTENUTI**
  - Temi e Struttura (cosa e come)



**AZIONI DA FARE SUBITO**

# 5 CALL TO ACTION FINALI



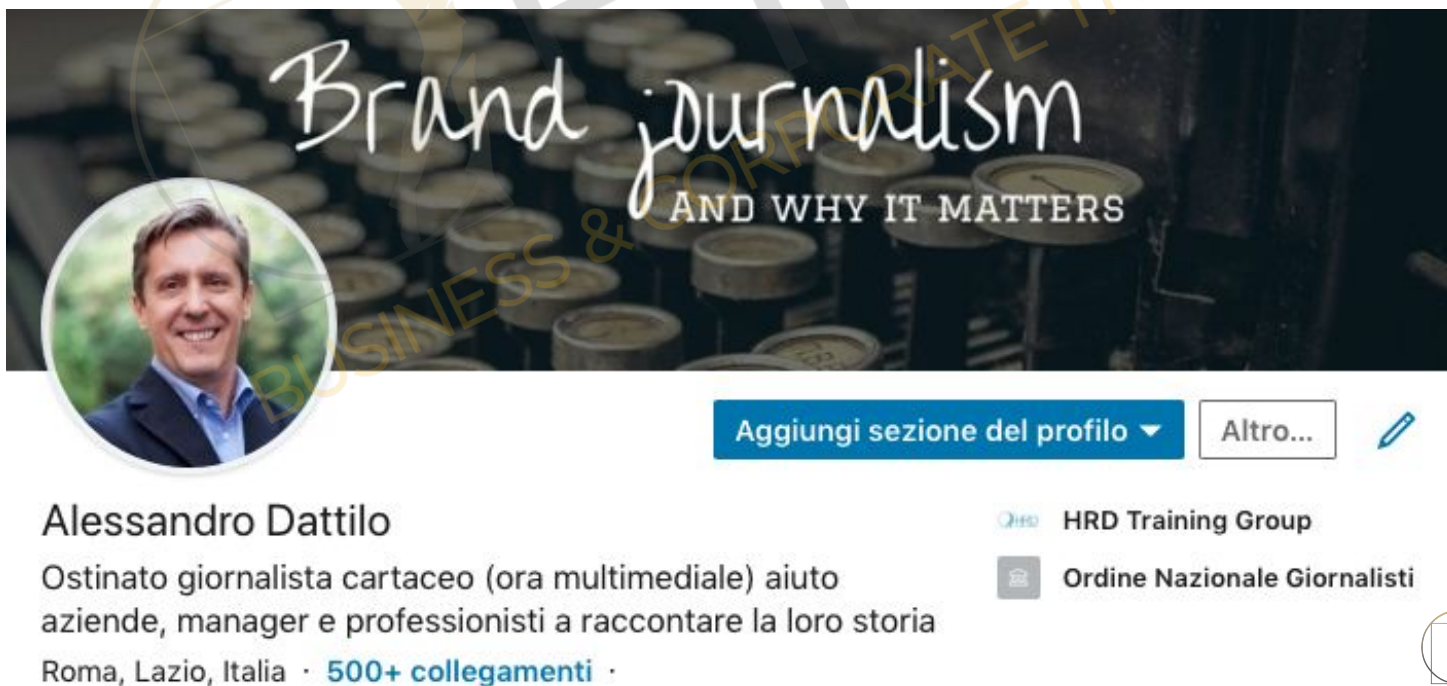
**ACTION**



# CTA / 1

## LINKEDIN

Sistema il profilo biografico di LinkedIn e allinealo con quello del tuo sito web e con i profili social.



The screenshot shows a LinkedIn profile for Alessandro Dattilo. The background image of the profile banner features a typewriter keyboard with the text "Brand journalism AND WHY IT MATTERS" overlaid in a white, handwritten-style font. The profile picture is a circular headshot of a smiling man with short brown hair, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. Below the profile picture, the name "Alessandro Dattilo" is displayed. Underneath the name is a bio: "Ostinato giornalista cartaceo (ora multimediale) aiuto aziende, manager e professionisti a raccontare la loro storia". At the bottom of the bio section, it says "Roma, Lazio, Italia · 500+ collegamenti". To the right of the profile picture, there are two buttons: "Aggiungi sezione del profilo" (with a dropdown arrow) and "Altro..." (with a pencil icon). Below these buttons, there are two organizational affiliations: "HRD Training Group" (with a small HRD logo) and "Ordine Nazionale Giornalisti" (with a small icon of a building).

Brand journalism  
AND WHY IT MATTERS

Alessandro Dattilo

Ostinato giornalista cartaceo (ora multimediale) aiuto aziende, manager e professionisti a raccontare la loro storia

Roma, Lazio, Italia · 500+ collegamenti

Aggiungi sezione del profilo ▾

Altro...

