

Format per il documento di PROGRAMMAZIONE

Anno 2025
Servizi:
Social Network
A cura di
Daniela Brogi Delegata del Rettore ai Social Network
Strutture principali: Ufficio comunicazione (Susanna Bruni e Marta Mantovani), in confronto con Centro servizi audiovisivi e multimediali, Centro servizi informatici.

Validato dal PQA	Seduta del	21.07.2025
Approvato dal SA	Seduta del	30.07.2025

1. Elementi significativi emersi in fase di riesame precedente ed eventuali novità di cui tenere conto per l'individuazione dei futuri obiettivi

Il documento di programmazione qui elaborato è il primo prodotto.

Nel corso del 2025, mentre si procederà al raggiungimento degli obiettivi, si raccoglieranno feedback e input dagli organi competenti: Dipartimento, Governance, CPDS, NDV, portatori di interessi esterni e interni, sportelli, attraverso mail, documenti e/o incontri dedicati.

2. OBIETTIVI

Il piano di sviluppo della comunicazione social dell'Ateneo per il 2025 intende migliorare la riconoscibilità dell'identità dell'Ateneo, l'efficacia comunicativa, la capillarità di rete, l'organizzazione dei contenuti e l'esperienza utente di tutte le piattaforme social Unistras secondo i risultati del 2024, che andranno tuttavia anche confrontati e rimessi alle decisioni dell'Agenzia incaricata dall'università.

Nel 2025 l'ateneo ha infatti pubblicato un bando per manifestazione di interesse finalizzata alla selezione di operatori economici da invitare a successiva procedura negoziata (ai sensi dell'art.50 comma 1, lettera E del D.LGS. n.36/2023 e S.M.I.) per la progettazione, la realizzazione ed il

monitoraggio di una campagna multilivello di comunicazione e promozione del brand “Università per Stranieri di Siena” volta a consolidare l’immagine e la missione sopradescritte dell’ateneo, e a supportare le immatricolazioni e le iscrizioni ai corsi compresi nella sua offerta didattica. L’incarico avrà la durata di due anni.

Prevediamo dunque, a partire dal 2025 e nell’arco di questi due anni, grazie al confronto (e a pacchetti formativi ad hoc) con i professionisti dell’agenzia che si aggiudicherà l’appalto di cui sopra, di raggiungere nuovi obiettivi relativamente all’utilizzo dei canali social di ateneo, migliorando le nostre competenze in merito alla specificità dei singoli strumenti, alla periodicità delle pubblicazioni, alla realizzazione di grafiche apposite, fino alla gestione delle campagne a pagamento.

Nel frattempo sarà importante pure:

- collaborare con l’Agenzia incaricata anche per migliorare le competenze tecniche del personale coinvolto nella comunicazione social;
- e la cura di un approccio coordinato alla gestione dei contenuti web dell’Ateneo.

3. AZIONI per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Azioni da intraprendere	Progettazione, realizzazione e monitoraggio di una campagna multilivello di comunicazione e promozione del brand “Università per Stranieri di Siena” volta a consolidare l’immagine e la missione sopradescritte dell’ateneo, e a supportare le immatricolazioni e le iscrizioni ai corsi compresi nella sua offerta didattica	• Descrizione dell'azione: Nel 2025 l’ateneo ha pubblicato un bando per manifestazione di interesse finalizzata alla selezione di operatori economici da invitare a successiva procedura negoziata (ai sensi dell’art.50 comma 1, lettera E del D.LGS. n.36/2023 e S.M.I.) • Responsabile attuazione: Agenzia Vincitrice del Bando, con la supervisione del Rettore e in
--------------------------------	--	--

		Collaborazione con l'Ufficio Comunicazione e la Delegata alla Comunicazione Social • Responsabile monitoraggio: Rettore in collaborazione con il personale dell'Ufficio Comunicazione e la Delegata. • Tempistiche: 2025
--	--	--

4. CANALI DI ASCOLTO		
<i>Per "Canale di ascolto" si intende il canale attraverso il quale si intendono reperire feedback e dati per il monitoraggio dell'efficacia (ex. questionari di soddisfazione erogati dalle strutture stesse o da altre strutture di Ateneo, dati AlmaLaurea, report "Sportello suggerimenti e reclami", dati di flusso etc.).</i>	Progettazione, realizzazione e monitoraggio di una campagna multilivello di comunicazione e promozione del brand "Università per Stranieri di Siena" volta a consolidare l'immagine e la missione sopradescritte dell'ateneo, e a supportare le immatricolazioni e le iscrizioni ai corsi compresi nella sua offerta didattica	I canali di ascolto attraverso i quali saranno reperiti feedback e dati per il monitoraggio saranno: - Il report dell'agenzia per quanto riguarda la pubblicazione e promozione social svolta direttamente dalla stessa; - Gli strumenti di "insight" forniti dai canali social utilizzati per quanto riguarda la pubblicazione e promozione svolta dal personale dell'Ufficio Comunicazione in accordo con la Delegata. Sia per la lettura/interpretazione del report fornito dall'agenzia che per la lettura/interpretazione degli strumenti interni ai canali social, sarà opportuna una formazione adeguata (fornita dall'agenzia stessa) e un confronto con le altre strutture dell'ateneo deputate al raggiungimento degli obiettivi di cui sopra.

5. INDICATORI*

*Elencare gli **indicatori** che permetteranno il monitoraggio dell'andamento di ciascuna azione rispetto al raggiungimento degli obiettivi.*

*Per ciascun indicatore è possibile stabilire un **target** da raggiungere nel periodo di riferimento (ex. percentuale minima da raggiungere o altra soglia numerica sulla quale fissare il livello di prestazione sufficiente)*

Progettazione, realizzazione e monitoraggio di una campagna multilivello di comunicazione e promozione del brand "Università per Stranieri di Siena" volta a consolidare l'immagine e la missione sopradescritte dell'ateneo, e a supportare le immatricolazioni e le iscrizioni ai corsi compresi nella sua offerta didattica

Indicatore

Raccolta dati interazioni social forniti a fine anno e a fine incarico dall'Agenzia

Raccolta dati nuove iscrizioni fornite a fine anno dal Management didattico, dai Coordinatori dei CdS e dal Direttore di Dipartimento