

56^a Fiera dell'artigianato artistico della Sardegna

Mansionario professionisti

Lo scopo di questo documento è tracciare in maniera chiara un elenco dei compiti e mansioni per tutti i professionisti che verranno coinvolti nel progetto Fiera. Il mansionario tratterà indirettamente la governance operativa del progetto.

Sommario

- [Operatore social media](#)
- [Ufficio stampa](#)
- [Grafico](#)
- [Fotografo per il catalogo](#)
- [Fotografo per inaugurazione ed eventi Fiera](#)
- [Allestitore](#)
- [Creatore di contenuti per campagna di comunicazione sugli artigiani per il web e i social media](#)
- [Video maker per spot](#)
- [Project manager e business developer](#)
- [Event manager e responsabile comunicazione e promozione](#)

Operatore social media

Riassunto mansioni:

- individuazione e realizzazione di attività di engagement per favorire l'interazione con gli utenti (giveaway, concorsi fotografici, etc). Le proposte saranno vagliate e approvate dal Team
- elaborazione Piano e Calendario editoriale Facebook, Instagram, Twitter e Youtube
- gestione e monitoraggio delle comunità dei vari social media
- monitoraggio delle statistiche delle varie piattaforme.

Individuazione e realizzazione di attività di engagement

- proposta e creazione attività di engagement con l'obiettivo di coinvolgere maggiormente i pubblici e la community della Fiera e creare così contenuti utili da divulgare (concorsi fotografici, giveaway, sondaggi, etc)
- realizzazione e monitoraggio delle attività svolte
- raccolta dati

Elaborazione Piano e Calendario editoriale Facebook, Instagram, Twitter e Youtube

- identificazione dei contenuti da inserire sulle pagine dei vari social media sulla base della strategia identificata dal piano di comunicazione
- stesura di un piano e calendario editoriale per ogni piattaforma da modificare e rimodulare in funzione dei contenuti scadenziati, della rassegna stampa e di eventuali altre attività ritenute interessanti
- stesura piano LIVE SOCIAL in presenza di eventi

- scelta e personalizzazione dei contenuti in funzione delle caratteristiche di ogni social
- adattamento dei materiali grafici o video
- schedulazione dei contenuti approvati.

Gestione e monitoraggio delle comunità dei vari social media

- monitoraggio dei riscontri dei contenuti inseriti per identificare quelli che hanno prodotto maggiore interazione e coinvolgimento
- identificazione degli utenti scarsamente attivi e rimozione dalle varie pagine
- verifica giornaliera degli utenti che hanno interagito con i contenuti delle pagine per cercare di portarli a diventare parte della comunità
- rispondere a tutti i commenti della pagina, messaggi e citazioni
- monitorare e intrattenere attività di engagement con gli espositori, i partner e gli sponsor della Fiera.
- segnalare eventuali utenti molto attivi che oltre a far parte della comunità sono dei veri e propri “ambasciatori” della Fiera.
- monitorare e stimolare eventuali personaggi “influencer” dei vari canali o del settore

Monitoraggio delle statistiche delle varie piattaforme

- compilazione di un report mensile durante i periodi precedenti e successivi alla manifestazione e settimanale, ridotto, durante la manifestazione
- lettura e analisi delle statistiche per individuare possibili azioni di miglioramento o correzione dei comportamenti degli utenti.

Ufficio stampa

Riassunto mansioni:

- creazione e proposta piano editoriale per la 56 edizione della Fiera su scala nazionale
- creazione format grafico comunicato stampa
- creazione dei comunicati stampa su cui si è precedentemente concordato e invio approvazione al Team e all'amministrazione, eventuali modifiche o integrazioni
- identificazione, insieme al Team e al responsabile dell'area, della mailing list (elenco di email o contatti a cui inviare i comunicati stampa; il numero di contatti è da concordare) a cui distribuire i comunicati in base agli obiettivi individuati nella strategie e nel piano di comunicazione
- invio mailing list
- recall (chiamata a seguito dell'invio del comunicato stampa) e contatto diretto, quando concordato, con i giornalisti/blogger/riviste di settore per fornire ulteriori informazioni o per invitare a pubblicare i contenuti
- eventuali accordi pubbliredazionali in scambio merce
- eventuali altre attività proposte per stimolare l'interesse della stampa (invio/spedizione cartella stampa, acquisto spazi, etc)
- rassegna stampa cartaceo/web (forse anche Social)

