



Il vantaggio di comunicare!

Company profile



Chi siamo

P.R. Consulting srl è un'Agenzia di Relazioni Pubbliche che opera nell'ambito della **governance delle relazioni**, del **marketing** e della **comunicazione** e offre alle organizzazioni (pubbliche e private, profit e non profit), **consulenza strategica** e **gestione operativa di progetti**.

Ascoltare, dialogare con il nostro interlocutore, curare la qualità e l'efficacia dei servizi che forniamo, creare valore attraverso la **gestione professionale e trasparente delle relazioni** e delle strategie di comunicazione: questi sono i principi che ispirano quotidianamente il nostro lavoro.

Costruiamo spazi di relazione intorno ai nostri clienti con un unico e preciso obiettivo: offrire loro **il vantaggio di comunicare!**

Dalla singola fase all'intero processo, il nostro metodo si basa sulla **pianificazione** e lo **sviluppo di progetti**, sull'attivazione e il coordinamento di **gruppi di lavoro interni** e sulla **collaborazione con altri studi e professionisti**. Risorse interne ed esterne vengono messe in rete per sviluppare **progetti di comunicazione** ed offrire **soluzioni concrete e personalizzate** a diversi soggetti in differenti aree di specializzazione ed intervento.



I Servizi

Per la Pubblica Amministrazione

Per creare condizioni favorevoli allo sviluppo del territorio e al miglioramento della qualità della vita dei propri cittadini, la Pubblica Amministrazione ha bisogno crescente di fiducia e consenso. Per affermare, trovare sostegno e sviluppare il proprio progetto nei processi di evoluzione della comunità, ecco alcune proposte di intervento comunicativo a supporto degli enti pubblici:

Consulenza strategica di relazioni pubbliche

Per ottimizzare la comunicazione dell'ente pubblico.

Per migliorare la percezione dei cittadini nei confronti dell'ente pubblico.

Ascolto delle esigenze e degli obiettivi di comunicazione dell'ente locale per favorire l'integrazione delle finalità del cliente con le aspettative dei cittadini, pubblici influenti/*stakeholders* di riferimento:

- **comunicazione esterna** (branding, immagine coordinata, progetti editoriali, pubblicazioni aziendali, web content, ufficio stampa, eventi);
- **comunicazione interna** (comunicazione e condivisione degli obiettivi, accrescimento della cultura di sistema, indagini di clima).

Ideazione e gestione operativa di piani di comunicazione

Per comunicare l'ente pubblico.

Per comunicare i servizi dell'ente pubblico.

Per comunicare attraverso un evento.

Dall'ideazione di progetti di comunicazione integrata alla loro gestione flessibile e personalizzata in base agli obiettivi dell'ente, attraverso la fornitura di servizi operativi: **organizzazione di eventi**, **relazioni con la stampa** (media relations), **relazioni istituzionali** (public affairs), **pubblicazioni** (brochure e monografie, house organ, relazioni di bilancio, bilancio sociale, opuscoli, cataloghi, newsletter, web content).

Gestione di sistemi relazionali complessi

Per capire e rispondere alle esigenze della comunità.

Per avviare processi partecipati.

Per coinvolgere tutti i soggetti nell'ideazione e realizzazione di un'opera pubblica.

Per valorizzare un territorio in chiave turistica e/o produttiva.

Per sedimentare procedure rapide ed efficaci.

Mettere in relazione soggetti con obiettivi e punti di vista differenti (individui, organizzazioni, aziende, ecc.), ma uniti dall'interesse per uno specifico oggetto, richiede la pianificazione preventiva di strategie ed azioni dall'**analisi del contesto e dello scenario** all'individuazione di **obiettivi condivisi, raggiungibili e misurabili**, dalla **facilitazione nel coinvolgimento di tutti gli stakeholder** alla **mediazione** delle loro esigenze, dal **monitoraggio** al **coordinamento** continuo per raggiungere la massima efficacia ed efficienza del processo.

Formazione

Per migliorare la comunicazione interna e rafforzare il lavoro di squadra.

Per gestire in modo efficace le relazioni in pubblico e con i pubblici.

Per contribuire alla crescita e alla diffusione di una **cultura della comunicazione e delle relazioni**, è necessario mettere le organizzazioni nella condizione di leggere e interpretare il significato della comunicazione, di conoscerne il ruolo e l'impatto, ma anche la sua capacità di generare valore se gestita in modo etico, consapevole e programmato. P.R. Consulting crede nella formazione con il duplice obiettivo di sostenere lo sviluppo professionale e di lavorare sempre meglio con i propri clienti.



