

Le regole della qualità nelle Relazioni Pubbliche

*Documento approvato all'unanimità dall'Assemblea Assorel del 7 luglio 2003
ed approvato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*

1. Ogni agenzia associata ad Assorel deve presentare al cliente un'analisi critica e le considerazioni strategiche che sostanziano l'opportunità / necessità dell'intervento in Comunicazione e Relazioni Pubbliche che si appresta a realizzare.
2. Ogni agenzia associata ad Assorel deve stabilire metodi e procedure al proprio interno per assicurarsi che le necessità concordate con il cliente vengano recepite da tutta la struttura e che vi siano le capacità e le determinazioni per soddisfarle insieme al cliente stesso.
3. Prima di richiedere la stesura di un progetto di Comunicazione e Relazioni Pubbliche il cliente dovrà fornire all'agenzia le informazioni esaustive per redigerlo, incluso l'investimento allocabile. Parimenti ogni agenzia associata ad Assorel dovrà accertarsi di avere raccolto tutti gli elementi necessari per redigere un corretto piano di Comunicazione e, in particolare:
 - ricerche ed informazioni adeguate;
 - identificazione dei temi da trattare e degli interlocutori a cui rivolgersi;
 - definizione degli obiettivi.
4. Ogni programma di Comunicazione e Relazioni Pubbliche redatto da un'agenzia associata ad Assorel deve contenere i seguenti punti:
 - scenario di riferimento in cui opera o desidera operare il cliente;
 - attività e ambiti in cui opera o desidera operare il cliente;
 - obiettivi del cliente;
 - strategia di intervento in Comunicazione e Relazioni Pubbliche a favore del cliente;
 - identificazione dei temi da trattare e degli interlocutori a cui rivolgersi;
 - definizione degli strumenti di comunicazione più idonei al raggiungimento degli obiettivi individuati e in funzione della strategia proposta;
 - declinazione delle attività che ci si propone di realizzare;
 - definizione della programmazione temporale relativa alla realizzazione delle attività proposte, dell'attribuzione delle competenze del team dell'agenzia e del cliente;
 - determinazione dell'investimento complessivo del progetto, dettagliato per singole azioni.Ogni voce deve essere descritta in modo chiaro ed esaustivo per permettere la verifica, sia qualitativa sia quantitativa, dei singoli risultati del progetto.
5. Ogni attività di Comunicazione e Relazioni Pubbliche, deve essere descritta in modo chiaro e documentato e condivisa con il cliente prima dell'avvio del programma.
6. Ogni agenzia associata ad Assorel deve stabilire processi professionali interni e azioni esterne, condivisi con il cliente, per garantire la migliore esecuzione dell'incarico e il raggiungimento degli obiettivi e dei risultati definiti nel piano di Comunicazione.
7. Ogni attività di Relazioni Pubbliche deve essere supportata da relazioni e documentazioni periodiche che spieghino al cliente l'andamento del lavoro sino ad allora svolto, inclusi gli eventuali scostamenti rispetto alla programmazione iniziale, fornendo al cliente motivazioni puntuali. Ciò riguarda anche gli stanziamenti economici assegnati all'agenzia.
8. Ogni agenzia associata ad Assorel deve assicurarsi che le risorse umane necessarie alla realizzazione del progetto siano adeguate e professionali.
9. Ogni agenzia associata ad Assorel deve valutare i risultati di ciascuna attività di Comunicazione e Relazioni Pubbliche secondo i seguenti criteri:
 - esame e valutazione professionale sulla base di parametri oggettivi;
 - raggiungimento degli obiettivi: che cosa è stato fatto e che cosa si deve ancora fare;
 - coerenza con le aspettative del cliente.
10. Ogni agenzia di Relazioni Pubbliche, per migliorare la qualità dei futuri progetti, deve analizzare i risultati ottenuti e le metodologie utilizzate dei lavori appena svolti, individuare i punti di forza e di debolezza e, quindi, le aree di miglioramento.