

# Azione

## MAIL CIRCOLARI PERIODICHE AI SOCI: verso una Newsletter

*Impostazioni di massima per l'invio di comunicazioni circolari agli indirizzi mail dell'Associazione Foresta Modello delle Montagne Fiorentine*

### PREMESSA

L'Associazione dispone in sostanza di 3 canali informativi ordinari:

1. Sito web
2. Profilo Facebook
3. Posta elettronica.

Come noto il primo è nato da una progettazione in sede di Consiglio, il secondo da una proposta strutturata dal Segretariato, il terzo canale (che come “eredità” del Progetto Aprofomo è nato per primo, poi integrato dalla Segreteria) negli scorsi anni è stato usato con criterio ordinario ma senza una vera definizione delle impostazioni.

Adesso che l'Associazione si è ampliata e organizzata, e considerando che nel 2013 il flusso informativo sarà sicuramente notevole, è un'esigenza del Segretariato definire anche per la posta elettronica, d'intesa con il Consiglio, i criteri cui attenersi per la sua gestione ordinaria e specificamente per le mail circolari ai Soci e ai Simpatizzanti (come più avanti individuati), *target* prioritario e privilegiato del servizio informativo.

Per il Sito web l'utenza è non quantificabile (in assenza di contatore); per il Profilo Facebook i contatti alla data di oggi sono ca. 250 (con obiettivo di 500 a fine marzo 2013); per la Posta elettronica nell'indirizzario dell'Associazione i contatti sono:

- in numero pari ai Soci (adesso 57, o di poco superiore, per quei Soci che hanno indicato più indirizzi mail);
- in numero di altri 150 indirizzi circa, indicati come “simpatizzanti”: partecipanti agli incontri, richiedenti informazioni, referenti internazionali ecc (NB si tratta di un bacino molto eterogeneo di potenziali soci futuri con i quali comunicare in modo molto mirato e non invasivo).

## **SCOPO**

Le mail circolari vengono inviate all'indirizzario per dare comunicazione prioritariamente delle attività dell'Associazione, e in secondo luogo anche delle eventuali attività dei Soci. È quindi prima di tutto una modalità di collegamento fra Soci all'interno della Foresta Modello.

Ritenendo che questo sia un servizio, si vuole dare notizia su cosa l'AssFMMF sta facendo, e si vuole offrire ai Soci interessati – per proprie iniziative – un canale privilegiato e mirato di risonanza, anche nell'ottica di coltivare la coesione interna fra i partners.

## **TARGET**

L'intero indirizzario dell'Associazione. I messaggi – come già in passato – saranno con gli indirizzi in scuro.

## **IMPEGNO & IMPOSTAZIONI PRATICHE**

La gestione ordinaria della posta elettronica verso singoli o verso molti fa già parte dell'impegno del Segretariato.

Guardando a questo canale informativo nel contesto comunicativo (e organizzativo) generale dell'Associazione, l'invio di mail informative circolari ai Soci sarà:

- non più che settimanale, di norma il giovedì pomeriggio per notizie e informazioni fruibili nella settimana successiva (sarà cura dei Soci interessati far avere per tempo le loro segnalazioni); la Segreteria non potrà dedicare energie se non ordinarie alla selezione di informazioni da inoltrare, e si prevede che in assenza di informazioni la mail possa non essere inviata; in altre parole le circolari ai Soci sono uno strumento integrato con il resto delle impostazioni comunicative e organizzative già in essere;
- composto di sole informazioni testuali, con ricorrente link al ns. sito (in modo da incrementarne uso e ranking) e/o a quello del Socio segnalante, esposte in ordine cronologico di svolgimento;
- ispirata ai criteri di pertinenza delle informazioni con la natura, gli scopi e la “giurisprudenza” consolidatasi dell'AssFMMF; alla Segreteria che gestisce fisicamente gli invii, come il Sito e come il Profilo FB, compete la discrezionalità necessaria ovviamente rispondendone al Consiglio;
- conforme agli ambiti della Foresta Modello e a quanto stabilito nel Piano Strategico. Si avrà cura che le informazioni siano pertinenti a tutto questo.

## **MONITORAGGIO & AGGIORNAMENTO**

La diversa natura dei vari Soci e la loro diversa propensione alla comunicazione darà necessariamente luogo a un'informazione complessiva centrata più su alcuni temi e meno su altri.

Per questo si può prevedere un riscontro bimestrale al Consiglio Direttivo, tramite semplice automonitoraggio della corrispondenza in via e suo incasellamento rispetto agli ambiti suesposti, in modo che sia possibile con modalità attiva “aggiustare il tiro” e curare che il flusso informativo sia equilibrato e rispettoso della composizione sociale dell'Associazione.

*a cura di Lapo Casini, Silvia Vannini, Andrea Zanfei*

*Approvato nel 17° CD del 22/2/2013*