Dalla partnership tra P.R. Consulting e le società di consulenza Faber Value e Martini Associati è nato **Starting4®**: un prodotto a supporto dello **sviluppo territoriale** che integra competenze di organizzazione, attivazione di comunità, pianificazione di marketing, relazioni pubbliche e comunicazione, per garantire il successo dell'intervento in ogni singola parte. www.starting4.it

Attivazione sociale

Per ascoltare il territorio.

Per sviluppare la consapevolezza nella comunità locale.

Per migliorare il dialogo tra i decisori e i cittadini.

L'attivazione sociale è lo strumento che interviene sul capitale sociale di un territorio, coinvolgendo la collettività in tutte le sue forme, per accrescerne il senso di appartenenza e per promuoverne la partecipazione attiva nell'ambito dei processi di sviluppo. Gli strumenti di ascolto interpersonale ed organizzato insieme alla formazione sono elementi strutturali dell'intervento di P.R. Consulting.

Pianificazione di marketing

Per analizzare lo status quo del territorio.

Per definire gli obiettivi da raggiungere in termini di fruizione e "vendita del prodotto territorio".

Per elaborare un vero piano di marketing.

Il marketing è lo strumento di pianificazione strategica e di controllo che definisce gli obiettivi e la strategia da applicare per dare valore alle caratteristiche peculiari di un territorio. L'analisi per fotografare il territorio e l'elaborazione di un piano di marketing per l'attivazione del processo di sviluppo e di crescita socio-economica sono i servizi offerti da P.R. Consulting per il territorio.

Organizzazione

Per migliorare le relazioni all'interno del territorio.

Per progettare un modello organizzativo efficiente ed efficace.

Per gestire al meglio il "prodotto territorio".

Per comprendere i bisogni e le potenzialità del territorio, lo strumento delle relazioni pubbliche attiva un processo di ascolto del territorio stesso, finalizzato alla progettazione di una struttura organizzativa adatta a controllare il sistema relazionale e ad attuare i contenuti del piano di marketing con efficacia ed efficienza.

Comunicazione

Per comunicare con tutti i soggetti interessati allo sviluppo del territorio con trasparenza e correttezza.

Per comunicare all'esterno i valori del territorio e favorire il raggiungimento degli obiettivi definiti dal marketing.

Per accrescere la competitività del territorio.

La definizione di una strategia di comunicazione è un'azione necessaria per la gestione delle relazioni tra i soggetti territoriali (comunicazione interna) e per sostenere gli obiettivi di posizionamento (comunicazione esterna). L'intervento prevede l'elaborazione e la gestione del piano di comunicazione per dare concretezza, efficacia e visibilità al territorio e al suo sistema di relazioni interne e consolidando allo stesso tempo il rapporto con il mercato. Il sistema territoriale viene affiancato nella fase di start-up, attraverso la formazione ed il coordinamento dei soggetti predisposti alla gestione, alla comunicazione e alle relazioni istituzionali all'interno del territorio.

Gli interventi di Starting4®

- In base alle esigenze del cliente Starting4® interviene con diverse modalità:
- Realizza studi di fattibilità.
- Integra e razionalizza attività esistenti secondo una logica di "pronto intervento" finalizzato al recupero di efficienza.
- Attua l'intero processo di sviluppo, dalla progettazione al coordinamento operativo, coinvolgendo tutti gli ambiti economici e sociali dell'area di riferimento.
- Interviene in una o più delle singole fasi del processo, anche a completamento di progetti già in corso.



Per le Imprese profit e non profit

La competizione globale richiede interventi mirati e flessibili, volontà di reazione e capacità di costruire reti e collaborazioni, pianificazione e relazione. Non esiste più un unico modello di PMI, ma esistono tante PMI - anche dal punto di vista della comunicazione - che hanno esigenze di crescita diverse e che necessitano di professionisti in grado di costruire di volta in volta un "abito su misura" e di adattarsi quindi alle diverse "taglie", tipologie e specificità produttive con servizi personalizzati:

Consulenza strategica di marketing

Per posizionare in modo deciso il prodotto sul mercato.

Per selezionare la migliore rete di vendita.

Per una strategia competitiva.

Un prodotto o un servizio di successo richiedono obiettivi strategici e scelte coerenti in termini di **posizionamento, selezione dei mercati target, strategia distributiva, comunicazione istituzionale e di prodotto e monitoraggio** costante dei risultati.

