

## Obiettivo

Raccogliere in modo rapido e mirato le informazioni essenziali per definire *target, strumenti e posizionamento strategico*, arrivando a una **SWOT chiara e operativa**.

---

## 1. Contesto e posizionamento (essenziale)

1. In una frase: **che cosa fai e per chi?**
  2. Chi consideri oggi i tuoi **2–3 “competitor” principali?** (Si intendono realtà che già fanno ciò che vuoi fare tu e che quindi hanno già un pubblico che potrebbe sovrapporsi al tuo).
    - Competitor 1:
    - Competitor 2:
    - Competitor 3 (se rilevante):
  3. Secondo te, **su cosa competono davvero** (prezzo, autorevolezza, velocità, relazione, specializzazione, altro)?
  4. C’è un aspetto su cui *non* vuoi competere deliberatamente?
- 

## 2. Target prioritario

👉 *Sceglie uno solo come prioritario, per il momento*

1. A chi ti stai rivolgendo **in questo momento?**  
 Sconosciuti  Prospect  Acquirenti  Clienti  Fan
  2. Descrivi il tuo **cliente tipo** in poche righe:
    - Ruolo / professione / contesto
    - Livello di competenza sul tuo tema (basso / medio / alto)
  3. Qual è il **problema principale** che ti chiede di risolvere?
  4. Cosa si aspetta da te più di tutto?  Chiarezza  Risultati rapidi  Affidabilità  Accompagnamento  Altro
  5. Su cosa è disposto a investire (tempo, denaro, attenzione)?
- 

## 3. Obiettivi (SMART, pochi e chiari)

Quali sono **1–2 obiettivi prioritari** nei prossimi 6–12 mesi?

- Aumentare autorevolezza/visibilità
- Generare contatti qualificati
- Migliorare relazione/fidelizzazione/far venire a un evento fisico...

Per ciascun obiettivo indica brevemente:

- Come capisci che funziona (indicatore)
- In quanto tempo

---

## 4. Strumenti di comunicazione (focus sanità, no vendita)

👉 *L'obiettivo è valutare coerenza, capacità informativa e impatto pubblico*

### 4.1 Canali e strumenti in uso

1. Quali strumenti utilizzi attualmente per comunicare?  Sito web / sezione informativa  Newsletter informativa  Social media (specifica quali)  Media tradizionali (stampa, radio, TV)  Eventi / webinar / incontri pubblici  Report, policy brief, documenti divulgativi  Collaborazioni istituzionali o scientifiche  Altro
  2. Quali canali sono **istituzionali** e quali **più informali/divulgativi**?
  3. Quali strumenti sono pensati per il **grande pubblico** e quali per **pubblici esperti o decisi**?
- 

### 4.2 Funzione degli strumenti

4. Per ciascun canale principale, indica qual è la funzione prevalente:  Informare / spiegare  Costruire fiducia e autorevolezza  Contrastare disinformazione  Orientare comportamenti (es. prevenzione, adesione)  Stimolare dibattito pubblico
  5. C'è uno strumento che oggi **fa troppe cose insieme** e perde efficacia?
  6. Esiste un messaggio chiave chiaro che attraversa tutti i canali?
- 

### 4.3 Linguaggio, formato, accessibilità

7. Il linguaggio che desideri utilizzare è:  Tecnico-scientifico  Divulgativo  Istituzionale  Misto (specifica se coerente o no)
  8. I contenuti che hai le risorse per creare sono adattati ai diversi formati?  Testi brevi  Approfondimenti  Visual / dati  Video / audio
  9. Quanto sono accessibili i contenuti per il target?  Molto  Abbastanza  Poco
  10. Sono previste attenzioni specifiche a:
    - alfabetizzazione sanitaria
    - disuguaglianze digitali
    - barriere linguistiche o culturali
- 

### 4.4 Evidenze, fonti, credibilità

11. I contenuti si basano su:  Evidenze scientifiche  Linee guida / policy  Dati originali  Esperienze sul campo
12. Le fonti sono:  Esplicitate  Comprensibili al target  Riconoscibili come autorevoli

13. Come viene gestito il rapporto tra **semplificazione e rigore scientifico?**

---

## 4.5 Valutazione e adattamento

14. Come valuti oggi l'efficacia degli strumenti?  Indicatori quantitativi (reach, engagement, partecipazione)  Feedback qualitativi  Non viene valutata in modo strutturato
  15. C'è uno strumento che andrebbe:  Rafforzato  Ripensato  Abbandonato
  16. Quale strumento sarebbe prioritario sviluppare per una **campagna di comunicazione sanitaria efficace**, e perché?
- 

## 5. Analisi SWOT (chi sei tu?)

### Punti di forza

- In cosa sei riconoscibile/diverso
- Cosa ti viene detto più spesso come valore

### Punti di debolezza

- Dove fai più fatica
- Cosa oggi non riesci a sostenere (tempo, competenze, risorse)

### Opportunità

- Trend, bisogni emergenti, spazi poco presidiati
- Cambiamenti nel contesto (mercato, policy, tecnologia)

### Minacce

- Competitor
- Saturazione
- Dipendenze da piattaforme/committenti

👉 Indica accanto a ogni punto se: **POSSO INTERVENIRE / NON POSSO INTERVENIRE**

---

## 6. Sintesi strategica

Completa le frasi:

- Il mio target prioritario è \_\_\_\_ e mi sceglie perché \_\_\_\_.
- Il mio vero vantaggio competitivo oggi è \_\_\_\_.

- Nei prossimi mesi devo smettere di \_\_\_ e concentrarmi su \_\_\_.
-