Grafico

Riassunto mansioni:

- realizzazione materiali per la campagna di comunicazione della 56^a edizione
- realizzazione materiali per la vestizione grafica della Fiera
- realizzazione dei materiali grafici per le pagine social media
- realizzazione del progetto grafico per il catalogo.
- eventuale raccordo con la tipografia

Realizzazione della campagna grafica per la 56^a edizione

- studio e analisi piano di comunicazione della 56^a edizione
- presentazione di almeno 3 proposte creative per la campagna di comunicazione 2017
- valutazione delle proposte insieme al team di progetto e l'amministrazione
- modifica delle proposte in base alle indicazioni ricevute
- presentazione della proposta definitiva
- declinazione della proposta per i vari formati e canali (carta stampata, web, slide, banner video, banner web, brochure, pianta guida, affissioni, e altri) seguendo il calendario concordato precedentemente
- personalizzazione e adattamento della campagna per tutti gli eventi organizzati dalla Fiera nel 2017 (Congresso, Inaugurazione, Cartella stampa, etc) in tutti i materiali utili per la loro veicolazione

Realizzazione materiali per la vestizione grafica della Fiera

- valutazione delle richieste per i materiali grafici interni alla manifestazione
- presentazione delle proposte grafiche
- valutazione delle proposte insieme al team di progetto
- modifica delle proposte in base alle indicazioni ricevute
- presentazione della proposta definitiva
- declinazione della proposta per tutti i materiali necessari (pannelli informativi, cartelli per indicazioni sul percorso, pannelli per percorso di gamification, pannelli per la copertura delle vetrine non utilizzate, didascalie e altri).

Realizzazione dei materiali grafici per le pagine social media

- valutazione dei materiali richiesti dall'operatore social media e dal coordinatore del Team secondo un calendario concordato precedentemente
- personalizzazione del materiale di archivio
- modifica dei materiali già creati.

Realizzazione del progetto grafico per il catalogo

- valutazione delle richieste per la realizzazione del catalogo
- presentazione di almeno 3 proposte grafiche creative del catalogo e del rendering di impaginazione
- modifica delle proposte
- presentazione della proposta definitiva

- realizzazione del catalogo digitale della 56^a edizione della Fiera
- eventuale personalizzazione per la stampa del catalogo.

Eventuale raccordo con la tipografia

- valutazione coerenza cromatica, tipologia di carta e prove ciano prima della stampa.

Fotografo per il catalogo

Riassunto mansioni:

- realizzazione delle fotografie dei manufatti più rappresentativi degli artigiani (indicati dal Team e dall'artigiano) per la creazione del catalogo della 56^a edizione
- scelta delle fotografie migliori
- eventuale post-produzione (correzione di difetti o miglioramento dell'aspetto delle foto con programmi di editing grafico) delle fotografie.
- coordinamento del lavoro con il grafico per l'invio delle immagini per l'impaginazione del catalogo (secondo le scadenze precedentemente concordate)

Fotografo per inaugurazione ed eventi Fiera

Riassunto mansioni:

- realizzazione di una serie di reportage fotografici (ciascuno reportage finito dovrà contenere almeno 20 foto) e relativa elaborazione grafica (per stampa e web), dei seguenti eventi e attività;
 - inaugurazione
 - congresso
 - allestimento fiera
 - visitatori
 - manufatti artigiani esposti e spazi fiera.