Consulenza strategica di relazioni pubbliche

Per migliorare la comunicazione interna, il clima e la motivazione del personale.

Per promuovere il prodotto e/o il servizio.

Per rendere riconoscibile il brand.

Per migliorare la reputazione aziendale.

Per intraprendere un percorso di Responsabilità Sociale di Impresa (RSI).

Ascolto delle esigenze e degli obiettivi di business e affiancamento della Direzione Aziendale nella pianificazione di comunicazione e di relazioni pubbliche per favorire l'integrazione delle finalità del cliente con le aspettative dei pubblici influenti/stakeholders di riferimento:

- **comunicazione esterna** (branding, immagine coordinata, progetti editoriali, pubblicazioni aziendali, web content, ufficio stampa, eventi);
- **comunicazione interna** (comunicazione e condivisione degli obiettivi, accrescimento della cultura di sistema, indagini di clima).

Ideazione e gestione operativa di piani di comunicazione

Per relazionarsi positivamente con la stampa.

Per comunicare l'azienda e i suoi valori.

Per comunicare il prodotto e/o il servizio.

Per comunicare attraverso un evento.

Dall'ideazione di progetti di comunicazione integrata alla loro gestione flessibile e personalizzata in base agli obiettivi di business del cliente, attraverso la fornitura di servizi operativi: **organizzazione di eventi**, **relazioni con la stampa** (media relations), **relazioni istituzionali** (public affairs), **pubblicazioni** (brochure e monografie, house organ, relazioni di bilancio, bilancio sociale, opuscoli, cataloghi, newsletter, web content), **sponsorizzazioni** (sponsoring).

Gestione di sistemi relazionali complessi

Per capire e rispondere alle esigenze di mercato.

Per implementare il proprio ruolo nel territorio.

Per interpretare, monitorare ed integrare le aspettative e i segnali provenienti dal contesto di inserimento.

Mettere in relazione soggetti con obiettivi e punti di vista differenti (individui, organizzazioni, aziende, ecc.), ma uniti dall'interesse per uno specifico oggetto, richiede la pianificazione preventiva di strategie ed azioni dall'**analisi del contesto e dello scenario** all'individuazione di **obiettivi condivisi, raggiungibili e misurabili**, dalla **facilitazione nel coinvolgimento di tutti gli stakeholder** alla **mediazione** delle loro esigenze, dal **monitoraggio** al **coordinamento** continuo per raggiungere la massima efficacia ed efficienza del processo.

Formazione

Per migliorare la comunicazione interna.

Per apprendere i valori ed il valore di un percorso di responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

Per ottimizzare la comunicazione esterna (clienti, fornitori, distributori, ecc.).

Per utilizzare al meglio gli strumenti di comunicazione e promozione.

Per contribuire alla crescita e alla diffusione di una **cultura della comunicazione e delle relazioni**, è necessario mettere le organizzazioni, i professionisti, le aziende nella condizione di leggere e interpretare il significato della comunicazione, di conoscerne il ruolo e l'impatto, ma anche la sua capacità di generare valore se gestita in modo etico, consapevole e programmato. P.R. Consulting crede nella formazione con il duplice obiettivo di sostenere lo sviluppo professionale e di lavorare sempre meglio con i propri clienti.



Per gli studi professionali

La legge Bersani ha aperto le porte della comunicazione anche agli studi professionali. Per competere sul mercato e per fidelizzare i propri clienti gli studi professionali possono oggi utilizzare gli strumenti di marketing e di relazioni pubbliche più affini alla filosofia e ai valori di ciascuno. P.R. Consulting è in grado di accompagnare lo Studio in tale percorso mantenendo fede ai principi deontologici dettati dagli Ordini Professionali di riferimento con i seguenti servizi:

Marketing strategico e operativo

Per capire e definire l'identità dello Studio.

Per capire chi sono i clienti dello Studio.

Per definire dove andare e come fare per arrivarci.

Il processo di marketing strategico e operativo permette allo Studio professionale di analizzare il proprio stato, concentrare la propria visione sul cliente e definire obiettivi, strategia ed azioni per migliorare la propria competitività.

Attività di comunicazione strategica integrata

Per decidere cosa comunicare.

Per decidere a chi comunicare.

Per decidere con quali strumenti comunicare.

