

ALLEGATO 1  
PIANO BIENNALE DELLA  
COMUNICAZIONE  
2021/2022



## PREMESSA

Il Piano di Comunicazione di DiSCo definisce i principi, gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di attuare per il biennio 2021/2022 con riferimento agli indirizzi programmatici dell'Amministrazione.

Lo scopo del Piano è la valorizzazione e la promozione delle attività e della mission di DiSCo. per promuovere tra i destinatari delle azioni - siano essi cittadini o Istituzioni - un'immagine integrata, omogenea e facilmente riconoscibile dell'Ente.

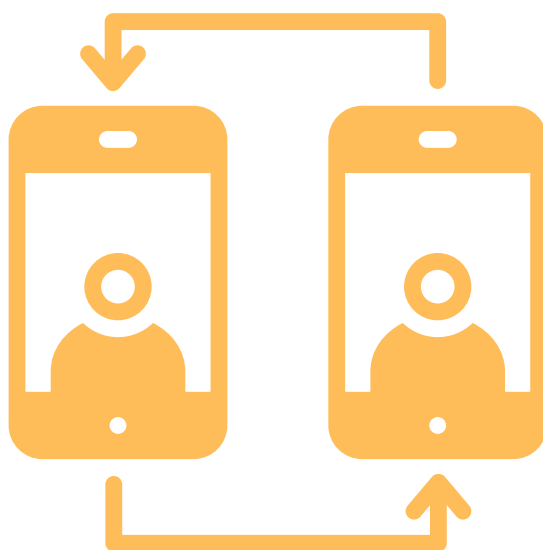
Il Piano, inoltre, è uno strumento di programmazione delle azioni di comunicazione volte al raggiungimento di specifici obiettivi fissati dalla Direzione generale o dal Consiglio di Amministrazione.

La comunicazione è parte della decisione amministrativa e come tale deve essere inserita all'inizio di ogni processo decisionale è quindi possibile dire che la buona comunicazione sostiene la buona amministrazione, e viceversa.

La comunicazione deve quindi diventare elemento costitutivo della cultura dell'organizzazione e deve essere diffusa nell'organizzazione in funzione del carico relazionale che ciascuna attività comporta poiché in un'organizzazione di servizio, il personale erogatore entra in contatto diretto con il fruitore e si trasforma in un medium, un mezzo di comunicazione.

La comunicazione, infatti, è una funzione che attraversa l'azione delle organizzazioni e richiede consapevolezza, responsabilità, competenza, riconoscibilità e legittimazione, integrazione e coordinamento.

Quanto sopra detto rafforza l'assunto che non può esserci comunicazione esterna efficace se non c'è un'altrettanto efficace comunicazione interna.

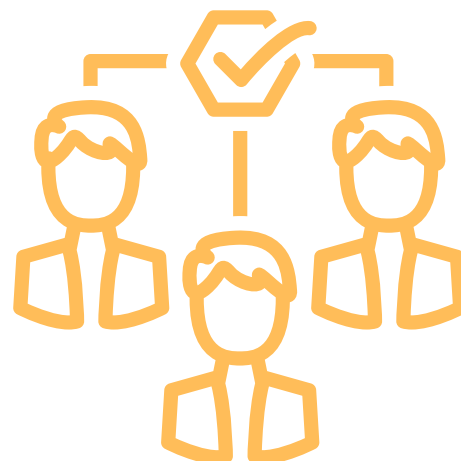


## SCENARIO

La Regione Lazio con la "Legge regionale 27 Luglio 2018 n. 6 "Disposizioni per il riconoscimento e il sostegno del diritto allo studio e la promozione della conoscenza nella Regione" ha dato vita al nuovo Ente regionale per il diritto allo studio e la promozione della conoscenza (DiSCo) che svolgerà, ampliandole, le funzioni sino ad allora ora affidate a Laziodisu.