Allestitore

Mansioni:

- sopralluogo degli spazi fiera e studio materiali da utilizzare
- stesura del piano per l'allestimento della 56^a edizione della Fiera
- rendering o presentazione grafica del progetto
- valutazione delle modifiche da apportare ai vecchi materiali di allestimento
- identificazione dei soggetti per la realizzazione delle modifiche
- preparazione dei documenti per la richiesta dei preventivi
- presentazione dei preventivi al Team di progetto
- supervisione dei lavori di modifica ai vecchi materiali di allestimento
- messa in opera dell'allestimento
- scelta dei manufatti da esporre per ogni artigiano
- posizionamento dei manufatti
- valutazione delle richieste di modifica

- eventuale realizzazione delle modifiche
- eventuale raccordo con il Team di progetto e grafico per la realizzazione della vestizione grafica della Fiera, in linea con il progetto di allestimento e la campagna di comunicazione.
- presenza in fiera durante l'evento in funzione delle attività da monitorare

Creatore di contenuti per campagna di comunicazione sugli artigiani per il web e i social media

Riassunto mansioni:

- identificazione, insieme al team di progetto, dei contenuti più adatti da realizzare per la campagna di comunicazione degli artigiani sul web e i social media
- tuning dei materiali identificati insieme al team di progetto per rispondere al meglio alle esigenze della campagna di comunicazione
- realizzazione dei materiali identificati
- valutazione delle modifiche richieste dal team di progetto e/o dall'artigiano
- modifica dei materiali
- produzione, invio/veicolazione dei materiali definitivi secondo il calendario di lavoro precedentemente concordato e in funzione dei canali identificati con il Team di progetto.

Video maker per spot

Riassunto mansioni:

- valutazione del piano di comunicazione per la 56^a edizione della Fiera
- studio, insieme al Team di progetto, di uno storyboard per lo spot della 56^a edizione della Fiera in base agli obiettivi del piano di comunicazione
- identificazione delle location, degli attori da coinvolgere, delle tempistiche e degli strumenti utili per la realizzazione del video
- realizzazione delle riprese
- montaggio delle sequenza cinematografica (video, musica, effetti, eventuale parlato, etc)
- valutazione delle modifiche richieste dal team di progetto
- produzione degli spot definitivi in più formati in funzione dei canali di veicolazione (web- tv- proiezioni)

Project manager e business developer

Riassunto mansioni:

- progettazione
- ampliamento degli affari
- relazioni con gli artigiani
- gestione e coordinamento del Team Accoglienza

- riorganizzazione dei locali e della logistica della Fiera
- creazione del nuovo sito in wordpress.

Progettazione

- valutazione strategica dei progetti insieme al Team di progetto
- gestione del budget complessivo della Fiera (equilibratura di tutte le voci, valutazione insieme al Team dell'importanza di ogni singola voce, ricerca di alternative per risparmiare sulle singole voci).

Ampliamento degli affari

- individuazione delle attività che servono ad aumentare le entrate della Fiera, valutazione di fattibilità delle attività, gestione dei rapporti con i partner coinvolti, coordinamento delle attività
- ricerca di sponsor per la Fiera:
 - identificazione dei progetti che possono essere sponsorizzati e delle modalità migliori di sponsorizzazione
 - identificazione degli sponsor
 - scrittura del documento di presentazione dell'offerta agli sponsor
 - contatto con gli sponsor, prima telefonico e poi di persona
 - valutazione, insieme allo sponsor, delle migliori modalità per gestire la sponsorizzazione e valorizzare il rapporto creato
- prime valutazioni per creare una rete di negozi in cui vendere i prodotti degli espositori della Fiera.

Relazioni con gli artigiani

- gestione dei rapporti con gli artigiani
 - scrittura dei documenti indirizzati agli artigiani espositori
 - chiamate a tutti gli artigiani per creare un rapporto diretto e più profondo tra Fiera e artigiano
- creazione della lista degli artigiani espositori
 - identificazione dei nuovi nomi per la lista
 - valutazione, insieme a tutti i soggetti coinvolti, della nuova lista
 - stesura della lista definitiva e della lettera di richiesta adesione
 - chiamata agli artigiani invitati
 - ricezione e smistamento delle lettere di adesione firmate
- creazione di un percorso di coinvolgimento degli artigiani basato su metodi di gamification (utilizzo di logiche proprie dei videogiochi per creare coinvolgimento di alcuni specifici pubblici nel mondo reale)
 - valutazione della fattibilità del progetto
 - identificazione delle azioni e dei comportamenti virtuosi che la Fiera vuole invogliare negli artigiani espositori
 - identificazione delle ricompense per chi parteciperà al progetto
 - ideazione e scrittura del documento di presentazione del progetto agli artigiani
 - gestione delle adesioni
 - organizzazione delle tappe e della logistica degli eventi creati