L'attività di comunicazione esterna è la modalità con cui lo Studio si rapporta con il proprio ambiente di riferimento. P.R. Consulting è in grado di supportare lo Studio mediante la progettazione e gestione operativa dei seguenti strumenti:

- Rapporti con la stampa - media relations, ufficio stampa, rassegna stampa.
- Realizzazione di eventi - scelta e pianificazione dell'evento, promozione e organizzazione, follow-up.
- Impostazione e coordinamento del progetto e del piano di sviluppo di siti internet - progettazione, studio layout e mappa di navigazione, redazione web contents.
- Immagine coordinata.

Organizzazione e comunicazione interna

Per ottimizzare l'efficienza organizzativa.

Per migliorare le comunicazioni all'interno dello Studio.

Per condividere l'analisi e la gestione di situazioni specifiche.

Il fattore organizzativo interno è la base necessaria per una valida attività di marketing e relazioni pubbliche. P.R. Consulting è in grado di affiancare lo Studio nella progettazione, pianificazione e gestione operativa degli strumenti tipici dell'organizzazione e della comunicazione interna:

- Knowledge-Management all'interno dello studio.
- Gestione del cambiamento (spin-off, aggregazione di studi, ecc.).
- Passaggio generazionale.
- Networking e reti di relazioni.

Mappatura e gestione del capitale relazionale dello Studio

Per capire il valore dei clienti.

Per capire gli stakeholder.

Per valorizzare i collaboratori.

L'attività di individuazione e verifica delle relazioni interne ed esterne dello Studio è necessaria per valorizzare l'apporto di ogni stakeholder e influente per il successo sociale dello Studio. Attraverso lo sviluppo di metodologie *ad hoc*, P.R. Consulting è in grado di mappare il capitale relazionale dello Studio e progettare iniziative specifiche per mantenere e consolidare la relazione.

Formazione di base, avanzata e su temi specifici finalizzata alla marketing-orientation e allo strategic communication management.

Per comprendere appieno il valore del marketing e della comunicazione.

Per accrescere le opportunità di comunicazione dello Studio.

Per essere preparati ad interagire con differenti operatori della comunicazione e dell'informazione.

Per contribuire alla crescita e alla diffusione di una **cultura della comunicazione e delle relazioni**, è necessario mettere gli Studi professionali nella condizione di leggere e interpretare il significato della comunicazione, di conoscerne il ruolo e l'impatto, ma anche la sua capacità di generare valore se gestita in modo etico, consapevole e programmato.

P.R. Consulting crede nella formazione con il duplice obiettivo di sostenere lo sviluppo professionale e di lavorare sempre meglio con i propri clienti.

Mariapaola La Caria - Presidente



Responsabile Divisione Comunicazione per le PMI e per gli studi professionali

mariapaola@prconsulting.it

Laureata in Scienze politiche indirizzo politico-amministrativo presso l'Università degli Studi di Padova, si è successivamente specializzata in "Relazioni Pubbliche".

E' attiva nel settore dal 1996, con una particolare formazione nell'organizzazione di eventi speciali, convegni e congressi.

Socia professionista accreditata di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), è Delegato territoriale Triveneto dal 2005 e Consigliere nazionale da giugno 2009.

Da alcuni anni si interessa della comunicazione e delle relazioni pubbliche per gli studi professionali ed è tra i fondatori del Working Group sulla "Comunicazione delle professioni" costituito da FERPI.

E' Presidente di P.R. Consulting srl, dove svolge la propria attività di consulenza a supporto di studi professionali per i quali predispone strategie di relazioni pubbliche e attiva i diversi strumenti di comunicazione sulla base della pianificazione strategica.

Ha al suo attivo diverse docenze in master e corsi di formazione organizzati sia da soggetti pubblici che privati. Dall'anno accademico 2004-05 è docente a contratto di Teoria e Tecnica delle Relazioni pubbliche d'Impresa, presso l'Università degli Studi di Udine, Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche, Laurea Specialistica in Relazioni Pubbliche d'Impresa.

Ha contribuito alla stesura di diverse pubblicazioni tra cui:

MARCHIO D'AREA: STRUMENTO DI COMPETIZIONE TURISTICA (FrancoAngeli Editore, 2001, curato da Antonio Scipioni e Giampietro Vecchiato); RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE (FrancoAngeli Editore, 2003, di Giampietro Vecchiato); RELAZIONI PUBBLICHE, VALORE CHE CREA VALORE (FrancoAngeli Editore, 2005, curato da Giampietro Vecchiato). FARE IMPRESA CHE IMPRESA! (Il Prato Editore, 2005, di Mariapaola La Caria, Marta Bagno, Giampietro Vecchiato); MARKETING, COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE PER GLI STUDI PROFESSIONALI (FrancoAngeli, 2007 di Giampietro Vecchiato).



