

# **Progettare, Organizzare e Comunicare nell'U.R.P. e nell'Ufficio Stampa**

CORSO PER RESPONSABILI ED ADDETTI  
UFFICI RELAZIONI CON IL PUBBLICO E UFFICI STAMPA  
(L. n. 150/2000 e D.P.R. n. 422/2001)

## **Premessa**

L'orientamento alla qualità del servizio e alla gestione della relazione con il cliente sono, ormai da alcuni anni, temi strategici per le organizzazioni, siano esse pubbliche o private. Le aziende, le istituzioni centrali e locali rivisitano le proprie strutture, i propri processi di business e di servizio, le proprie logiche di funzionamento ponendo il cliente al centro e, nella Pubblica Amministrazione il termine "**utente**" (*colui che usa il servizio*), sempre più spesso è sostituito da quello di "**cliente**" (*colui che chiede*). Tutto questo richiede ai dipendenti, responsabili e addetti, di aggiornare le proprie competenze, integrando quelle tecnico-specialistiche e giuridico-amministrative con le cosiddette competenze trasversali ovvero: comunicazione, lavoro di gruppo, integrazione, presa in carico del cliente fino alla soddisfazione dei suoi bisogni: si tratta di un vero e proprio cambio di mentalità che sposta l'attenzione dalla mansione al ruolo, dal puro adempimento alla soluzione di problemi, nel rispetto della norma. Questo è lo spirito nel quale inquadrare la L. n. 150/2000 e il D.P.R. n. 422/2001 e al quale si ispira la nostra proposta rivolta ai Responsabili e agli addetti U.R.P.

## **La proposta**

Destinatari della proposta sono:

<b>Responsabili URP</b> da meno di due anni: da più di due anni	<b>120 ore</b> <b>90 ore</b>
<b>Addetti URP</b> da meno di due anni: da più di due anni:	<b>90 ore</b> <b>60 ore</b>

L'intervento sarà articolato in moduli formativi, una parte dei quali - di carattere generale - rivolta a tutti i soggetti sopra indicati e una parte differenziata a seconda dei ruoli e delle esperienze lavorative di cui i soggetti coinvolti sono portatori.

## Obiettivi generali

- Fornire elementi sul contesto normativo e sui cambiamenti in atto nella P.A;
- Sensibilizzare al tema della qualità del servizio e dell'orientamento al cliente interno ed esterno;
- Focalizzare l'attenzione sulla comunicazione interna per il miglioramento del servizio e per aumentare la capacità di risposta;
- Comprendere il collegamento tra aspettative del cliente/cittadino, valutazione dei risultati ed individuazione di punti di miglioramento dei processi;
- Sperimentare un approccio per la definizione di azioni di miglioramento;
- Sviluppare capacità di gestire la relazione con il cittadino dall'accoglienza alla soddisfazione delle sue richieste e in ottica di tutela della privacy;
- Fornire elementi per migliorare la comunicazione con il pubblico e promuovere l'immagine dell'Ente;
- Aiutare la definizione e la stesura di un Piano di Comunicazione per l'Ente;
- Conoscere l'evoluzione degli strumenti per la comunicazione con il cittadino e la loro integrazione.

Questi obiettivi generali saranno declinati in specifici obiettivi didattici differenziati a seconda del ruolo dei destinatari.

## Contenuti

- Il contesto normativo
- le competenze e l'attività dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico
- ruoli e responsabilità dell'U.R.P.
- teorie, tecniche e metodologie della comunicazione
- il marketing dei servizi
- la comunicazione esterna
- il piano di comunicazione
- assertività e ascolto nella relazione con il cittadino
- comunicazione e multicanalità
- analisi della "customer satisfaction"
- la definizione di azioni di miglioramento
- la gestione dei collaboratori

## Modalità di lavoro

Gli incontri formativi sono stati progettati per valorizzare le esperienze professionali dei partecipanti, valorizzare i lavori di gruppo, e promuovere lezioni di tipo interattivo con momenti di confronto tra i partecipanti e i docenti. Questo si potrà realizzare con l'alternanza e l'integrazione tra esperienza formativa ed esperienza lavorativa, tra "apprendimento" e "azione". A tal fine la docenza e la trasmissione di contenuti teorici si intreccia con esercitazioni, momenti di confronto, attività di gruppo, studio di casi, finalizzate a promuovere un reale processo di apprendimento.

## Verifica dell'apprendimento

Oltre alle verifiche interfase (mirate a rilevare la ricaduta e l'efficacia didattico-formativa di ciascun modulo), al termine del percorso verrà realizzata una verifica dell'apprendimento, attraverso un test e il confronto/valutazione di lavori di gruppo.

