

5 idees clau per fer una campanya de comunicació



5 idees clau per fer una campanya

1. **OBJECTIUS DE CAMPANYA. Què?**
2. **CRONOGRAMA. Quan ?**
3. **DEFINICIÓ DE CAMPANYA. Com?**
4. **CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA. Tota la carn a la graella**
5. **TANCAMENT.**



1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

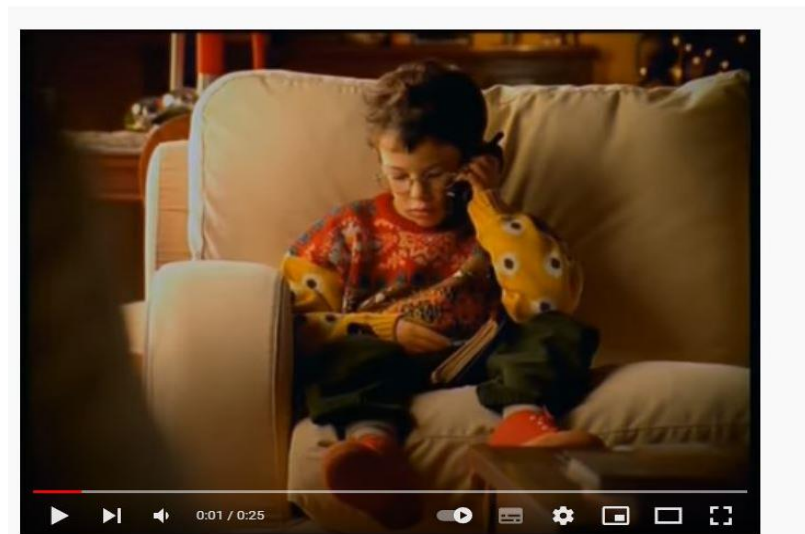
**EFFECTE
MACACO**





1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

**HOLA SOY
EDU, FELIZ
NAVIDAD**





1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

**ENVÀS
ON VAS**





1. OBJECTIUS DE CAMPANYA



AXE vs DOVE





1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

**INFO
COVID**

6 raons
per vacunar-te
contra la COVID-19

Motius pels quals
tothom que pugui
s'hauria de vacunar

1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

**SAVE THE
CHILDREN**



1,20 €

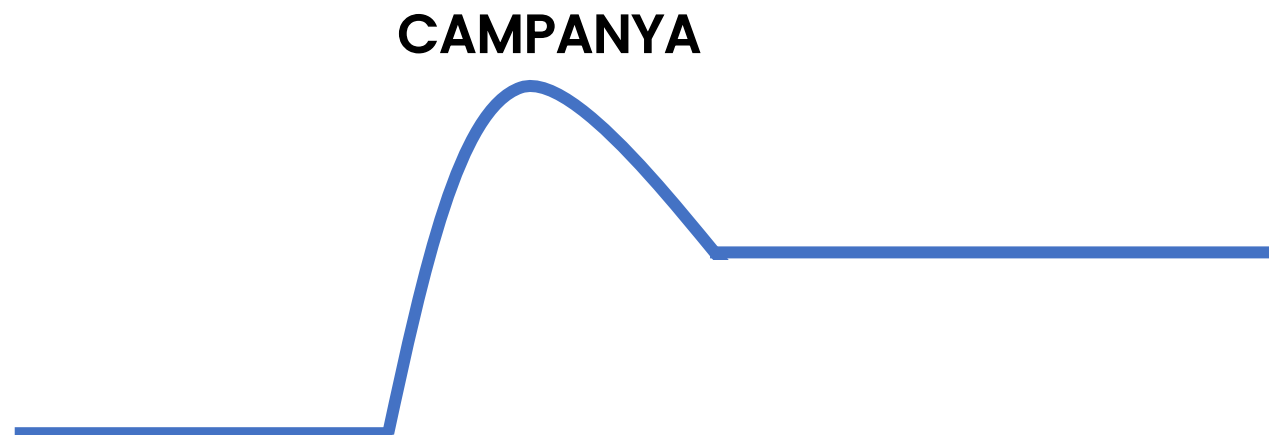
**ENVÍA
AYUDA AL 28098**

 **Save the Children**
www.savethechildren.es

c/ Doctor Esquerdo, 138 - 2ª planta, 28007 Madrid; nº atn. Clte. 900 37 37 15
Información legal y protección de datos: www.savethechildren.es