Gli interventi dell'Ente regionale per il diritto allo studio e la promozione alla conoscenza - DiSCo sono indirizzati principalmente a:

- assicurare la più piena attuazione del decreto legislativo n.68 del 2012 ed erogare agli studenti universitari tutte le agevolazioni ed i sussidi in esso contenuti, anche attraverso l'incremento delle risorse dedicate al diritto allo studio e alla conoscenza nella Regione Lazio, mettere in campo strumenti ordinari e straordinari per la promozione del diritto allo studio e della conoscenza nella Regione Lazio, rivolti a studenti e cittadini in formazione,
- realizzare interventi di forme dirette e indirette di sostegno al reddito del cittadino in formazione,
- promuovere sperimentazioni di nuove forme di welfare studentesco, come i
- contributi straordinari all'abitare e i sussidi a studenti genitori e lavoratori, promuovere la piena integrazione degli studenti diversamente abili, e combattere in generale ogni forma di discriminazione attuando pratiche di inclusione e promozione dei soggetti, italiani o stranieri, anche sottoposti a misure restrittive della libertà personale,
- promuovere, anche tramite la Consulta, la partecipazione studentesca alla definizione, all'attuazione e alla verifica delle politiche dell'Ente,
- sostenere attività culturali e aggregative e potenziare le strutture ricettive per gli studenti fuori sede, orientare gli studenti universitari e i cittadini in formazione a nuove forme di apprendimento per tutto l'arco della vita, all'interno di un sistema integrato e sinergico tra le scuole, le università, gli istituti di alta cultura, i centri di ricerca e innovazione operanti nella Regione,
- promuovere modelli innovativi di orientamento alla formazione professionale, con particolare attenzione alle figure maggiormente richieste dal mercato del lavoro, erogare contributi per la mobilità internazionale, in stretta collaborazione con scuole, università, istituti di alta cultura e di ricerca, ecc.
- favorire l'incontro fra domanda e offerta lavorativa.



## **PUBBLICO DI RIFERIMENTO**

Ogni anno circa 40.000 studenti partecipano ai Bandi pubblicati da DiSCo per l'assegnazione di benefici e/o servizi.

A questi deve aggiungersi un numero quasi altrettanto cospicuo di studenti/cittadini che partecipano ai corsi di formazione gratuita e di orientamento al lavoro di Porta Futuro, o alle iniziative realizzate presso gli Hub culturali Moby Dick e Officina Pasolini.

Pur trattandosi di pubblici differenziati, è possibile definire l'utente tipo come uno studente di età compresa tra i 18 e i 35 anni.

Gli studenti internazionali, molti dei quali non parlano italiano, costituiscono il 30% del totale.

Oltre agli studenti, i destinatari della comunicazione di DiSCo possono essere raccolti nelle seguenti macro-categorie:

- opinione pubblica e cittadini;
- istituzioni e organizzazioni (atenei, associazioni studentesche, ecc.);

Un discorso a parte va fatto per quanto riguarda il personale interno, parte dell'organizzazione e sua forza vitale.

Molta attenzione va dedicata a percorsi che potenzino le soft skills per garantire capacità e professionalità nei rapporti con gli utenti in modo da costruire un'immagine interna ed esterna che dia riconoscibilità e credibilità, sulla base di modalità di lavoro integrate e incentrate sul coordinamento di persone e strutture.



## ESIGENZE DI COMUNICAZIONE

Il presente Piano è stato preceduto da una "Analisi dei fabbisogni di comunicazione", approvata dalla Direzione generale e dal CdA i quali hanno poi definito le "Linee guida" sulla base delle quali vengono proposte una serie di azioni il cui obiettivo comune, indipendentemente dal target al quale sono rivolte, è il superamento della visione del cittadino come semplice utente o, in termini di piano di comunicazione, target o bersaglio.

Il piano di comunicazione può essere uno strumento attraverso il quale l'organizzazione acquisisce una maggiore consapevolezza della propria identità e adotta comportamenti coerenti con gli obiettivi perseguiti.

Il modello della comunicazione organizzativa evidenzia come i processi di comunicazione pubblica riescano ad incidere negli enti solo se diventano patrimonio delle strutture e delle persone che ne fanno parte, se entrano nel loro bagaglio culturale e fanno riferimento a mappe cognitive condivise, se sono pensate e organizzate in modo coerente e organico e secondo strategie definite, e, quindi, se sono in grado di incidere sulla cultura organizzativa.

Di seguito una schematizzazione delle esigenze di comunicazione dei diversi target di riferimento con le rispettive esigenze di comunicazione:

### STUDENTI E LORO FAMIGLIE

- Venire a conoscenza delle opportunità offerte da DiSCo e dalla regione Lazio. Essere guidati e sostenuti durante la presentazione delle domande di partecipazione ai bandi di DiSCo
- sentirsi accolti e ascoltati al momento della interazione con il front office Non sentirsi discriminati a causa della provenienza da paesi diversi dall'Italia.

### ISTITUZIONI E ORGANIZZAZIONI

- Venire a conoscenza delle opportunità offerte da DiSCo e dalla regione Lazio per poterle condividere con i loro pubblici di riferimento.