## CORSO DI 60 ORE

<b>MODULO 1</b>		<b>LO SCENARIO NORMATIVO</b>		Durata ore: <b>16</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
6 ore	Introduzione ed avvio corso Il contesto normativo	Dispensa: LO SCENARIO NORMATIVO	G.VOLPE L. NAVA	<b>11 GENNAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
6 ore	Dall'organizzazione per adempimenti all'organizzazione per processi		A. MACCARANA	<b>18 GENNAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
4 ore	Le competenze e l'attività dell'URP e Ufficio Stampa Ruoli e responsabilità dell'URP e Ufficio Stampa		G. CAMISASCA	<b>30 GENNAIO 2007</b>	9.00 – 13.00

<b>MODULO 2</b>		<b>ELEMENTI DI COMUNICAZIONE</b>		Durata ore: <b>24</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
6 ore	La comunicazione per il cliente interno ed esterno	Dispensa: ELEMENTI DI COMUNICAZIONE	G.VOLPE L. NAVA	<b>6 FEBBRAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
6 ore	Il ciclo di servizio cliente-fornitore come processo comunicativo (work-flow)		A. MACCARANA	<b>13 FEBBRAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
6 ore	Elementi di base della comunicazione La persona assertiva L'ascolto attivo		L. NAVA	<b>20 FEBBRAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
6 ore	La comunicazione interna: elementi distintivi, modalità di sviluppo e funzionamento		G. CAMISASCA L. NAVA	<b>27 FEBBRAIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00

<b>MODULO 3</b>		<b>LA COMUNICAZIONE ESTERNA</b>		Durata ore: <b>20</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
4 ore	La comunicazione scritta	Dispensa: LA COMUNICAZIONE ESTERNA	M. CARLETTI	<b>6 MARZO 2007</b>	9.00 – 13.00
4 ore	Gli strumenti per la comunicazione con il cliente		A. MACCARANA	<b>13 MARZO 2007</b>	9.00 – 13.00
6 ore	Le competenze e l'attività dell'URP e Ufficio Stampa Ruoli e responsabilità dell'URP e Ufficio Stampa		G. CAMISASCA	<b>22 MARZO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
6 ore	Le competenze e l'attività dell'URP e Ufficio Stampa Ruoli e responsabilità dell'URP e Ufficio Stampa		G. CAMISASCA	<b>29 MARZO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00

**CORSO DI 90 ORE (compresi i moduli 1,2,3)**

<b>MODULO 4</b>		<b>IL RAPPORTO CON IL CLIENTE</b>		Durata ore: <b>16</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
4 ore	La gestione della relazione con il cliente	Dispensa: IL RAPPORTO CON IL CLIENTE	L. NAVA	<b>5 APRILE 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
4 ore	La relazione di consulenza		A. MACCARANA	<b>12 APRILE 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
4 ore	L'approccio problem solving nei confronti del cliente		M. CARLETTI	<b>17 APRILE 2007</b>	9.00 – 13.00
4 ore	L'influenza della privacy (D.lgs 196/03) nel rapporto con il cliente		G.P. MADERI	<b>24 APRILE 2007</b>	9.00 – 13.00

<b>MODULO 5</b>		<b>IL CONTATTO CON IL PUBBLICO</b>		Durata ore: <b>14</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
6 ore	Il ruolo dell'operatore a contatto con il pubblico	Dispensa: IL CONTATTO CON IL PUBBLICO	A. MACCARANA	<b>8 MAGGIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
4 ore	La valutazione del proprio "contenuto" professionale (il bilancio delle competenze necessarie e possedute)		L. NAVA	<b>15 MAGGIO 2007</b>	9.00 – 13.00
4 ore	Le relazioni tra i ruoli all'interno di URP e Ufficio Stampa		G.VOLPE	<b>22 MAGGIO 2007</b>	9.00 – 13.00

**CORSO DI 120 ORE (compresi i moduli 1,2,3,4,5)**

<b>MODULO 6</b>		<b>IL MARKETING DEI SERVIZI</b>		Durata ore: <b>10</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
4 ore	Principali elementi di marketing dei servizi Le leve di marketing strategico ed operativo	Dispensa: IL MARKETING DEI SERVIZI	B.CAMISASCA	<b>31 MAGGIO 2007</b>	9.00 – 13.00
6 ore	Costruire un piano di marketing territoriale		G. PADULA	<b>7 GIUGNO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00