1. OBJECTIUS DE CAMPANYA





1. OBJECTIUS DE CAMPANYA

- **Posicionament de marca**
- **Sensibilització sobre una causa**
- **Explicar una informació**
- **Conversió**

ALERTA!
Quan la creativitat passa
per davant de l'objectiu!



1. OBJECTIUS DE CAMPANYA



PLUJA IDEES CAMPANYES QUE RECORDEU



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA

**“Una campanya té
un principi i un final
definit”**

entre 4 i 8 setmanes



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Comunicació habitual sistematitzada
- Recursos per intensificar la comunicació un període de temps
- Espais de participació per crear una campanya



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Definició de campanya: creativitat, públics i canals
- Calendari d'accions
- Producció de materials





2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Tota la carn a la graella
- Consistència i persistència



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Creativitat per mantenir la tensió



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Traca final d'intensitat



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA



- Incorporar aprenentatges en la comunicació habitual
 - Incorporar dades en les bases de dades habituals



2. CRONOGRAMA DE CAMPANYA





3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

PÚBLICS

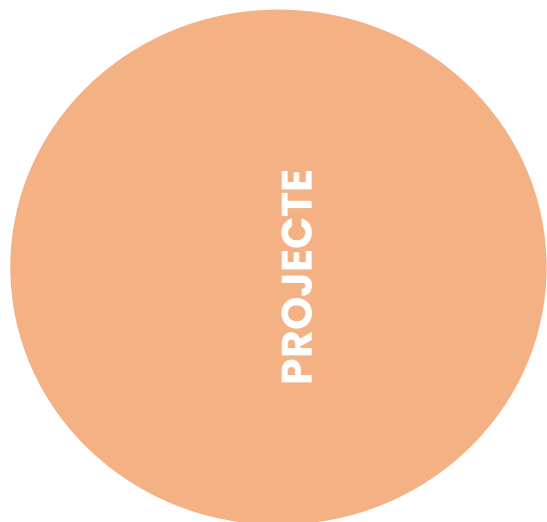
CANALS

CREATIVITAT

INDICADORS



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS



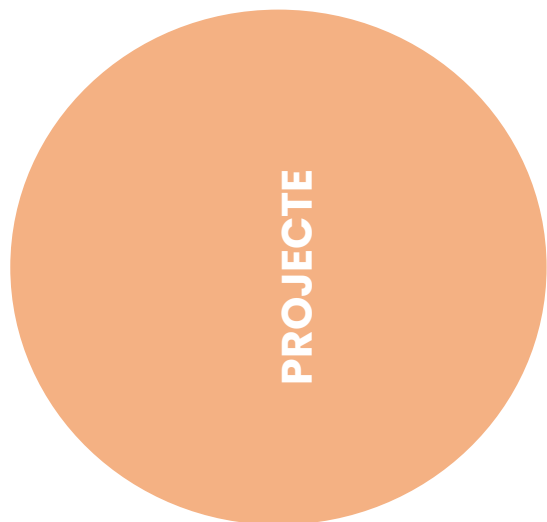
COMUNITAT

Que se senten part del projecte.

- Equip promotor
- Equip treball
- Voluntariat
- Organitzacions vinculades
- ...



