**DOCUMENTO DI TRASPARENZA**

**Mario Rossi (nome di fantasia)**

**Scheda 0: Descrizione del contesto**

|  |
| --- |
| Negli 8 mesi (12/04/17 – 11/12/17) di SCR presso Avis Montecatini, per lo svolgimento del progetto “plasmavis 2.0” promosso da Avis regionale Toscana, è stata affidata a noi volontari (in collaborazione e affiancamento con gli operatori) la cura e promozione delle attività dell’associazione in relazione al contesto territoriale. Il progetto prevedeva la promozione della mission associativa sia sulla rete che nelle scuole e il supporto alla gestione delle attività giornaliere di AVIS, mansioni che ho svolto entrambe quotidianamente.Per quanto riguarda le attività di promozione, a partire dalla formazione fino alla esperienza pratica quotidiana mi sono sostanzialmente dedicato ad individuare quali canali utilizzare per la comunicazione diretta e virtuale delle attività in modo da garantire una miglior diffusione possibile del nostro messaggio, utilizzando strumenti quali email, sms, what’sApp, FB, ovvero canali che potessero garantire una copertura sia per pc che per dispositivi mobili e di conseguenza raggiungere una più ampia fascia di persone. Mi è stata data la possibilità di co-gestire la pagina social attraverso interventi diretti di pubblicazione e di implementare il sito web dell'Associazione, nella sezione dedicata al territorio di Montecatini. Tali compiti erano da me svolti in autonomia, previo confronto con i collaboratori.Le comunicazioni promozionali e di diffusione delle attività, così come la scelta dei canali di volta in volta più opportuni, sono state calibrati sulla base dell'analisi del contesto territoriale, sociale e culturale: sapere a quale parte di popolazione volevamo rivolgerci ci ha aiutato a portare avanti iniziative segmentate e specifiche per diverse fasce di età/popolazione. Il contenuto dei nostri messaggi si è sempre ispirato alla chiarezza e alla correttezza nel rispetto di tutte le visioni e credenze in campo.La disponibilità e reperibilità di noi volontari, in coordinazione con gli altri membri dell’associazione, ci ha permesso di consolidare una comunicazione efficiente e tempestiva così da riuscire a risolvere eventuali dubbi contingenti nel minor tempo possibile, col risultato di promuovere positivamente l’immagine di Avis e fornire un servizio efficace alle persone interessate.Per quanto riguarda la gestione delle attività della sede, una parte consistente del tempo è stata indirizzata alla consultazione e inserimento dati nel Data Base associativo (Data Avis, Piattaforma a livello regionale), finalizzata alla individuazione dei soci idonei alla donazione e quindi ai contatti telefonici per concordare un appuntamento o modificare dati anagrafici. Inoltre utilizzavo il gestionale relativo alle prenotazioni e avevo modo di stilare lettere di comunicazioni ai soci. Il mio grado di autonomia nello svolgimento di tali mansioni era elevato.Le attività di diffusione e sensibilizzazione presso le scuole previste dal progetto sono invece state limitate a causa del periodo del mio ingresso in servizio civile, in vicinanza temporale con la chiusura delle scuole. |

**Scheda 1: autovalutazione sulla correlazione tra attività svolte nel servizio civile e UC (o figure) del Repertorio Toscana**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Attività svolte riferibili all'ADA** | **Figura o UC del Repertorio correlabile con le attività svolte** | **Riferimento al Quadro Nazionale** |
| implementazione sito web www.avismontecatiniterme.itgestione comunicazioni AVIS su social come facebook, whatsappcreazione di lettere per i soci | **UC**356**DENOMINAZIONE ADA**Gestione della promozione dei servizi e dell'immagine dell'ente**Figura di riferimento**Addetto alla comunicazione, alla promozione di servizi/prodotti di una struttura pubblica o privata e alla facilitazione di servizi telematici (214)**Settore**comunicazione pubblicità pubbliche relazioni (16)**Descrizione della performance**Curare l'utilizzo di strumenti promozionali al fine di facilitare l'accesso ai servizi e contribuire alla costruzione dell'immagine aziendale e all'animazione territoriale anche in funzione delle tipologie di clienti comprese le utenze speciali  |  |