- modifica dei comportamenti negativi della relazione Fiera-artigiani
 - identificazione delle cattive abitudini che si vuole modificare
 - identificazione delle azioni da mettere in atto per modificare questi comportamenti
 - valutazione delle azioni insieme agli operatori della 55^a edizione
 - comunicazione agli artigiani.

Gestione e coordinamento del Team Accoglienza

- bando per il Team Accoglienza
 - valutazione di eventuali modifiche per il bando per la scelta di operatori, assistenti operatori e ragioniere per la 56^a edizione
 - stesura delle modifiche
 - partecipazione alla commissione di valutazione
- formazione del Team Accoglienza
 - identificazione delle modalità di formazione per il Team Accoglienza
 - stesura delle slide e dei documenti necessari alla formazione
 - organizzazione e realizzazione delle giornate di formazione
- coordinamento del Team Accoglienza
 - creazione dei turni
 - affiancamento al team durante le fasi di ricezione e restituzione dei manufatti degli espositori
 - affiancamento e coordinamento del team durante il periodo della manifestazione per la gestione delle attività giornaliere e di eventuali conflitti
 - supervisione del lavoro del team durante la manifestazione.

Riorganizzazione dei locali e della logistica della Fiera

- identificazione delle migliorie all'utilizzo che viene fatto dei vari locali che vengono usati come magazzino in fiera
- miglioramento della fase di vendita in Fiera
 - identificazione delle inefficienze dei processi di vendita e pagamento in Fiera
 - identificazione delle migliorie da mettere in atto
 - valutazione delle modifiche con il Team Accoglienza
 - stesura di un documento riassuntivo dei processi
 - creazione di eventuali strumenti per la gestione dei nuovi processi.

Creazione del nuovo sito in wordpress

- identificazione, insieme al Team, del nuovo nome del dominio su cui verrà installato il sito
- identificazioni dei miglioramenti che si vuole apportare all'attuale struttura del sito
- creazione del nuovo sito con un template wordpress gratuito
- popolamento del nuovo sito con i materiali del vecchio sito
- mettere online il nuovo sito e fare i test di validazione.

Event manager e responsabile comunicazione e promozione

Riassunto mansioni:

- Progettazione
- Progettazione e realizzazione Piano di Comunicazione integrato per la 56 edizione della Fiera
 - piano Acquisti
 - elaborazione testi (copy)
 - ufficio Stampa regionale
 - coordinamento collaboratori
- Impostazione linee guida e governance delle pagine social
- Impostazione, gestione e monitoraggio delle campagne ADV (pubblicità) sui Social
- Organizzazione 1^ Congresso Fiera dell'Artigianato a Mogoro
- Organizzazione Inaugurazione 56^ edizione della Fiera

Progettazione:

- valutazione strategica dei progetti insieme al Team di progetto
- valutazione del budget complessivo della Fiera insieme al Team di progetto

Progettazione e realizzazione Piano di Comunicazione integrato per la 56 edizione della Fiera

- Individuazione obiettivi e strategie efficaci per i vari pubblici della fiera in funzione dei canali attivi e degli strumenti e risorse a disposizione
- Coordinamento e valutazione interna al Team, eventuali integrazioni o modifiche richieste
- Redazione documento e invio per approvazione all'amministrazione, eventuali integrazioni o modifiche richieste
- Monitoraggio e report finale
- Piano Acquisti
 - analisi dei dati (ove vi siano) e degli acquisti della precedente edizione e valutazione fornitori a cui richiedere preventivi
 - invio preventivi per:
 - affissioni
 - acquisti spazi pubblicitari stampa (allegati, etc)
 - acquisti spazi pubblicitari web
 - radio
 - tv
 - pubbliredazionale
 - piano acquisti adv (pubblicità) sui Social
 - valutazione preventivi e Piano adv Social insieme al team
 - invio Piano Acquisti all'amministrazione per approvazione
 - raccordo fornitori:
 - Calendario scadenze e Piano Affissioni
 - Piano uscite e spazi stampa regionale (eventuale nazionale)
 - Piano uscite spazi web