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS



COMUNITAT

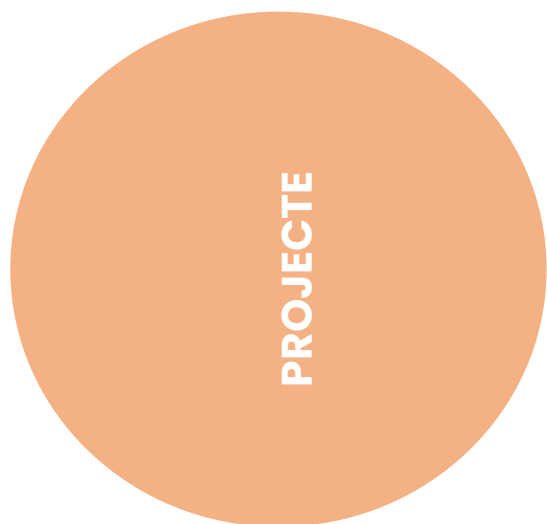
ENTORN

Que se senten properes al projecte:

- Excomunitat
- Públic habitual
- Escoles habituals
- Instituts habituals
- Artistes habituals
- Veïnat
- Organitzacions sector
- Associacions de veïns



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS



COMUNITAT

ENTORN

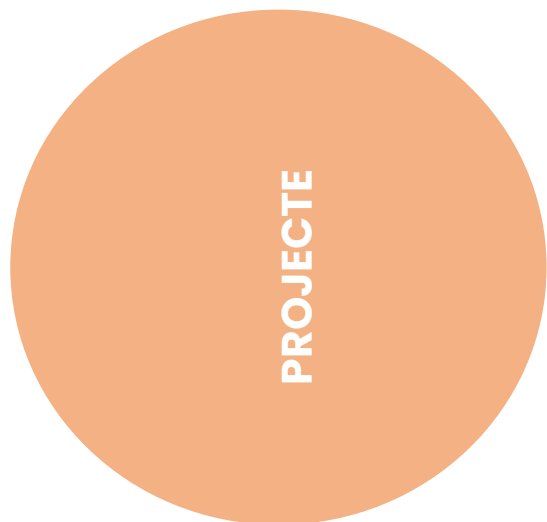
INTERÈS

Amb qui compartim temàtica / sector / objectius.

- Associacions i referents feministes barri / ciutat
- Associacions i referents joves barri / ciutat
- Associacions i referents gent gran barri / ciutat
- Comissions gènere escoles / entitats
- ..?¿