### PERSONALE INTERNO

- Essere informato sugli obiettivi strategici dell'Ente
- conoscere prassi e procedure adottate dall'Ente
- acquisire tecniche di gestione dei conflitti e di relazione con la cittadinanza Acquisire maggiori competenze linguistiche per una più agevole interazione con gli studenti internazionali



## OBIETTIVI

Obiettivo comune di tutti gli interventi di seguito proposti è quello di rendere evidente a tutti i pubblici di riferimento l'organicità dei servizi erogati esplicitando il sistema integrato tra università, formazione e accesso al mondo del lavoro e la innovativa concezione di welfare studentesco promossa dall'Ente.

Affinché la comunicazione organizzativa si realizzi sono necessarie alcune condizioni che, citando Emanuele Invernizzi possono così essere sintetizzate:

- riferire le iniziative di comunicazione ai valori guida dell'ente che siano specifici, fondati eticamente ed esplicitati in modo che tutti possano conoscerli;
- realizzare coerenza e sinergie tra le attività di comunicazione rivolte all'interno e all'esterno dell'ente e tra queste e gli atti gestionali;
- supportare i processi di innovazione organizzativa e gestionale con adeguati piani di comunicazione che siano condivisi da tutti;
- diffondere le competenze di comunicazione, a partire da quella interpersonale, tra tutti i componenti, dai vertici agli operatori;
- realizzare il presidio strategico della comunicazione da parte del vertice e quello operativo da parte di strutture tra loro integrate.

Una comunicazione efficace contribuisce alla costruzione di sistemi di relazione che costituiscono il substrato necessario alla realizzazione degli obiettivi dell'organizzazione.

La qualità, infatti, esiste solo se è percepita come tale dai destinatari dei servizi/interventi.

E' quindi ormai indispensabile superare la logica che vuole il cittadino in una posizione subordinata e totalmente asimmetrica rispetto alla amministrazione intraprendendo una serie di azioni formative rivolte al personale interno per favorire l'acquisizione delle competenze necessarie all'instaurarsi di una corretta relazione con il pubblico di riferimento, indispensabile per ridurre la conflittualità e predisporre alla soddisfazione dei bisogni dell'utente.

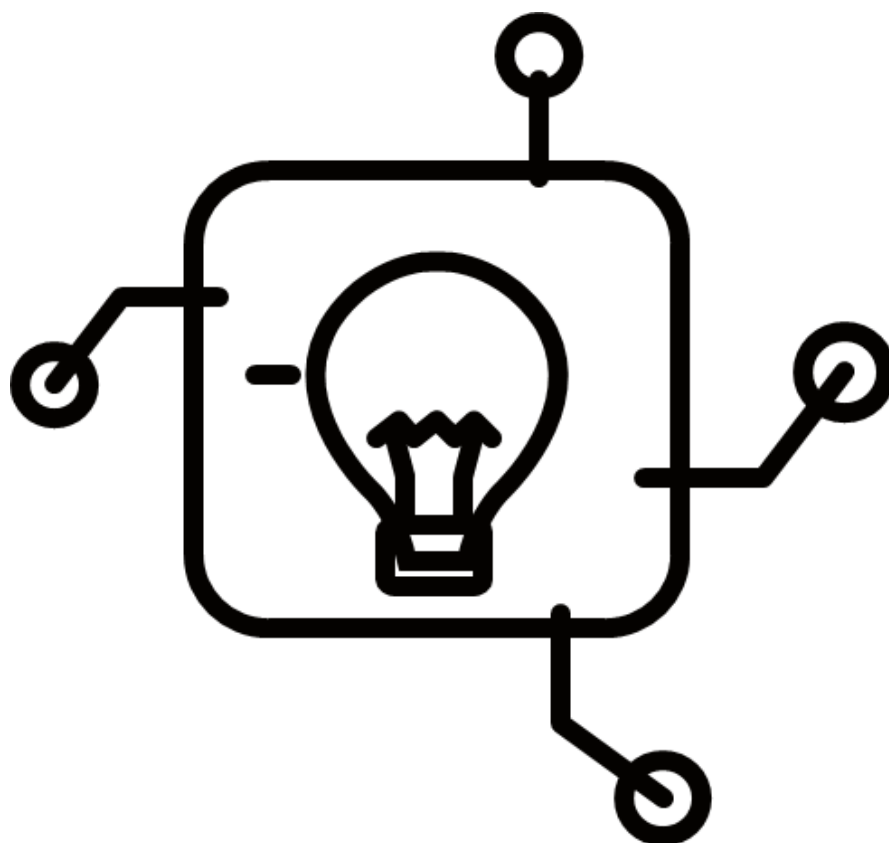
L'adozione di strumenti di customer care e di rilevazione della citizen satisfaction è una chiave per il miglioramento della qualità dei servizi pubblici: solo rafforzando la relazione e l'ascolto dei cittadini è possibile riprogettare le politiche pubbliche ed erogare servizi che rispondano ai bisogni reali degli utenti.

