

Fasi della creazione di un piano di comunicazione interna

Fase uno

Scegliere un titolo chiaro e specifico

"Nuove misure di risparmio idrico nel lavaggio delle olive"



Fase tre

Definisci i gruppi target (chi dovrebbe partecipare o chi è interessato)



Fase cinque

Tempistiche chiare o passi successivi

"Il nuovo processo avrà inizio lunedì 17 giugno".



Fase due

Spiegare brevemente in cosa consiste il cambiamento o l'aggiornamento



Fase quattro

Perché è importante? Collegamento ai valori ESG e rilevanza locale.



Fase sei

Chiedi un contributo in modo amichevole





Fase uno

"Nuove misure di risparmio idrico nel lavaggio delle olive"



Fase due

"Stiamo introducendo un nuovo metodo per la pulizia delle olive che utilizza il 30% di acqua in meno".



Fase tre

"Il personale amministrativo monitorerà l'utilizzo su base settimanale".



Fase quattro

Questo contribuisce a ridurre lo spreco d'acqua nei periodi di siccità e sostiene i nostri obiettivi ESG.



Fase cinque

"Il nuovo processo inizierà lunedì 17 giugno".



Fase sei

Hai domande o suggerimenti? Parlane con Maria o scrivi la tua idea nella "scatola verde" accanto alla sala pausa!