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS



COMUNITAT

ENTORN

INTERÈS

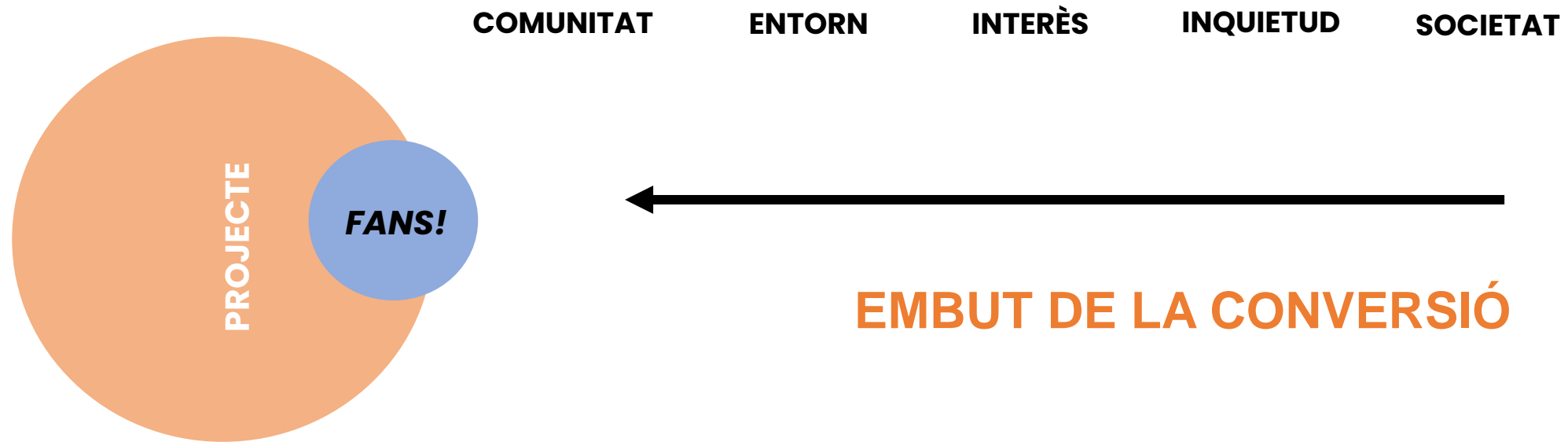
INQUIETUD

Amb interessos no allunyats:

- Associacions educació
- Associacions diversitat
- Associacions sostenibilitat
- ...?¿



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA PÚBLICS

- Detectar segments de públics
- Jerarquitzar
- Llistar informació de contacte en detall
- Bases de dades!
- Què esperem de cadascú
- Canals de comunicació





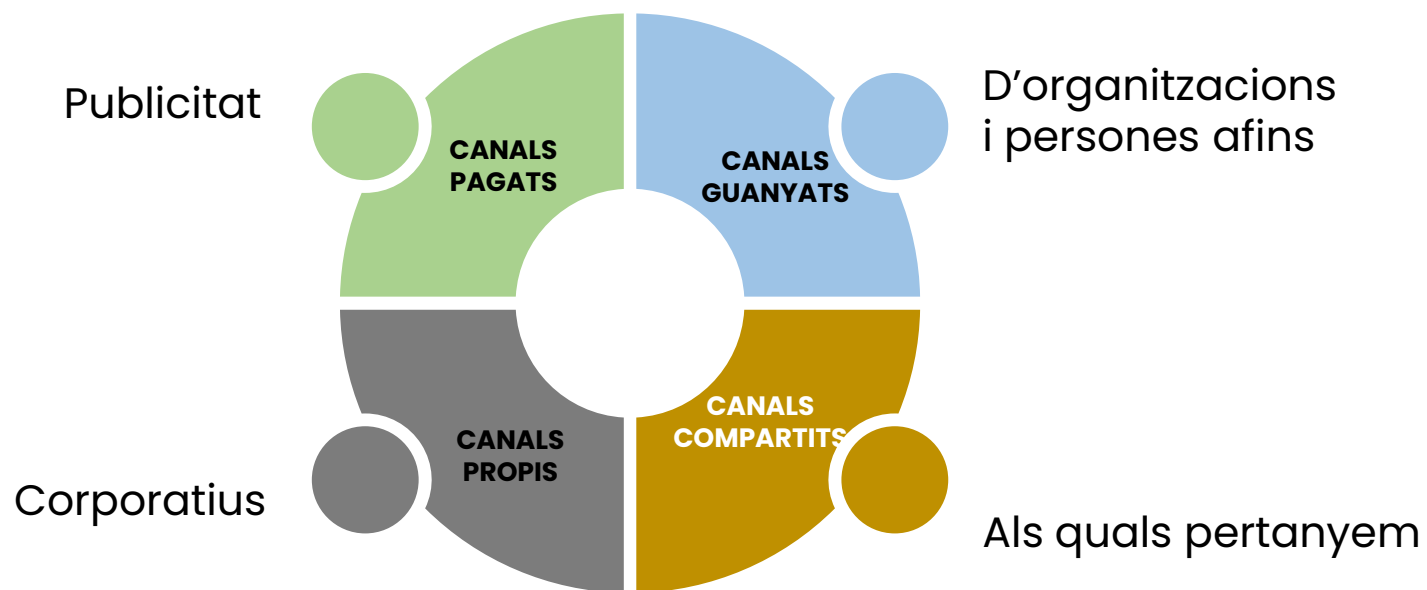
3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CANALS





3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

CANALS



ALERTA!
Imprescindible
segmentar per públics!