Attraverso la customer care, si rende infatti concreto il ruolo centrale del cittadino, non più solo destinatario di servizi, ma anche risorsa strategica da coinvolgere per valutarne la effettiva rispondenza ai bisogni reali.

Tali attività potrebbero essere affidate all'URP che già in passato ha realizzato strumenti mirati a favorire la partecipazione degli studenti, quali guide alla compilazione dei moduli di partecipazione ai bandi, faq, e sito internet ed altro ancora.

Nel corso degli anni, l'URP ha inoltre sviluppato competenze e professionalità nella gestione dei conflitti e delle emergenze ed è già considerato dagli studenti un punto di "ascolto".

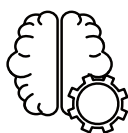
# Schede azione





## OBIETTIVO STRATEGICO

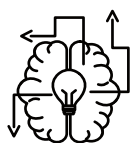
- Migliorare la trasparenza e l'usabilità del sito per facilitare l'accesso alle informazioni relative all'Ente;
- rendere maggiormente inclusivo l'accesso ai servizi/benefici per gli studenti;
- migliorare immagine dell'Ente;
- ridurre il numero di richieste generiche presentate dagli studenti via ticket, mail e telefono.



## AZIONI

L'azione consiste nella reingegnerizzazione, grafica e dal punto di vista dell'architettura dell'informazione, del sito istituzionale, con una implementazione dei servizi fruibili on line. Si procederà all'adeguamento alla normativa vigente sui siti della Pubblica Amministrazione, in particolare in merito ai requisiti di usabilità e accessibilità.

Tenuto conto del crescente numero di studenti internazionali, si ritiene inoltre prioritario, dal punto di vista dell'inclusività, procedere alla realizzazione di una versione inglese del sito.



## FASI DI LAVORO

### Fase 1 - Periodo di progettazione febbraio - aprile 2021

- Definizione delle linee guida, benchmarking con siti di altri enti per il diritto allo studio in Italia e nel mondo, studio della normativa di riferimento;
- proposta e approvazione dell'architettura definitiva del sito;
- impostazione dei criteri di ricerca da parte degli utenti e relativa programmazione;
- impostazione dei criteri di archiviazione del materiale documentale, con particolare riguardo per quello della sezione "bandi" e "amministrazione trasparente";
- realizzazione di una prima proposta grafica;
- approvazione della bozza definitiva;

### Fase 2 - Periodo di realizzazione aprile - maggio 2021

- Migrazione dei contenuti.
- Messa in produzione del sito.



SEMPLIFICARE E  
UNIFORMARE I  
MESSAGGI:  
INCLUSIONE  
E  
TRASPARENZA



UTENTI DEI SERVIZI  
STAKEHOLDER ISTITUZIONALI



## RISULTATI ATTESI

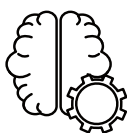
- Piena conformità del sito alla normativa vigente in materia di accessibilità e usabilità;
- riduzione del 10 % delle richieste generiche da parte degli studenti durante la fase di partecipazione al Bando per il diritto allo studio 2021/2022.





## OBIETTIVO STRATEGICO

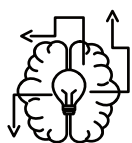
- Migliorare la trasparenza e l'usabilità del sito per facilitare l'accesso alle informazioni relative all'Ente;
- rendere maggiormente inclusivo l'accesso ai servizi/benefici per gli studenti;
- migliorare immagine dell'Ente;
- ridurre il numero di richieste generiche presentate dagli studenti via ticket, mail e telefono.



## AZIONI

L'azione consiste nella reingegnerizzazione, grafica e dal punto di vista dell'architettura dell'informazione, del sito istituzionale, con una implementazione dei servizi fruibili on line. Si procederà all'adeguamento alla normativa vigente sui siti della Pubblica Amministrazione, in particolare in merito ai requisiti di usabilità e accessibilità.