**Scheda 2: autovalutazione sulla copertura di conoscenze e capacità della UC del Repertorio Toscana**Avvertenza: occorre compilare la scheda per ogni UC di cui si chiede l'individuazione
Legenda: ROSSO (non ho svolto attività inerenti a quella conoscenza /capacità); GIALLO (le attività svolte sono parzialmente inerenti); VERDE (le attività svolte sono inerenti ai contenuti di quella conoscenza/capacità)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Capacità e Conoscenze della UC Toscana** | **Autovalutazione** | **Note** |
| **Capacità** Acquisire ampia consapevolezza del ruolo anche rispetto a singoli clienti comprese le utenze speciali | GIALLO | Tenuto presente che i donatori del sangue costituiscono una categoria di utenza specifica, con bisogni e necessità (procedurali, informative ecc) connesse ala funzione che svolgono per la comunità, è possibile dichiarare che il volontario abbia acquisito una certa consapevolezza del suo ruolo in relazione alla specificità dei destinatari dei messaggi e delle informazioni. |
| **Capacità** Assicurare la trasmissione dell'informazione, attraverso una comunicazione diretta e/o virtuale con l'utenza | VERDE |  |
| **Capacità** Favorire l'accesso al materiale promozionale e informativo mediante una appropriata diffusione nel rispetto degli utenti con esigenze speciali | VERDE |  |
| **Capacità** Lavorare in team con gli altri collaboratori della struttura al fine di realizzare un'ampia offerta | VERDE |  |
| **Capacità** Realizzare materiale informativo elementare per la promozione dei servizi e le prestazioni dell'ente | VERDE |  |
| **Conoscenza** Elementi di conoscenza del contesto territoriale, sociale e culturale | VERDE |  |
| **Conoscenza** Elementi di sociologia e psicologia per la realizzazione degli allestimenti tenendo conto delle caratteristiche dell'utenza di riferimento | GIALLO | Conoscenze relative ai suddetti elementi sociologici e psicologici non sono direttamente evidenziabili ma è possibile dichiarare che il volontario abbia applicato tali nozioni nella realizzazione degli eventi e delle comunicazioni adattandoli all'utenza specifica di riferimento |
| **Conoscenza** Lingue straniere per gestire le comunicazioni e la documentazione in lingua straniera | VERDE |  |
| **Conoscenza** Metodologie di marketing per incentivare la fruizione e l'utilizzo di servizi | VERDE |  |
| **Conoscenza** Nozioni di organizzazione e gestione di eventi per definire attività adatte alla tipologia di utenza | ROSSO | Posto che il concetto di nozione ha una valenza basica, il volontario, pur non avendo avuto una diretta trasmissione delle nozioni teoriche di organizzazione eventi durante il SCR, rivela nella sua attività un'attitudine che implica la conoscenza di elementi organizzativi e gestionali finalizzati a definire e ad adattare le attività svolte. |
| **Conoscenza** Principi di comunicazione aziendale e pubbliche relazioni per gestire la comunicazione in coerenza con la strategia comunicativa e la gestione dell'immagine aziendale | VERDE |  |
| **Conoscenza** Psicologia della comunicazione per gestire l'approccio con i clienti, comprese le utenze speciali, nell'ambito dello strumento promozionale | GIALLO | Conoscenze di psicologia della comunicazione sono indirettamente evidenziabili dalla attenzione e dalla sensibilità posta nella gestione dell'approccio con gli utenti nell'ambito della promozione degli eventi associativi |
| **Conoscenza** Strumenti, tecniche e strategie di informazione e comunicazione telematica per la predisposizione e gestione delle informazioni in tempo reale e in formato accessibile | VERDE |  |
| **Conoscenza** Tecniche e linguaggi di comunicazione per l'utilizzo dei codici promozionali da impiegare nelle modalità di informazione | VERDE |  |

