

**ecolamp**



# FACCIAMO LUCE



ISTRUZIONI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROJECT WORK

Per il Project Work del PCTO **“Facciamo Luce”** vi chiediamo di ideare e realizzare una campagna informativa, da diffondere sulle proprie pagine social, che sensibilizzi, in particolare i coetanei, sull’impatto di una corretta raccolta differenziata, del recupero e smaltimento dei RAEE.

Il lavoro consisterà nel portare avanti un piano redazionale adatto al target di riferimento, costituito da 5 post social, e nel redigere un report di riepilogo dei risultati ottenuti, compilando i campi del TEMPLATE fornito.



**Per sviluppare il report e quindi l’elaborato finale procedete seguendo queste fasi di lavoro.**

## FASE 1



### ASSEGNAZIONE DEI COMPITI

Prima di partire con il lavoro vero e proprio sarà importante dividere la classe in gruppi, idealmente di 4 o 5 persone, ed assegnare a ciascuno un compito ben preciso: un gruppo si occuperà del comparto grafica mentre un altro, ad esempio, dei copy dei post.

Su un foglio di carta o sulla lavagna, fate un brainstorming delle attività che servono per portare avanti il lavoro: definizione del target di riferimento e degli obiettivi da raggiungere; individuazione del tone of voice della vostra comunicazione; ricerca di hashtag e parole chiave; apertura del profilo social; stesura, pubblicazione e monitoraggio dei post; compilazione del report finale. In questa fase, è opportuno lavorare in team e immaginare la classe come fosse una vera e propria redazione, in cui ogni reparto collabora e comunica con l’altro.



## FASE 2

### TARGET E OBIETTIVI

Il primo passo per realizzare una campagna di successo è definire il target della comunicazione e gli obiettivi da raggiungere con le vostre azioni social.

La campagna dev’essere indirizzata ai vostri coetanei, studenti e studentesse come voi al quale divulgare, nel modo più efficace possibile, la necessità di una corretta raccolta differenziata.

Chiedetevi: quali sono le caratteristiche principali del target scelto? Quali potrebbero essere gli interessi? Come e quando utilizza i social (in che fascia oraria, per quanto tempo)?

## FASE 3



### TONE OF VOICE

Una volta raccolte le informazioni sul target di riferimento, è fondamentale determinare il **tone of voice da usare**: cioè il modo in cui desiderate veicolare i vostri messaggi al pubblico.

La vostra comunicazione avrà uno stile o un linguaggio formale? Oppure punterà su uno stile più informale o irriverente? Il tone of voice è un elemento strategico fondamentale, che crea empatia e valorizza il messaggio.



## FASE 4

### PROFILO SOCIAL

Il primo passo per procedere con la pubblicazione dei vostri post per la campagna è la creazione di un profilo social. Che caratteristiche deve avere? Innanzitutto, scegliete un **nickname**, che sia breve, conciso e, possibilmente, con pochissimi elementi grafici e segni di interpunzione.

Un nickname pulito e chiaro è facilmente comunicabile e riconoscibile. Una volta creato il nickname, curate la bio del vostro profilo, cioè quelle informazioni che hanno il compito di presentavi, descrivere chi siete e cosa fate.

## FASE 5



### PIANO REDAZIONALE

Un piano redazionale, o editoriale, è un documento attraverso il quale viene pianificata la pubblicazione di contenuti sui social, specificando informazioni fondamentali quali il social di pubblicazione, data e orario e una breve sintesi del contenuto da pubblicare volta per volta.

Il vostro compito è prevedere e pubblicare **5 post social**: sviluppate quindi il vostro piano editoriale, definendo elementi quali il periodo di pubblicazione (es. da ottobre a dicembre), i temi che volete trattare e la frequenza di pubblicazione (un post a giorno/settimana/mese). Scegliete il tipo di contenuto (foto, video, infografiche, carosello), curatene la grafica e il testo di accompagnamento, che dev'essere chiaro e, allo stesso tempo, suscitare curiosità e interesse nel lettore. I vostri post non dovranno essere solo divulgativi, ma anche in qualche modo ingaggianti: ponete una domanda diretta al vostro pubblico, avrete più chance di ottenere interazioni sincere.

Infine, osservate con attenzione i dati delle vostre pubblicazioni e annotate tutti gli elementi che vi torneranno utili quando compilerete il report finale: numero di persone raggiunte, copertura, visualizzazione, like e commenti.



### REPORT DEI RISULTATI OTTENUTI

La vostra campagna informativa si è conclusa, ora è il momento di tirare le somme della vostra attività, analizzando i risultati ottenuti. Dal report di riepilogo che compilerete dovrà emergere l'idea iniziale nata dal brainstorming e il modo in cui è stata portata avanti. Per far ciò, utilizzate come modello il template fornito, compilando i campi vuoti di ogni sezione.

**Una volta compilato il template in ogni sua parte, salvate il vostro lavoro e trasformate il file dal formato “.ppt” al formato “.pdf”, procedendo come di seguito:**



**A questo punto, caricate il vostro elaborato in PDF nell'apposita sezione di upload.**

**BUON LAVORO!**