Tenuto conto del crescente numero di studenti internazionali, si ritiene inoltre prioritario, dal punto di vista dell'inclusività, procedere alla realizzazione di una versione inglese del sito.



## FASI DI LAVORO

### Fase 1 - Periodo di progettazione febbraio - aprile 2021

- Definizione delle linee guida, benchmarking con siti di altri enti per il diritto allo studio in Italia e nel mondo, studio della normativa di riferimento;
- proposta e approvazione dell'architettura definitiva del sito;
- impostazione dei criteri di ricerca da parte degli utenti e relativa programmazione;
- impostazione dei criteri di archiviazione del materiale documentale, con particolare riguardo per quello della sezione "bandi" e "amministrazione trasparente";
- realizzazione di una prima proposta grafica;
- approvazione della bozza definitiva;

### Fase 2 - Periodo di realizzazione aprile - maggio 2021

- Migrazione dei contenuti.
- Messa in produzione del sito.



SEMPLIFICARE E  
UNIFORMARE I  
MESSAGGI:  
INCLUSIONE  
E  
TRASPARENZA



UTENTI DEI SERVIZI  
STAKEHOLDER ISTITUZIONALI



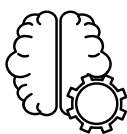
## RISULTATI ATTESI

- Piena conformità del sito alla normativa vigente in materia di accessibilità e usabilità;
- riduzione del 10 % delle richieste generiche da parte degli studenti durante la fase di partecipazione al Bando per il diritto allo studio 2021/2022.



## OBBIETTIVO STRATEGICO

- Migliorare la trasparenza e l'accessibilità alle informazioni;
- aumentare la consapevolezza dello studente in merito alla propria posizione e agli eventuali adempimenti richiesti;
- rendere residuale la necessità di contatto con gli uffici (ticket, mail, telefonate).



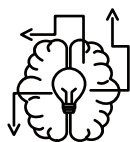
## AZIONI

L'azione consiste nel trasformare l'area riservata degli studenti in un "cruscotto" attraverso il quale lo studente visualizza: scadenze da rispettare, numero bonus ancora da utilizzare, l'esito delle istanze presentate, cosa fare per rimuovere eventuali blocchi amministrativi, ecc..

Contestualmente si procederà alla revisione dei testi esplicativi dei blocchi apposti alle domande e nella loro riclassificazione, per renderli più puntuali e comprensibili.

Infine, per ogni blocco saranno fornite precise indicazioni sugli adempimenti a carico dello studente per risolvere la situazione.

Tradurre in inglese tutte le informazioni presenti all'interno dell'area riservata.



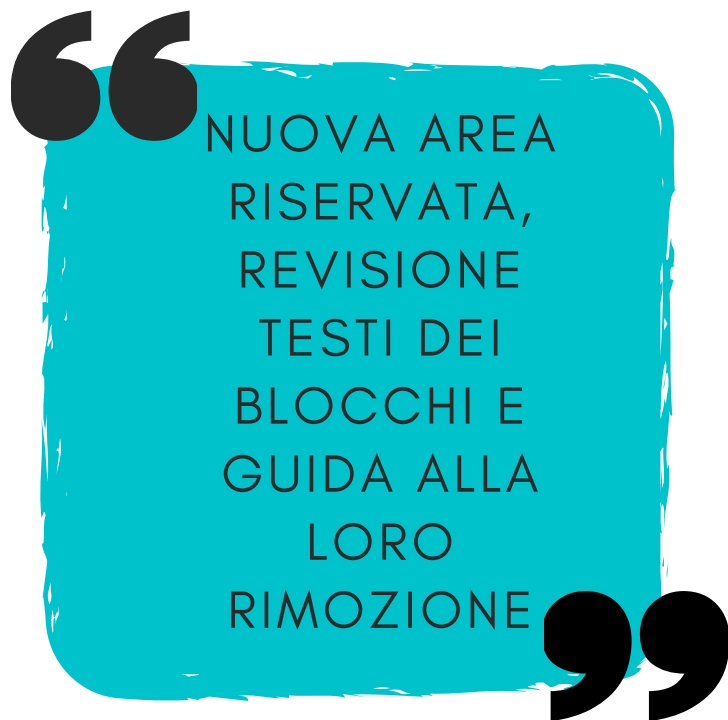
## FASI DI LAVORO

Fase 1 - Periodo di progettazione marzo - maggio 2021

- Progettazione, programmazione e messa on line della nuova area riservata;
- revisione dei testi dei blocchi;
- individuazione delle procedure da eseguire per la loro rimozione;
- traduzione in inglese di tutti i testi.

