

PROPOSTA DE GAULLE

È un percorso di gestione e direzione del *press office* di campagna elettorale.

L'obiettivo è quello di mettere a disposizione del candidato e/o del soggetto politico un ufficio stampa organizzato e capace di rispondere alle molteplici sollecitazioni dei media durante la campagna elettorale e/o durante la fase di governo.

Selezionando, filtrando e veicolando il flusso delle informazioni dalla "*war room*" agli organi di informazione.

La proposta prevede:

1. Organizzazione conferenze stampa

- a. Definizione degli obiettivi
- b. Selezione del pubblico
- c. Panel di relatori
- d. Cartelle stampa
- e. Cartelle stampa virtuali: Internet

2. Gestione delle interviste

- a. Preparazione (public speaking)
- b. Tecniche di svolgimento
- c. Interviste telefoniche

3. Crisis management

- a. Il "crisis team"
- b. Cosa fare e cosa non fare
- c. Il piano di intervento
- d. Comunicare la crisi all'interno
- e. Comunicare la crisi all'esterno
- f. Valutazione del danno strategico e di immagine

4. Media relations

- a. Rassegne stampa quotidiane
- b. Elaborazione e redazione dossier tematici
- c. Comunicati stampa
- d. Monografie e brochure
- e. Verifica fonti e notizie
- f. Ricerca informazioni e documenti
- g. Pubbliche relazioni con giornalisti, addetti stampa, portavoce

5. Internet e Social network

- a. Impostazione blog elettorale
- b. Creazione e potenziamento profilo Facebook e Twitter
- c. Creazione e gestione canale Youtube
- d. Newsletter

Il risultato di questo percorso è:

1. Ottenere visibilità sui media (Tv/Giornali/Radio/Internet)
2. Promuovere i punti di forza del candidato
3. Migliorare l'immagine percepita del candidato
4. Rendere inefficaci gli attacchi degli avversari