Giampietro Vecchiato – Consigliere di Amministrazione



Direttore Clienti di P.R. Consulting s.r.l.

piero@prconsulting.it

Esperto di relazioni pubbliche e comunicazione, ha una lunga esperienza di lavoro nell'impresa, nelle istituzioni pubbliche e nel mondo accademico.

E' Direttore Clienti di P.R. Consulting srl, e Vice Presidente Ferpi, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana.

E' Docente a contratto di *Teoria e Tecnica delle Relazioni Pubbliche* presso l'Università degli Studi di Padova, di Udine e alla ILUM di Milano.

E' attivo nelle Relazioni Pubbliche dal 1985, settore nel quale ha ricoperto significativi incarichi sia manageriali che associativi e nel quale svolge un'intesa attività per lo sviluppo della cultura professionale.

Pubblicazioni:

MARCHIO D'AREA, STRUMENTO DI COMPETIZIONE TURISTICA (FrancoAngeli, 2002); RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE (FrancoAngeli, 2003); RELAZIONI PUBBLICHE: VALORE CHE CREA VALORE (FrancoAngeli, 2005); FARE IMPRESA, CHE IMPRESA (Il Prato, 2005); RELAZIONI PUBBLICHE: L'ETICA E LE NUOVE AREE PROFESSIONALI (FrancoAngeli, 2006); COMUNICARE LA SCUOLA (Editrice la Scuola, numero monografico "Dirigenti scuola", n° 3, 2006); LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI TERRITORIO (FrancoAngeli, 2007); MARKETING, COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE PER GLI STUDI PROFESSIONALI (FrancoAngeli, 2007); Manuale operativo di Relazioni pubbliche (2008); COMUNICARE LE PROFESSIONI INTELLETTUALI (Spazio-RP/Ferpi, 2008); IL PRIMO INCONTRO NON SI SCORDA MAI. L'ACCOGLIENZA PER LE IMPRESE E LE ORGANIZZAZIONI (FrancoAngeli, 2009).



Marta Bagno – Consigliere di Amministrazione



Responsabile Ufficio stampa di P.R. Consulting s.r.l.
Responsabile Divisione Marketing e Comunicazione nel settore turistico

marta@prconsulting.it

Laureata in Conservazione dei Beni Culturali all'Università Ca' Foscari di Venezia, si occupa di Relazioni Pubbliche dal 1999. Dal 2001 è co-titolare di P.R. Consulting s.r.l., dove ricopre il ruolo di responsabile di progetto per il settore turistico e lo sviluppo territoriale e di responsabile dell'area media relation.

Da settembre 2005 ad oggi gestisce inoltre un incarico di media relation per l'Azienda Turismo Padova Terme Euganee nell'ambito del Progetto Strategico del Turismo Padovano.

Oltre alla consulenza, ha al suo attivo diverse esperienze di docenza nell'ambito di corsi di comunicazione, relazioni pubbliche e marketing turistico-territoriale, sia nell'ambito universitario che per enti formativi pubblici e privati.

E' socia professionista accreditata FERPI Federazione Relazioni Pubbliche Italiana e da ottobre 2005 è componente del Comitato Direttivo FERPI Triveneto.

Ha contribuito alla stesura delle seguenti pubblicazioni: MARCHIO D'AREA: STRUMENTO DI COMPETIZIONE TURISTICA (FrancoAngeli, 2001); RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE Strumenti concettuali. Metodologia. Case history (FrancoAngeli 2003); RELAZIONI PUBBLICHE: VALORE CHE CREA VALORE (FrancoAngeli, 2005); FARE IMPRESA, CHE IMPRESA! Valori e sudori del mestiere di imprenditore, tra cultura d'impresa e cultura della comunicazione (Editrice Il Prato, 2005); L'AVVENTURA DELLA COMUNICAZIONE. Storie professionali e pre-visioni (Lupetti, 2008).



Margherita Mazzi



Junior Account

margherita@prconsulting.it

Enrico Pinton



Junior Account

enrico@prconsulting.it

Tania Ceretta



Junior Account

tania@prconsulting.it

Enrico Beda



Junior Account

ufficiostampa@prconsulting.it

Massimo Casagrande



Consulente

progetti@prconsulting.it

Tutti i componenti del team di P.R. Consulting sono soci iscritti a **FERPI**, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, che unisce e rappresenta i professionisti italiani che operano nel settore.