Fase 2 - Periodo di realizzazione aprile - maggio 2021

- Realizzazione di una guida all'uso dell'area riservata;
- campagna di comunicazione agli utenti delle novità attraverso il sito istituzionale e il canale Instagram.



STUDENTI CHE PARTECIPANO AI BANDI DISCO

## RISULTATI ATTESI



- Riduzione del contenzioso con gli studenti per questioni relative ad una presunta tardiva comunicazione degli adempimenti richiesti;
- miglioramento, attraverso una maggiore trasparenza, della consapevolezza degli utenti sul proprio status e sulle eventuali azioni da compiere per regolarizzare la propria posizione;
- riduzione del 10% dei contatti con l'Ente (telefonate, mail e ticket) per conoscere la propria posizione, o chiedere cosa fare in caso di blocco, ecc.

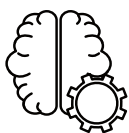


## OBIETTIVO STRATEGICO

- Aumento della trasparenza e inclusività;
- semplificazione della partecipazione degli studenti attraverso l'adozione di un modulo di domanda semplificato;
- riduzione degli errori formali e delle istanze degli studenti a causa della scarsa comprensione del testo e del modulo di domanda on line;
- abbattimento della necessità degli studenti di entrare in contatto con l'ente (ticket, telefonate, mail) per chiedere chiarimenti in merito al testo del bando o alla compilazione del modulo di domanda.



SEMPLIFICAZIONE  
DEL LINGUAGGIO E  
DELLE PROCEDURE  
DEI BANDI,  
REVISIONE DEL  
MODULO DI  
DOMANDA



## AZIONI

L'azione consiste nella produzione di un documento contenente le linee guida per la redazione dei bandi rivolti agli studenti nel rispetto delle disposizioni del Dipartimento della funzione pubblica in merito alla semplificazione del linguaggio. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla semplificazione delle procedure e alla realizzazione di un glossario, tradotto anche in inglese, attraverso il quale vengano spiegati alcuni dei termini "burocratici", non evitabili, utilizzati nei Bandi pubblicati dall'Ente. Anche il modulo di domanda sarà semplificato nel linguaggio per evitare interpretazioni non corrette e tradotto in inglese.

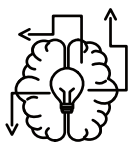


UTENTI DEI SERVIZI  
STAKEHOLDER ISTITUZIONALI



## RISULTATI ATTESI

- Maggiore inclusività grazie al miglioramento della comprensibilità dei bandi e semplificazione delle procedure di partecipazione;
- riduzione di almeno il 10% del contenzioso e riduzione dei tempi di risposta da parte degli uffici;
- riduzione del 10 % della necessità di contatto con l'ente (ticket, telefonate, mail).



## FASI DI LAVORO

Fase 1 - Periodo di realizzazione marzo - maggio 2021

- Riscrittura del bando per il diritto allo studio 2021/2022 secondo e stesura delle linee guida

Fase 2 - Periodo di realizzazione settembre 2021

- Riscrittura del bando per l'assegnazione dei buoni libro

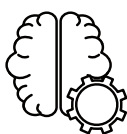
Fase 3 - Periodo di realizzazione settembre 2021

- Riscrittura del bando per l'assegnazione dei contributi alloggio



## OBIETTIVO STRATEGICO

- Facilitare l'accesso ai servizi/benefici da parte degli studenti.
- ridurre il numero degli esclusi
- diminuire le richieste generiche in merito alle modalità di accesso ai servizi.



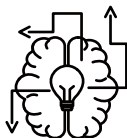
## AZIONI

L'azione consiste nella realizzazione di materiale di supporto alla corretta compilazione del modulo di domanda. Oltre alla tradizionale "Guida alla compilazione del modulo di domanda", saranno realizzati altri materiali, più snelli, di supporto puntuale alla compilazione del modulo.

Oltre ad essere collegati con il modulo di domanda, tali materiali saranno utilizzati per creare delle piccole "lezioni" che saranno poi diffuse attraverso i canali di comunicazione dell'Ente.

Le FAQ saranno riscritte con la possibilità di richiamare alcuni termini al glossario e si procederà ad una più stringente classificazione. E' prevista una versione in inglese.

