

Piano della comunicazione

-Ristrutturazione del supermercato Bennet-

4/04/2025

Versione definitiva

Svolto, scritto e redatto da Marco Rossetti

Approvato da Alessandro D'Abrusco

1. Introduzione

Questo piano definisce le modalità, i canali e le responsabilità per una comunicazione efficace durante il progetto di ristrutturazione del supermercato Bennett. L'obiettivo è garantire che tutti gli stakeholder coinvolti ricevano le informazioni corrette al momento giusto per facilitare decisioni tempestive e ben informate.

2. Obiettivi della comunicazione

- Assicurare un flusso informativo costante tra team, fornitori e stakeholder.
- Monitorare lo stato di avanzamento del progetto.
- Gestire feedback, problemi e rischi in maniera trasparente.
- Evitare incomprensioni e ritardi dovuti a mancanza di informazioni.

3. Stakeholder coinvolti

Stakeholder	Esigenze informative	Frequenza comunicazione	modalità
PM Bennett	Stato lavori, budget, scelte estetiche	Settimanale	Meeting, email
Project manager	Tutto il flusso comunicativo e decisionale	Giornaliera	Riunioni, chat team, email
Tecnici e operai	Attività giornaliere, scadenze, modifiche	Giornaliera	Riunione mattutina, incontri rapidi
Fornitori e artigiani	Consegne, ordini, specifiche tecniche	Al bisogno	Email, telefono
Consulente marketing	Tempi di riapertura, concept visivo	Ogni 15 giorni	Call, email
Clientela (comunicazione esterna)	Informazioni sulla riapertura, promozioni	Prima dell'apertura	Social, volantini, sito web

4. Tipologie di comunicazione

Tipo comunicazione	Contenuto principale	Responsabile
Report avanzamento	Stato lavori, milestone, criticità	Project manager
Verbalizzazione riunioni	Decisioni, follow-up, problemi	Segreteria PM
Aggiornamenti operativi	Task giornalieri, modifiche piano lavori	Responsabili cantiere
Comunicazione esterna	Informazioni al pubblico e clienti	Consulente marketing

5. Strumenti di comunicazione

Strumento	Scopo
Riunioni in presenza	Decisioni strategiche, avanzamento generale
Gruppi WhatsApp / Teams	Comunicazioni rapide tra membri del team
Email	Scambio documenti, verbali, aggiornamenti ufficiali
Call / videocall	Coordinamento con fornitori e consulenti
Sito web e social media	Comunicazione con i clienti finali

6. Gestione delle informazioni sensibili

Le informazioni riservate (es. budget, fornitori, contratti) verranno trattate con attenzione e condivise solo con i diretti interessati. L'accesso a tali dati sarà regolato tramite permessi nei software gestionali e password sicure, utilizzando tecnologie moderne di crittografia per garantire integrità, confidenzialità e riservatezza.

7. Budget e risorse per la comunicazione

- Strumenti software (Teams, Google Drive): € 200/mese
- Consulente marketing e comunicazione: € 5.000 (una tantum)
- Materiale promozionale (stampa, digital): € 3.000

8. Monitoraggio e aggiornamento del piano

Il piano verrà riesaminato al termine di ogni fase del progetto per verificarne l'efficacia e verrà aggiornato se necessario. Le revisioni saranno comunicate a tutti gli stakeholder.