

PROFILO:

RESPONSABILE DELL'AREA COMUNICAZIONE & SERVIZI IT

Qualifiche	<ul style="list-style-type: none"> • Membro ICF Global in regola con i pagamenti (obbligatorio) • Impegno del responsabile di sezione firmato e presentato (obbligatorio) • Conoscenza pratica della struttura associativa, dei sistemi e dei processi dell'ICF. • Comprovata adesione ai valori, all'etica e agli standard professionali dell'ICF. • Capacità di dedicare il tempo, l'energia e l'entusiasmo necessari per adempiere alle responsabilità del ruolo • Spiccate capacità organizzative, comunicative e relazionali. • Capacità di lavorare in modo collaborativo con i membri del consiglio di amministrazione, i volontari e le parti interessate della sezione.
Impegno di tempo	15-20 ore al mese + riunioni/eventi

Il responsabile dell'area comunicazione cura l'immagine della associazione e contribuisce alla divulgazione delle attività di ICF Italia e della cultura del coaching secondo ICF attraverso tutti i possibili canali di comunicazione.

Il Responsabile Comunicazione si occupa di coordinare 2 macroaree:

- 1) COMUNICAZIONE: riguarda l'immagine di ICF Italia all'interno e all'esterno, il modo nel quale l'associazione comunica e i relativi mezzi a disposizione: sito Web, Social Media, Newsletter.
- 3) SERVIZI IT: rappresenta l'area IT in comitato, interfacciandosi con il Responsabile IT. Principale responsabilità è far funzionare il sito Web.

A. Responsabilità e attività Area Comunicazione

Il responsabile dell'area comunicazione ha queste aree di competenza:

- ✓ Supervisione e coordinamento immagine brand ICF Italia in accordo con linee guida ed evoluzioni apportate da Global
- ✓ Strumenti di comunicazione dedicati solo agli associati (es. Newsletter dedicata, WhatsApp, gruppi chiusi sui Social...)
- ✓ Strumenti di comunicazione con gli associati ed il pubblico (es. Newsletter, canali Social...)
- ✓ Supporto comunicazione eventi nazionali
- ✓ Produzione materiali ICF Italia
- ✓ Struttura e contenuti sito istituzionale
- ✓ Gestione notizie all'interno del sito ICF
- ✓ Definizione e implementazione piano editoriale annuale per il blog
- ✓ Supervisione campagne Google ADV
- ✓ Gestione del team a supporto, di solito 4-6 volontari

L'impatto di valore che queste attività devono generare per ICF e per gli associati è di potenziare la notorietà del brand come "garante" del coaching professionale di qualità, accrescere l'effetto dei soci e nei soci "proud to be a part of...", facilitare l'ingaggio di coach con credenziale da parte del mercato, veicolare servizi e offerte di qualità agli associati, tenere un legame di coerenza con Global.

Principali attività per i processi area comunicazione

Il responsabile dell' Area Comunicazione nel 2025-26 si è avvalso ed ha coordinato una media di 4-6 volontari suddivisi per area tematica, che hanno svolto le attività come descritte qui sotto.

a. Supervisione e coordinamento immagine brand ICF Italia in accordo con linee guida ed evoluzioni apportate da Global:

- Leggere le comunicazioni in arrivo con cadenza da global per recepire strategie ed eventuali best practices riproducibili da Italia (incluso inoltrare e condividere riflessioni a chi possa cogliere spunti utili dai messaggi).
- Monitorare eventuali cambiamenti di immagine prodotti da Global ed adeguare la comunicazione di ICF Italia
- Monitorare e verificare tutto ciò che riguarda il brand ICF Italia e che esce a suo nome

c. NEWSLETTER (e Newsletter "solo agli Associati")