Questo intervento, inizialmente programmato per il solo Bando diritto allo studio 2021/2022, se valutato positivamente, potrà essere replicato per tutti i Bandi pubblicati da DiSCo.



## FASI DI LAVORO

**Fase 1 - Periodo di realizzazione aprile - maggio 2021**

- Progettazione e realizzazione dei materiali;
- revisione dei testi delle FAQ, re-ingegnerizzazione, e collegamento al glossario;
- traduzione in inglese di FAQ e glossario;
- messa on line dei materiali

**Fase 2 - Periodo di realizzazione settembre 2021**

- Monitoraggio dei risultati



CAMPAGNA BANDO  
DIRITTO ALLO  
STUDIO 2021/2022  
(REPLICABILE PER  
TUTTI I BANDI),  
REVISIONE E  
IMPLEMENTAZIONE  
DELLE FAQ



UTENTI DEI SERVIZI  
STAKEHOLDER ISTITUZIONALI



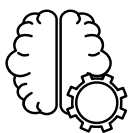
## RISULTATI ATTESI

- Maggiore facilità di accesso alle informazioni, aumento dell'inclusione per gli studenti internazionali.
- L'obiettivo si considera raggiunto se, a seguito della pubblicazione del glossario e delle FAQ diminuisce del 50% il numero di ticket che chiedono spiegazioni sul significato dei termini utilizzati nel Bando e si riducono del 20% gli errori formali commessi dagli studenti al momento della compilazione del bando.



## OBIETTIVO STRATEGICO

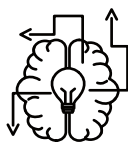
- Rendere espliciti diritti e doveri degli assegnatari del posto alloggio e sensibilizzare gli studenti in merito alla necessità del rispetto delle regole.
- Facilitare l'approccio con i servizi offerti dalla Regione Lazio per gli studenti fuori sede e i giovani in generale, in particolare per quanto attiene al diritto allo studio, alla salute, al lavoro e alla conoscenza.
- Informare su progetti futuri DiSCo in merito agli alloggi.



## AZIONI

L'azione è mirata a dare la massima diffusione al regolamento delle residenze, anche attraverso la realizzazione di materiale ad hoc da affiggere presso le residenze.

Realizzazione di una brochure digitale sulle attuali e future residenze da diffondere attraverso il sito istituzionale.



## FASI DI LAVORO

Fase 1 - Periodo di realizzazione maggio - giugno 2021

- Impaginazione grafica del regolamento delle residenze;
- progettazione e realizzazione di materiale da affiggere presso le residenze.

Fase 2 - Periodo di realizzazione settembre 2021

- Raccolta del materiale e definizione del layout della brochure e realizzazione della stessa in formato digitale;
- realizzazione di 50 foto di interni/esterni delle residenze attuali e di quelle in costruzione.



DIFFUSIONE DEL  
REGOLAMENTO  
DELLE RESIDENZE  
E REALIZZAZIONE  
DI UNA BROCHURE  
DIGITALE SULLE  
RESIDENZE



## UTENTI DEI SERVIZI



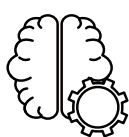
## RISULTATI ATTESI

- Diminuzione dei contenziosi con gli studenti in merito al rilascio dell'alloggio;
- diminuzione del contenzioso con il vicinato;
- maggiore evidenza dell'impegno della Regione Lazio per la costruzione di nuove soluzioni abitative per gli studenti fuori sede.



## OBIETTIVO STRATEGICO

- Uniformare le risposte degli operatori in materia di procedure e interpretazione dei Bandi;
- migliorare il servizio e l'inclusione degli studenti internazionali;
- qualificare e motivare il personale in contatto con gli studenti, sensibilizzandolo al concetto di "servizio";
- migliorare brand reputation dell'ente.

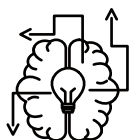


## AZIONI

L'azione consiste nella formazione sui bandi per aumentare la competenza professionale degli operatori addetti al front office, riducendo così i margini di interpretazione individuale.

Creazione di un data base di conoscenza condivisa, visibile solo dagli operatori dell'Ente, all'interno del sistema di ticketing e/o della Intranet, e di una "bacheca" attraverso la quale l'Area IV aggiorna gli operatori sulle procedure e sin merito ad eventuali interpretazioni di alcuni passaggi dei bandi.

Predisposizione di un piano formativo, che coinvolgerà almeno due unità di personale per ogni presidio, per le residenze per la gestione professionale del front office e l'acquisizione/implementazione delle competenze linguistiche necessarie per lo svolgimento delle attività d'ufficio e la comunicazione con gli studenti internazionali.