HRD Training Group

Ordine Nazionale Giornalisti

# CTA / 2 – EMAIL

Mandati 2 bozze di email. Ognuna va riletta il giorno dopo e fatta leggere ad altri. E poi inviata.



# CTA / 3 – NEWS

Aggiornati sull'attualità del tuo settore come un giornalista (leggi giornali online, LinkedIn, Twitter).





# CTA / 4 – WHATSAPP

Manda un messaggio su WhatsApp a 20 clienti e 10 collaboratori (o colleghi), senza vendere nulla, né inoltrando le solite foto/video spiritose.

- ❑ Empatizza **SINCERAMENTE**
- ❑ Focalizzati su un loro bisogno concreto
- ❑ «REGALA» qualcosa di utile
- ❑ Congedati con il **CUORE**

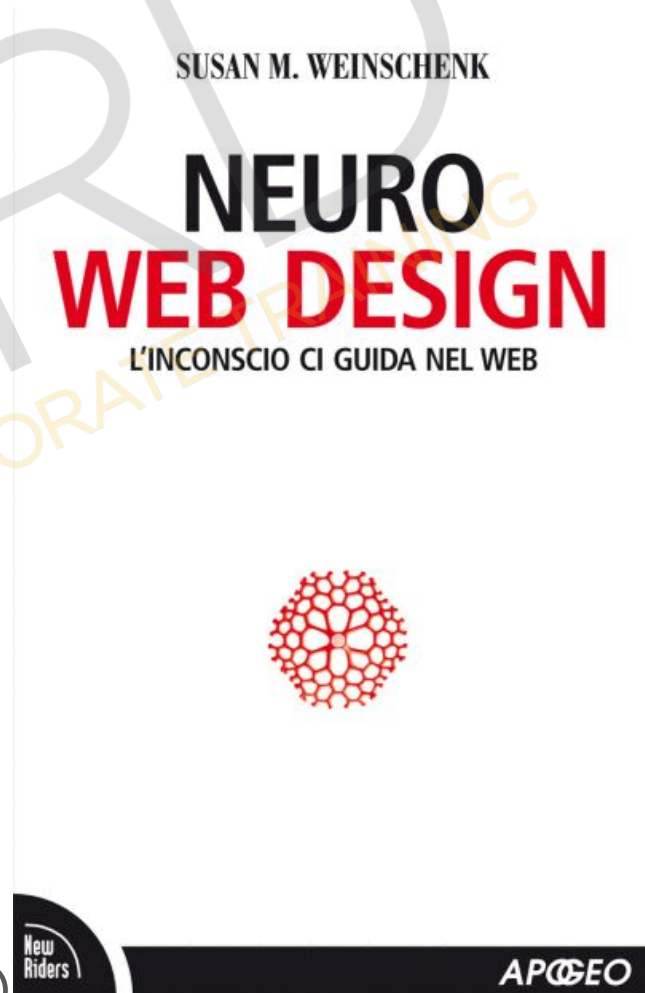
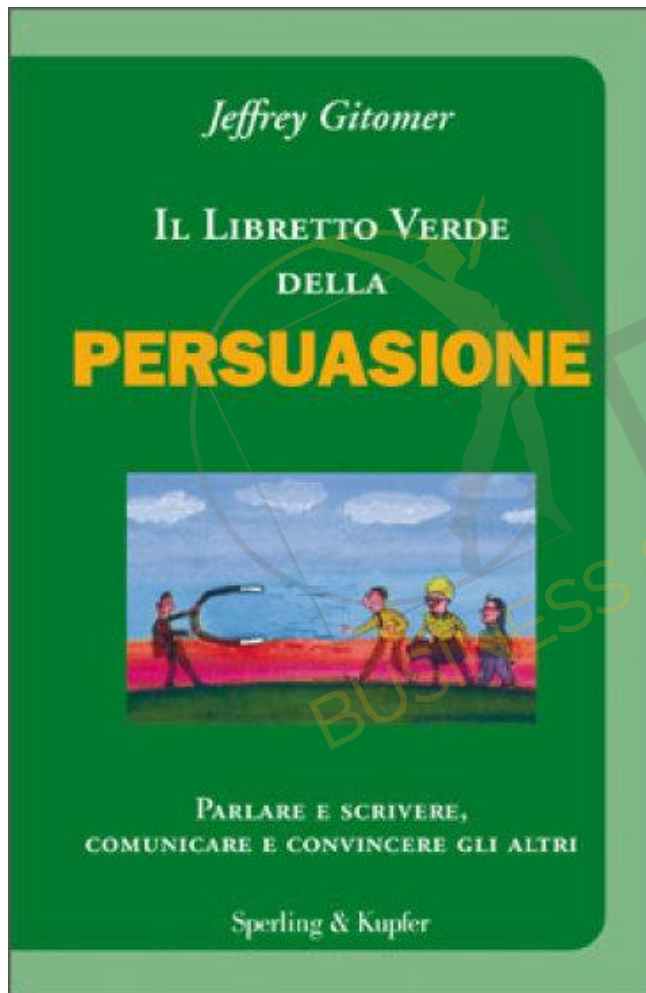