- scopo: veicolare al target informazioni di interesse generale, attività, eventi ecc.
- uscita: mediamente 3 al mese
- L'area Comunicazione crea la scaletta dei contenuti e la condivide con l'agenzia di Social Media Manager (SMM)
- SMM imposta grafica, impagina e pubblica
- Piattaforma usata per l'invio è **MAILCHIMP**

d. SOCIAL MEDIA

- **LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM e YOUTUBE**
- Si fa una programmazione legata a Webinar, eventi pianificati, attività di storytelling concordata con l'Agenzia per raccontare il "coaching di qualità"
- Comunicazione concordata con Social media manager/agenzia la definizione di piano e calendario editoriale con pianificazione almeno mensile
- SMM/Agenzia gestirà le attività sui social e si coordinerà con Comunicazione rispetto a contenuti da pubblicare, stile, ecc. (**LINKEDIN, FACEBOOK, INSTAGRAM + video registrazioni su YOUTUBE**)
- Comunicazione supportata dalla figura del Social Media Manager (SMM consulente) gestisce la pubblicazione e la moderazione sui canali social **e YOUTUBE**)
- Comunicazione inoltre sviluppa, se richiesto, campagne di promozione sui social per sostenere alcuni eventi in particolare (es. Conferenza, Coaching Day, ICW)
- Si avvale per lo svolgimento di queste attività di professionisti oppure un' agenzia di Comunicazione che ha all'interno una figura professionale adeguata allo scopo.

e. Supporto comunicazione eventi

- meeting periodici con Team Leader dell'evento per coordinare le attività promosse dal Team e da Comunicazione
- gestione e organizzazione di info per comunicazione interna (associati) ed esterna (tramite NL e social) coordinandosi con SMM/Agenzia ed eventualmente supporto con attività di ufficio stampa

f. Produzione materiali

- oltre ai materiali da produrre per i singoli eventi, Comunicazione si occupa di verificare i materiali in possesso di ICF Italia e, nel caso, di produrne di nuovi (es. presentazioni istituzionali, brochure, roll-up, ecc..)
- Collabora nella produzione dei materiali dei singoli eventi,
- Area comunicazione si occupa di visionare tutte le comunicazioni prodotte verso l'esterno dalle altre aree per assicurare coerenza ai valori ICF e alle linee guida in vigore (ad es. Moduli di richiesta patrocinio, ppt presentazione progetti etc.)

i. Comunicazione degli Eventi Nazionali e Locali

- Progettazione, realizzazione grafica e organizzazione dei contenuti con scelta immagini e stile di comunicazione per pagine dedicate ad eventi nazionali (tramite supporto specialistico esterno).
- Collaborazione con team dedicati per reperimento di contenuti e materiali idonei alla pubblicazione
- Revisione contenuti
- Diffusione tramite social e NL

I. Definizione e implementazione piano editoriale annuale per il blog

- Stesura piano editoriale annuale per la realizzazione di articoli: definizione parole chiave, tipologia di articolo, titolo articolo, calendarizzazione, ecc.
- Gestione team volontari per l'assegnazione e la produzione degli articoli
- Coordinamento altri contributi: relatori a webinar, coaching lab, comitati speciali, team leader eventi, ecc.
- Revisione di tutti gli articoli e delle immagini fornite e successiva pubblicazione sul sito
- Condivisione social e pubblicazione resoconto articoli nella NL mensile con supporto del Social Media Manager

m. Supervisione campagne Google ADV

- Riunioni e supporto con Agenzia per la progettazione, realizzazione e ottimizzazione di campagne Google ADV

Principali attività per i processi SERVIZI IT

Il responsabile dell' Area Comunicazione segue anche i Servizi IT. Nel 2025-26 si è avvalso ed ha coordinato 1 volontario Responsabile Operativo ed un altro volontario di supporto.

RESPONSABILITA' DEL RUOLO

Garantisce che il sito funzioni

Si avvale e coordina 1 volontario Responsabile IT, più un altro di supporto.

E' supportato per la parte tecnica ed operativa da 1 o 2 agenzia di consulenza esterne.

Struttura e aggiornamento contenuti sito

- Revisione e aggiornamento dei contenuti di competenza alla funzione Comunicazione e verifica aggiornamento altre funzioni
- Aggiornamento contenuti eventi tramite format dedicato (cfr. Scheda eventi in appendice)
- Realizzazione e aggiornamento di nuove pagine con supporto di Agenzia
- Verifica di usabilità del sito
- Si avvale del supporto del consulente IT per rendere il sito web sempre più in linea con le esigenze espresse dal CD