4° laboratorio di marketing sociale

Torino, 17 novembre 2011

DoRS e il Marketing Sociale

un po' di storia...

2004 in Italia si incomincia a parlare di Marketing Sociale associato in Promozione della salute

Il **gruppo comunicazione di DoRS** inizia a formarsi sul tema partecipando a seminari, corsi di formazione, giornate di studio

2005 inizio della collaborazione con l'area di ricerca Marketing Sociale di Giuseppe Fattori (Modena)

2006 Marketing Sociale nei nuovi termini del **Glossario O.M.S.** della Promozione della salute

2008 DoRS organizza un percorso formativo sul tema rivolto agli operatori sanitari piemontesi
2009 corso di formazione di sei giornate, condotto da esperti del settore dove si esplorano e condividono modelli e metodi della comunicazione pubblica per la salute e del marketing sociale

2010 seminario di restituzione dei contenuti del corso (60 op. sanitari e non) per la diffusione delle conoscenze e confronto su questi temi
Il seminario si è concluso con la **rilettura di un progetto** ("Io lavoro sobrio" - Asl CN2) seguendo le fasi del piano di marketing sociale e le sue leve strategiche. Nasce l'idea di un **laboratorio di Marketing Sociale**

2011 DoRS partecipa alla **Conferenza Mondiale sul Marketing Sociale** a Dublino ed entra nel Network Comunicazione e Marketing Sociale

dors

Il laboratorio

Cos'è?

luogo di approfondimento, riflessione e confronto

partecipazione attiva

strumenti e modelli

regole condivise

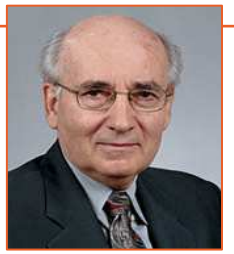
creatività

spazio di sperimentazione

socializzazione delle esperienze

La definizione classica

"Il Marketing Sociale è l'utilizzo delle **strategie e delle tecniche del marketing commerciale** per influenzare un gruppo target ad **accettare, modificare** o **abbandonare** un comportamento in modo volontario, al fine di ottenere un **vantaggio** per i singoli individui o la società nel suo complesso".
P. Kotler, Roberto N., Lee N. *Social Marketing – Improving the quality of life, 2002*



Marketing sociale e Promozione della salute

"L'utilizzo del marketing sociale per favorire l'adozione di sani stili di vita si inserisce in un percorso di sperimentazione di modalità efficaci di promozione della salute. Accanto alle tradizionali attività di educazione alla salute e comunicazione sociale, si propone di consentire ai cittadini di acquisire abilità e competenze per scegliere in modo libero e consapevole cosa è bene per la propria salute, coerentemente con gli obiettivi indicati dalla Carta di Ottawa".
Fattori G., www.marketingsociale.net

dors

Fasi del piano di Marketing Sociale

Marketing Operativo: il marketing mix

2° laboratorio
"Tempo zero!"
Gruppo Abele Associazione Aliseo

1° laboratorio
"Una guida al limite"
TO1, TO2, TO3, TO4, TO5

3° laboratorio
"Lavoratori sani in aziende sane"
ASL TO1

0,5g/l
Con il tasso alcolemico non si scherza.
SE SEI FUORI
NON CI STAI DENTRO.
REGIONE PIEMONTE
progetto regionale multicentrico torino

fitwalking
CHI BEN CAMMINA MEGLIO LAVORA
Ecco come un'Azienda sanitaria locale di Torino ha deciso di far guadagnare salute ai suoi dipendenti
"Guadagnare Salute - rendere facili le scelte salutari", invita e indirizza i datori di lavoro a farsi carico del miglioramento dello stile di vita dei propri dipendenti

tempozero

dors

Prodotto

Prezzo

Ripensare i termini nell'ottica del Marketing sociale per la salute!

Programma

9.00	Accoglienza partecipanti e presentazione del Laboratorio *E. Tosco*
9.15	Il prodotto e il prezzo nella strategia di marketing sociale *E. Ferro*
10.00	Presentazione del progetto “WWW.CONSULTORIOGIOVANI.ASLCN1.IT: un’esperienza di promozione della salute sul Web fra relazione e intimità” ASL CN1 – *D. Nunziato*
10. 30	Dibattito - *D. Nunziato*
11.00	Pausa caffé
11.15	Lavoro a gruppi
12.15	Restituzione in plenaria e dibattito
12.45	Giovani e salute sessuale: risorse on line e spunti dalla letteratura *E. Tosco, E. Barbera*
13.20	Valutazione ECM