# CTA / 5 – STORY



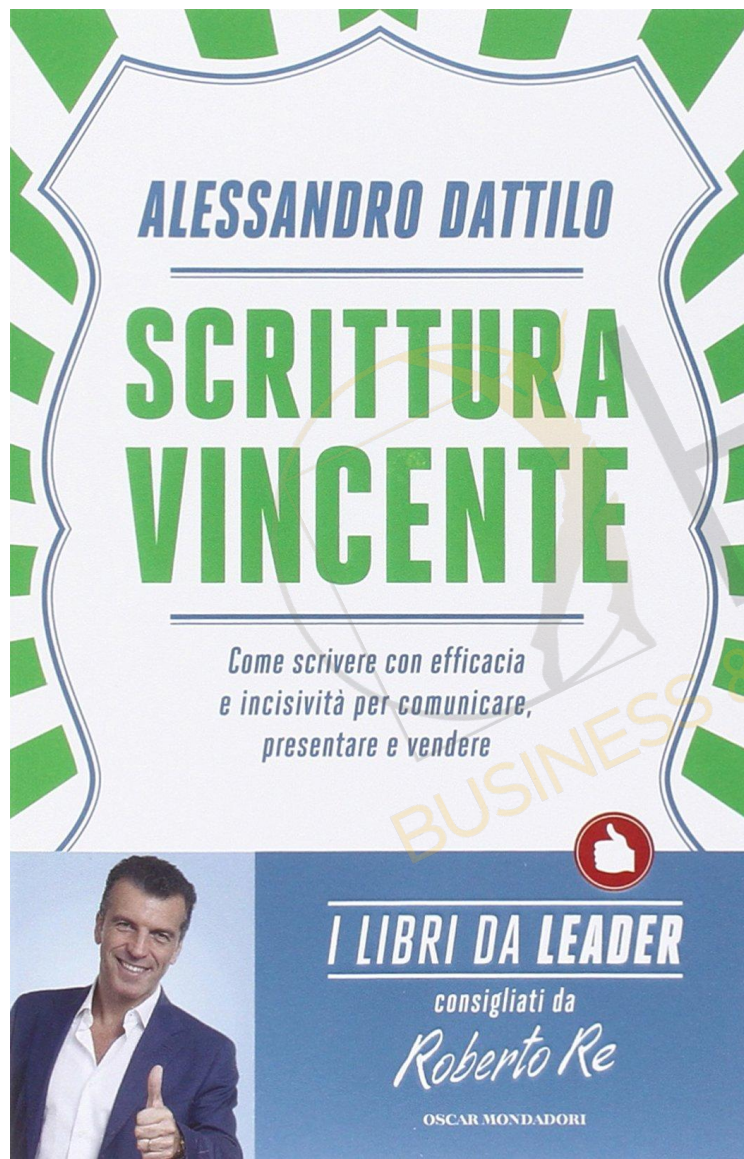
Scrivi un racconto di una pagina e raccontati come L'EROE DI UNA STORIA che deve salvare i suoi clienti dalla crisi.

# CONSIGLI DI LETTURA





# CONSIGLI DI LETTURA



## COACH DI TE STESSO

CORSO COMPLETO DI SELF-COACHING A CURA DI **ROBERTO RE**

IL PRIMO CORSO PER MIGLIORARE  
LA TUA VITA PERSONALE E PROFESSIONALE



19

COMUNICAZIONE E RELAZIONI

## SOCIAL LEADER

COME USARE MEGLIO I SOCIAL NETWORK

SCRITTO IN COLLABORAZIONE CON  
**ALESSANDRO DATTILO**

*Tema*  
promotional

# CHIEDITI QUESTO

*«Questo testo che ho appena scritto spronerebbe qualcuno ad AGIRE?»*

*Se la risposta è NO, devi riscriverlo. Finché la risposta sarà SÌ»*

– Jeffrey Gitomer





**Thank  
you**

# Come gestire il team nella tempesta

#5° Masterclass  
29 Aprile 2020



**Daniela Bonetti**  
Direttrice nazionale  
Roberto Re Leadership School



**Roberto Re**  
Peak Performance coach

**Host:** Matteo Maserati

