
Concetto di comunicazione

NON PUOI NON COMUNICARE!

**SE VUOI IMPATTARE ALTRE PERSONE
DEVI PARLARE CON LORO NELLA
LORO LINGUA!**



1. Target gruppi generali

L'Associazione dei massaggiatori medici Svizzera dipende da una comunicazione interna ed esterna costante e funzionante per i suoi compiti di associazione professionale e industriale.

All'esterno, i gruppi di stakeholder ("Neudeutsch": Stakeholder) ricevono le informazioni necessarie e vengono coinvolti in collaborazione con vdms-asmm.

Internamente, ai membri vengono fornite le informazioni necessarie e incluse nello sviluppo del vdms-asmm.

2. Obiettivi della comunicazione

La comunicazione vdms-asmm dovrebbe essere efficace e di conseguenza mirata.

All'interno:

- ✓ Promozione del supporto attivo delle attività vdms-asmm attraverso la partecipazione dei membri.
- ✓ Promozione dell'identificazione dei membri con la professione e con il vdms-asmm

All'esterno:

- ✓ Scambia con le parti interessate con il sostegno reciproco se gli interessi corrispondono
- ✓ Coinvolgimento delle parti interessate nell'informazione
- ✓ Formare le basi in modo che vdms-asmm sia il primo punto di contatto per tutte le questioni che interessano il massaggiatore medico APF
- ✓ Promuovere un ampio sostegno economico e politic.

3. Strategia di comunicazione

3.1 Principi di comunicazione

- ✓ **Comunicazione all'interno**
La comunicazione interna è principalmente rivolta ai membri vdms-asmm. Nel lavoro, viene prestata attenzione alla portata e alla frequenza dell'efficienza.
- ✓ **Comunicazione verso l'esterno**
Nella comunicazione esterna, la cooperazione con le terze parti coinvolte dovrebbe sempre avvenire ed essere coordinata quando possibile.



3.2 Canali di comunicazione

✓ Comunicazione verso l'interno

- Elettronica
a comunicazione interna dovrebbe avvenire principalmente tramite canali elettronici, ad es. Sito web e newsletter.
- Quando si tratta di newsletter, vdms-asmm dovrebbe essere cauto per evitare di inondare i membri
- Stampa
Ogni trimestre, la vdms-asmm informa i membri sulle attività dell'associazione nella rivista dell'associazione Reflexe (versione stampata). Reflexe è anche pubblicato ai membri sul sito web.
- Personale
Il contatto personale in occasione di eventi (inclusa l'assemblea generale, ulteriore formazione presso il vdms-asmm) dovrebbe essere utilizzato dal consiglio e dall'ufficio specificamente per mantenere i rapporti.
- Selezione di membri / consulenze a valore aggiunto
Il sito Web di vdms-asmm dispone di un'area di accesso, che consente ai membri di accedere a tutte le normative e i protocolli pertinenti.
- I membri sono specificamente coinvolti nei chiarimenti e contattati tramite questionari sulle consultazioni. I risultati vengono pubblicati nell'area di accesso del sito web vdms-asmm come debito vuoto. Questo canale può essere utilizzato in modo specifico senza affaticare i membri.

✓ Comunicazione verso l'esterno

- Elettronica
La comunicazione esterna avviene tramite il sito web.
- Stampa/scritti
Le parti interessate interessate (comprese autorità, comitati, partner commerciali) vengono informate per iscritto sulla professione e sui vantaggi per il sistema sanitario nonché sul vdms-asmm.
- Personale
Al fine di mantenere un contatto personale, i gruppi di stakeholder vengono contattati in modo specifico e invitati agli eventi vdms-asmm.



3.3 Contenuti delle comunicazioni

✓ Comunicazioni verso l'interno

- Informazioni sulla professione
- Informazioni sui progetti in corso
- Informazioni sui principali gruppi di stakeholder (assicuratori sanitari, autorità, registrazioni)
- Informazioni sulla politica sanitaria
- Questioni politiche educative
- Problemi professionali

✓ Comunicazioni verso l'esterno

- Informazioni generali sulla professione e sull'associazione.

3.4 Mezzi di comunicazione e appuntamenti

✓ Website

Sito aggiornato, informativo e facilmente comprensibile con aggiornamenti tempestivi

✓ Newsletter

- Informazioni fattuali per i membri sugli sviluppi attuali o su argomenti attualmente importanti che vengono periodicamente e in base all'urgenza della questione inviata ai membri via e-mail.

✓ Presentazioni

Le presentazioni sono coordinate tra loro e sono progettate come presentazioni PowerPoint (ppt). Le presentazioni ppt hanno un layout moderno e dovrebbero dare riconoscimento ai riflessi. I ppt sono usati in modo permanente e sono aggiornati

✓ Reflexe / Rivista dell'associazione

- Rivista moderna e accattivante nell'impaginazione e nei testi.
- La rivista dell'associazione in 3 lingue è divisa in 3 aree (argomento, pratica, associazione). Il Reflexe appare trimestralmente e viene inviato per posta ai membri e ai titolari di abbonamento.



✓ Brochure formazione continua

- L'opuscolo sulla formazione avanzata appare in tedesco e mostra il piano annuale per la formazione continua avanzata presso vdms-asmm. La brochure sarà spedita ai membri in autunno e alle parti interessate durante l'anno. Il layout del programma di formazione avanzata è moderno e dovrebbe fornire il riconoscimento per i riflessi.

✓ Relazione annuale

- La relazione annuale dovrebbe mostrare le attività più importanti dell'associazione da parte del consiglio e dell'ufficio. Naturalmente, anche le finanze del vdms-asmm sono divulgate in modo trasparente ai membri. Il rapporto annuale sarà pubblicato digitalmente per i membri vdms-asmm nell'area di accesso durante il 1° trimestre prima dell'assemblea generale..

✓ Flyer / Brochures

- Volantini e opuscoli attraenti e moderni hanno lo scopo di rafforzare la professione di massaggiatore medico e l'associazione vdms-asmm tra le parti interessate. Il layout del programma di formazione avanzata è moderno e dovrebbe fornire il riconoscimento per i riflessi. I volantini / brochure contengono contenuti a lungo termine che vengono aggiornati al massimo ogni 18 mesi.

3.5 Responsabilità

La comunicazione è responsabilità del consiglio di amministrazione e dell'ufficio. All'interno del consiglio di amministrazione, una persona è responsabile della comunicazione dell'associazione. L'ufficio monitora il rispetto dei CI (corporate identity) e CD (corporate design) per i mezzi di comunicazione.