<b>MODULO 7</b>		<b>QUALITA' DEL SERVIZIO E CITIZEN SATISFACTION</b>		Durata ore: <b>10</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
4 ore	I requisiti e le richieste del cliente Gli elementi che contribuiscono a definire la qualità del servizio	Dispensa: QUALITA' DEL SERVIZIO E CITIZEN SATISFACTION	A. MACCARANA	<b>14 GIUGNO 2007</b>	9.00 – 13.00
6 ore	Qualità attesa/progettata/erogata/paragonata Sistemi e strumenti per il monitoraggio della qualità del servizio Il miglioramento continuo		G.VOLPE	<b>26 GIUGNO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00

<b>MODULO 8</b>		<b>LA GESTIONE DEI COLLABORATORI</b>		Durata ore: <b>10</b>	
<b>Durata</b>	<b>ARGOMENTO PRINCIPALE</b>		<b>FORMATORI</b>	<b>DATA/ORARIO</b>	
6 ore	Dall'assegnazione degli obiettivi alla valutazione delle prestazioni La motivazione del personale Il piano di sviluppo	Dispensa: LA GESTIONE DEI COLLABORATORI	A. MACCARANA	<b>3 LUGLIO 2007</b>	9.00 – 13.00 14.00 – 16.00
4 ore	Il clima nel gruppo Chiusura corso		L. NAVA G.VOLPE	<b>10 LUGLIO 2007</b>	9.00 – 13.00

## **I DOCENTI**

### **GIOVANNI VOLPE**

E' Amministratore Unico di COMITES srl, formatore e consulente nelle aree: qualità e certificazione, sviluppo organizzativo, comunicazione interna. Collabora con PMI, cooperative, consorzi, Enti di formazione per la realizzazione di progetti di intervento finalizzati all'introduzione di sistemi di gestione ed al sostegno allo sviluppo organizzativo. Ha realizzato docenze ed interventi formativi all'interno di corsi di specializzazione, corsi professionali e master presso enti e scuole di formazione.

### **MAURO CARLETTI**

Si occupa di formazione e consulenza nelle aree: Gestione Risorse Umane, Comunicazione Interna, Relazioni e Rapporti sindacali, Sviluppo Organizzativo e Manageriale, Qualità Totale e Certificazione. Dopo dieci anni di esperienza in IBM, si è dedicato alla formazione in CISL dove è stato per alcuni anni responsabile della formazione Quadri e dell'Ufficio Studi. E' stato responsabile dell'area formazione e consulenza del C.S.G. (Centro Sviluppo Gestioni) e del CERIT e responsabile dell'area Formazione Manageriale di IRECOOP Lombardia. Ha ricoperto il ruolo di Responsabile delle Risorse Umane in una società di servizi alle imprese.

### **LORETTA NAVA**

Laureata in Scienza della Formazione, si è occupata di gestione e sviluppo di risorse umane in una società di servizi alla persona. Inoltre ha progettato e realizzato in collaborazione con IRECOOP Lombardia percorsi formativi. All'interno di questi percorsi ha sviluppato docenze nelle aree: comunicazione, relazione, gestione del gruppo.

### **ANNUNCIATA MACCARANA**

Laureata in filosofia con specializzazione in psicosociologia dell'organizzazione e del lavoro, Master advanced in PNL (programmazione neurolinguistica). Da 18 anni nel mondo della consulenza e della formazione, si occupa di sviluppo delle persone e di formazione sulle competenze trasversali sia nel privato (aziende profit e non profit, cooperative sociali) che nel pubblico (p.a. centrale, istituti scolastici, enti locali, asl). Counselor certificato Alco, svolge anche attività di counseling al ruolo e di coaching.

### **GIOVANNI PADULA**

E' stato amministratore delegato di Polix, il portale indipendente della politica italiana. Prima di questa esperienza è stato corrispondente dagli Stati Uniti per "il Sole 24 Ore" e per "Il Mondo", responsabile del sito "la Stampa Web" e direttore di CityO, società indipendente di ricerca e consulenza sulle economie urbane e regionali e sui progetti di investimento su scala locale.

### **GIUSEPPE CAMISASCA**

Si occupa di comunicazione presso il Comune di Monza, Settore Comunicazione, Marketing e Turismo, responsabile dell'ufficio Sviluppo sistemi di comunicazione. All'interno di questo ruolo si occupa di comunicazione istituzionale e di ufficio stampa. In precedenza ha collaborato con una società di consulenza leader nel settore della comunicazione pubblica e politica.