- Raccordo testi e programmazione radio
 - Raccordo piano uscite spot
 - Raccordo piano uscite pubbliredazionale
 - monitoraggio uscite
- Elaborazione testi:
 - brochure
 - pianta guida
 - vestizione grafica della Fiera (pannelli, didascalie, etc)
 - grafiche affissioni
 - spot Radio
 - spot Video
 - varie ed eventuali
- Ufficio Stampa regionale
 - piano editoriale regionale
 - aggiornamento mailing list
 - redazione comunicati stampa
 - valutazione interna al team
 - invio per approvazione all'Amministrazione
 - invio ai giornalisti
 - recall
 - organizzazione Conferenza Stampa
 - preparazione comunicato
 - preparazione eventuale cartella stampa
 - allestimento sala Conferenza
 - accoglienza giornalisti
 - eventuale foto reportage
 - invio eventuale altro comunicato post conferenza
 - raccordo con l'Ufficio stampa base nazionale:
 - invio contenuti e materiali
 - riunioni di avanzamento
 - valutazione attività aggiuntive
 - rassegna stampa regionale
 - eventuali altre attività stampa durante il mese di manifestazione
- Coordinamento Collaboratori:
 - Grafico
 - Brief su tutti i materiale da produrre e relativo scadenario
 - Monitoraggio attività e valutazione creatività e impaginazione
 - Invio materiali copy per l'impaginazione
 - Revisione materiali e valutazione finale insieme al team
 - Invio alla tipografia
 - Allestitore
 - Brief sul piano di comunicazione per allineamento con il progetto di allestimento
 - raccordo Allestitore e Grafico
 - invio materiali di vestizione grafica per approvazione precedentemente approvati dal Team e amministrazione

- raccordo per Conferenza Stampa e contenuti per attività di ufficio stampa
- Social Media Manager
 - Brief sul piano di comunicazione e la strategia adottata quest'anno con individuazione macro contenuti per l'elaborazione del piano editoriale
 - valutazione piano editoriale e prima bozza calendario
 - valutazione proposte attività di engagement e fattibilità
 - valutazione piano Live Social
 - monitoraggio attività ed eventuale ulteriore inserimento di contenuti
 - affiancamento durante gli eventi Live
 - monitoraggio monitoraggio dei dati sull'attività degli utenti dei vari social (ove presenti)
- Fotografo Catalogo
 - supervisione del Fotografo e grafico per la coerenza dei contenuti da impaginare
- Fotografo reportage
 - Brief sul piano di comunicazione e la strategia adottata quest'anno per l'individuazione dello stile da adottare e la tipologia di foto
 - preparazione di un calendario reportage coerentemente con gli eventi e le attività programmate per i Social e l'Ufficio Stampa
 - Monitoraggio qualità fotografica e contenuti
- Video Maker spot
 - Brief sul piano di comunicazione e la strategia adottata quest'anno per l'individuazione di una struttura narrativa coerente con i canali in cui sarà divulgato il prodotto e il target desiderato
 - valutazione struttura narrativa, redazione eventuale testo
 - Scelta e invio materiale grafico per montaggio video
 - Approvazione prodotto e invio ai vari canali in cui sarà veicolato
- Video Maker campagna artigiani
 - redazione piano editoriale e scadenziario dei contenuti che saranno prodotti
 - monitoraggio e gestione di eventuali ritardi con conseguente rielaborazione del piano

Impostazione di alcune linee guida e governance delle pagine social

- stesura di una proposta per la netiquette di ogni pagina social della Fiera (la netiquette è un codice di comportamento che gli utenti devono tenere sulle pagine della Fiera)
- stesura di una proposta per la gestione delle crisi con annesso piano d'azione (il piano indica ad esempio cosa fare nel caso in cui un utente non segua la netiquette e cominci a insultare o prendere in giro; il piano prende in esame vari passi successivi per cui oltre a indicare cosa fare come prima reazione specifica cosa fare nel caso in cui l'utente continui a disturbare la comunità).