## FASI DI LAVORO

**Fase 1 - Periodo di realizzazione maggio - giugno 2021**

- Introduzione del database di conoscenza condivisa e della "Bacheca" e formazione in merito al Bando diritto allo studio (formatori interni).

**Fase 2 - Periodo di realizzazione giugno 2021 - dicembre 2022**

- Implementazione del piano di formazione attivato dagli uffici competenti,
- relativamente alla lingua inglese e alle competenze trasversali
- specifiche per l'attività del front office.



POTENZIAMENTO  
DELLE  
COMPETENZE  
LINGUISTICHE E DI  
GESTIONE  
DELL'UTENZA  
FORMAZIONE DEL  
PERSONALE SULLE  
PROCEDURE



## PERSONALE INTERNO



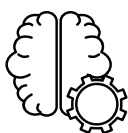
## RISULTATI ATTESI

- Formazione permanente e qualificazione di tutto il personale;
- diminuzione degli errori generati da informazioni parziali, difformi o errate da parte degli operatori;
- conseguimento da parte di almeno il 70% del personale delle competenze oggetto dell'azione



## OBIETTIVO STRATEGICO

- Miglioramento della qualità dei servizi;
- miglioramento dell'immagine dell'ente;
- miglioramento soddisfazione degli utenti.



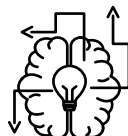
## AZIONI

L'azione consiste nella individuazione di un sistema di monitoraggio costante dei servizi e nella rilevazione periodica delle criticità attraverso una analisi dei ticket, delle mail e delle telefonate ricevute dal numero unico e dall'URP.

Implementazione di nuove funzionalità per la rilevazione della soddisfazione degli utenti in merito a:

1. qualità dei servizi
2. facilità di accesso ai servizi
3. qualità e capacità di soluzione dei problemi da parte del front office

Individuazione degli indici di qualità da utilizzarsi il prossimo anno per la misurazione degli standard di qualità della carta dei servizi.



## FASI DI LAVORO

Fase 1 - Periodo di realizzazione maggio - dicembre 2021

- Creazione di un sistema di monitoraggio per la rilevazione del grado di soddisfazione dell'utenza

Fase 2 - Periodo di realizzazione giugno 2021 - dicembre 2022

- Individuazione e diffusione degli indici di qualità da utilizzare il prossimo anno per la misurazione degli standard di qualità della carta dei servizi.



LA CUSTOMER CARE COME STRUMENTO DI RILEVAZIONE DELLA QUALITÀ E MIGLIORAMENTO DEI SERVIZI



## PERSONALE INTERNO



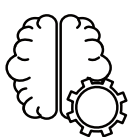
## RISULTATI ATTESI

- Adozione di un sistema di Monitoraggio
- Adeguamento costante della qualità dei servizi.



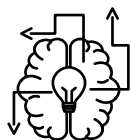
## OBIETTIVO STRATEGICO

Con l'introduzione dello smart working l'esigenza di uno strumento di rapida e massiva comunicazione tra i vertici dell'Ente e il personale è diventato cogente. La rete intranet assume quindi un ruolo fondamentale per la condivisione tempestiva delle informazioni e per la coesione del personale.



## AZIONI

L'azione consiste in una revisione profonda sia per quanto riguarda la modalità di accesso (full web) che per quanto riguarda l'architettura delle informazioni e l'implementazione di nuove aree, così da rendere più facile per il personale in smart working l'aggiornamento sulle attività dell'ente ed eventuali attività di auto-formazione.



## FASI DI LAVORO

**Fase 1 - Periodo di realizzazione marzo - aprile 2021**

- Accesso via web, revisione grafica e riorganizzazione delle informazioni e rilascio della nuova versione di "ColLegami".

**Fase 2 - Periodo di realizzazione maggio 2021 - dicembre 2022**

- Pubblicizzazione della nuova intranet tra tutto il personale, diffusione di un manuale sull'uso della intranet, e servizio di assistenza da parte di URP



MIGLIORAMENTO  
DELLA  
COMUNICAZIONE  
INTERNA E  
RESTYLING DELLA  
RETE INTRANET



## PERSONALE INTERNO



## RISULTATI ATTESI

- Uso diffuso della intranet come strumento di lavoro. Il risultato si considera conseguito se almeno il 50% dei dipendenti accede alla rete