**Scheda 3: autovalutazione sulla correlazione tra gli elementi della UC sopra indicata e le evidenze prodotte**Avvertenza: se una evidenza è in grado di coprire più conoscenze o abilità, reiterare il riferimento

|  |  |
| --- | --- |
| **Capacità e Conoscenze della UC Toscana** | **Titolo documento/evidenze** |
| **Capacità** Acquisire ampia consapevolezza del ruolo anche rispetto a singoli clienti comprese le utenze speciali | • argomenti formazione specifica SCR**Valore/Pertinenza** Documento• attestato di fine servizio**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2° |
| **Capacità** Assicurare la trasmissione dell'informazione, attraverso una comunicazione diretta e/o virtuale con l'utenza | • screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• argomenti formazione specifica SCR**Valore/Pertinenza** Documento |
| **Capacità** Favorire l'accesso al materiale promozionale e informativo mediante una appropriata diffusione nel rispetto degli utenti con esigenze speciali | • screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1° |
| **Capacità** Lavorare in team con gli altri collaboratori della struttura al fine di realizzare un'ampia offerta | • relazione fine attività**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2° |
| **Capacità** Realizzare materiale informativo elementare per la promozione dei servizi e le prestazioni dell'ente | • screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lettera promozionale**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1° |
| **Conoscenza** Elementi di conoscenza del contesto territoriale, sociale e culturale | • argomenti formazione generale SCR**Valore/Pertinenza** Documento |
| **Conoscenza** Elementi di sociologia e psicologia per la realizzazione degli allestimenti tenendo conto delle caratteristiche dell'utenza di riferimento | • lista argomenti corso google**Valore/Pertinenza** Documento• attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2°• argomenti formazione specifica SCR**Valore/Pertinenza** Documento |
| **Conoscenza** Lingue straniere per gestire le comunicazioni e la documentazione in lingua straniera | • screenshot livello linguistico**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• idoneità linguistica**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2° |
| **Conoscenza** Metodologie di marketing per incentivare la fruizione e l'utilizzo di servizi | • attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2° |
| **Conoscenza** Nozioni di organizzazione e gestione di eventi per definire attività adatte alla tipologia di utenza |  |
| **Conoscenza** Principi di comunicazione aziendale e pubbliche relazioni per gestire la comunicazione in coerenza con la strategia comunicativa e la gestione dell'immagine aziendale | • argomenti formazione generale SCR**Valore/Pertinenza** Documento• attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2°• relazione fine attività**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2°• lista argomenti corso google**Valore/Pertinenza** Documento |
| **Conoscenza** Psicologia della comunicazione per gestire l'approccio con i clienti, comprese le utenze speciali, nell'ambito dello strumento promozionale | • lista argomenti corso google**Valore/Pertinenza** Documento• attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2° |
| **Conoscenza** Strumenti, tecniche e strategie di informazione e comunicazione telematica per la predisposizione e gestione delle informazioni in tempo reale e in formato accessibile | • attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2°• screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• screenshot promozione facebook**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 1°• lista argomenti corso google**Valore/Pertinenza** Documento |
| **Conoscenza** Tecniche e linguaggi di comunicazione per l'utilizzo dei codici promozionali da impiegare nelle modalità di informazione | • attestato google**Valore/Pertinenza** Evidenza parte 2°• argomenti formazione generale SCR**Valore/Pertinenza** Documento• lista argomenti corso google**Valore/Pertinenza** Documento |

**Scheda 4: elencazione dei file contenenti le evidenze** (Avvertenza: ciascun file non deve superare le dimensioni di 5 megabyte)

|  |  |
| --- | --- |
| **Titolo documento/evidenze** | **Nome File allegato** |
| accordo servizio | accordo di servizio.pdf |
| argomenti formazione generale SCR | Riepilogo argomenti formazione.pdf |
| argomenti formazione specifica SCR | elenco argomenti formazione specifica.pdf |
| attestato di fine servizio | attestato \_ accardo.pdf |
| attestato formazione sicurezza | attestato sicurezza.pdf |
| attestato google | Google Digital Training - Certificato.pdf |
| cv | CV.pdf |
| idoneità linguistica | Idoneità linguistica.png |
| iscrizione servizi Regione Toscana | domanda iscrizione.pdf |
| lettera promozionale | Richiamo attestato-converted.pdf |
| lettera promozionale | Richiamo mancato recapito-converted.pdf |
| lista argomenti corso google | Argomenti google digital training pdf.pdf |
| patto di servizio | patto\_accardo.pdf |
| Progetto Servizio Civile | EstrattoPlasmAvis\_2.0\_-\_PO\_PT (1).pdf |
| relazione fine attività | RELAZIONE FINE ATTIVITA.pdf |
| screenshot livello linguistico | b1.png |
| screenshot promozione facebook | Screen FB.png |
| screenshot promozione facebook | Screen FB.png |

**Firma del Cittadino**