Progettazione e realizzazione campagne ADV sui Social

- Progettazione piano inserzioni adv (pubblicità) su Facebook in raccordo con i contenuti prodotti dal Video Maker e delle attività pianificate per la fiera 2017
 - Congresso
 - Inaugurazione
- Progettazione inserzioni (copy e visual)
- Gestione budget adv su Facebook e registrazione fatture
- Monitoraggio Analytics
- Gestione cambi merce Social: relazioni e scambi promozione con eventuali influencer/partner/sponsor

Organizzazione 1^ Congresso Fiera dell'Artigianato a Mogoro

- Contatti e raccordo con la segreteria scientifica del Congresso e RELATORI (Francesca Broccia, Associazione Cooperaction, Università La Sapienza e ulteriori altri soggetti che interverranno)
 - Realizzazione della scaletta degli interventi e programma Congressuale
 - Raccolta materiale didattico (slide, etc) utile per rendere disponibili gli Atti del Congresso
 - realizzazione slide tampone (raccordo grafico)
- Organizzazione e raccordo con ospiti per
 - Gettone
 - Prenotazione viaggi e trasferte
 - Accoglienza e ospitalità
 - Kit di benvenuto riservato ai relatori e ospiti importanti (lettera di benvenuti, borsa, blocco, materiale pubblicitario, etc)
- Organizzazione iscrizioni e inviti partecipanti
 - valutazione e individuazione dei partecipanti al Congresso congiuntamente alla Segreteria Scientifica, l'Amministrazione e il Team
 - Creazione form di iscrizione con deadline
 - Creazione database e relative comunicazione ai congressisti
 - Distribuzione eventuale Kit di benvenuto per i Congressisti
- Organizzazione e raccordo accoglienza Mogoro
 - contatto e invio comunicazione dell'evento alle strutture per l'accoglienza (b&b, ristoranti, pizzerie)
 - stipula di eventuali convenzioni per Relatori e Congressisti
- Valutazione e organizzazione location
 - sopralluogo
 - eventuali interventi per rendere gli spazi più confortevoli e adatti all'evento
 - misurazione spazi per vestizione grafica
 - realizzazione vestizione grafica (segnaletica, cavalieri, paline, etc)
 - individuazione e organizzazione strumentazione (microfoni, teli, eventuale tecnico)
- Organizzazione e raccordo per Coffe Break/Coffee Station o aperitivo serale
 - ricerca fornitori e valutazione proposte catering
 - approvazione preventivo
 - raccordo orari di servizio ed eventuali camerieri
 - allestimento area ristoro

- monitoraggio
- Organizzazione e raccordo eventuale intermezzo musicale
 - ricerca band
 - individuazione strumentazione e raccordo tecnico
 - organizzazione area musicisti
- Organizzazione eventuale ripresa video e diretta
- Attività di comunicazione (ufficio stampa, campagne social, etc)

Organizzazione Inaugurazione 56^a edizione della Fiera

- Progettazione evento
 - stesura progetto e invio per approvazione all'amministrazione
 - eventuali integrazioni/modifiche e stesura definitiva
- Realizzazione evento
 - ricerca e contatto ospiti e invitati
 - raccordo tra gli ospiti per le attività di animazione previste per la giornata
 - organizzazione location (strumenti utili, eventuali service, etc)
 - contatto e coordinamento servizio catering
 - coordinamento per allestimento location
 - ricerca e contatto eventuali musicisti
 - coordinamento per organizzazione palco o altro
 - invio inviti personalizzati in raccordo con Team e amministrazione
- Attività di comunicazione (ufficio stampa, campagne social, etc)