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

CANALS

CANALS PROPIS

Web

Correus electrònics

Trameses

Instagram

Twitter

Facebook

Whatsapp

Telegram

Mitjans de comunicació

Reunions

Trucades

Encartellades

Embustiades

Accions

Actes

Jornades

Dia a dia!

De l'entitat i de la barra de bar!

3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

CANALS

CANALS GUANYATS

Prescriptors
Xarxa relacional



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

- Relat
- Gràfica



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

**“Com més
diferencial més
impacte”**



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

HUMOR



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

CURIOSITAT



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

CREATIVITAT

RACIONAL



**11a FESTA
DE LA
CIÈNCIA**
27 i 28
de maig
al Parc
de la Ciutadella



barcelona.cat/barcelonaciencia
facebook.com/BarcelonaCiencia
twitter.com/BCNciencia
instagram.com/bnciencia
#FestivalCiencia17

Tallers, demostracions,
instal·lacions tecnològiques,
debats, espectacles de nit
i molt més!





3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

INFORMATIU

museu de **ciències naturals**

COMRàdio **el Periódico**

TOTES LES RESPOSTES AL PARC DE LA CIUTADELLA 12 i 13 DE JUNY

LA FESTA DE LA CIENCIA 2010

**DISSABTE 12, DE 16 A 24H
DIUMENGE 13, D'11 A 15H**

PER QUÈ SUCCIONA UN TORNADO?
Poden ploure granotes?
COM VEUEN EL CEL LES FORMIGUES?
PER QUÈ TENIM EMPREMTES DACTILARS?
PER QUÈ S'ENCOMANA S'ENCOMANA?
PER QUÈ PENGEN ELS TESTICLES?
Per a què serveixen les claus dicotòmiques?
Què és un volcà: part d'un paisatge, un conducte o un procés?
ENS POT RECONÈIXER UN ROBOT?
DE QUÈ ESTAN FETES LES GALAXI ES?
COM S'ORIENTA UN ROBOT?
PER QUÈ LES RODES SÓN RODONES I NO QUADRADES?
Per on fan caca els arbres?
Quins factors provoquen la desertització?
Què és l'antimatèria?
PER QUÈ NO VEIEM ESTRELLES VERDES?
D'ON VE LA MASSA DE LES PARTÍCULES?
COM S'ORIENTA UN ROBOT?
QUIN CUB DE VENTILADOR ARRIPSEM EL MATEIX?
Per què els gats sempre cauen de peu?
Què plantes poden neixi una síndria sense llavors?
HI HA ROQUES VOLADRESS?

Ajuntament de Barcelona www.bcn.cat/canalcultura

BARCELONA CULTURA

3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA

CREATIVITAT



UN MINUT DE SILENCI

Un minut de silenci per allò que van lluitar els nostres avis. Guardem silenci per Tirant lo Blanc i els contes que ens llegien els pares. Un minut per “en la terra humida escric, estic boig per tu”. La Rosa d’Abril i els concerts d’oques grasses, per la Mercè Rodoreda, els plats de Santi Santamaria i els correfocs. Un minut de silenci per tot l que ens quedarà per dir-nos. Si no parlem català tot el que som desapareixerà

ALERTA!
**Una acció no alineada
amb el relat pot destruir
la imatge de marca**



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA CREATIVITAT

- **Diferencia't**
- **Posa-li un títol (#)**
- **Un bon argumentari**
- **Un estètica treballada**
- **Dona la informació clau**



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA INDICADORS

Què volem avaluar com assoliment de l'objectiu?

- Conversió (venda entrades / donatius / ...)
- Impacte a mitjans de comunicació
- Captació de contactes / seguidors
- Aliances estratègiques engegades
- ...?¿



3. DEFINICIÓ DE CAMPANYA





4. CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA



Tota la comunicació a una



4. CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA

“Només tu saps tot el que dius”

- 1% visualització a xarxes
- 35% obertures mailing



4. CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA

PLA D'ACCIONS

**8 dies de
glòria**

desert

**compte
enrere**

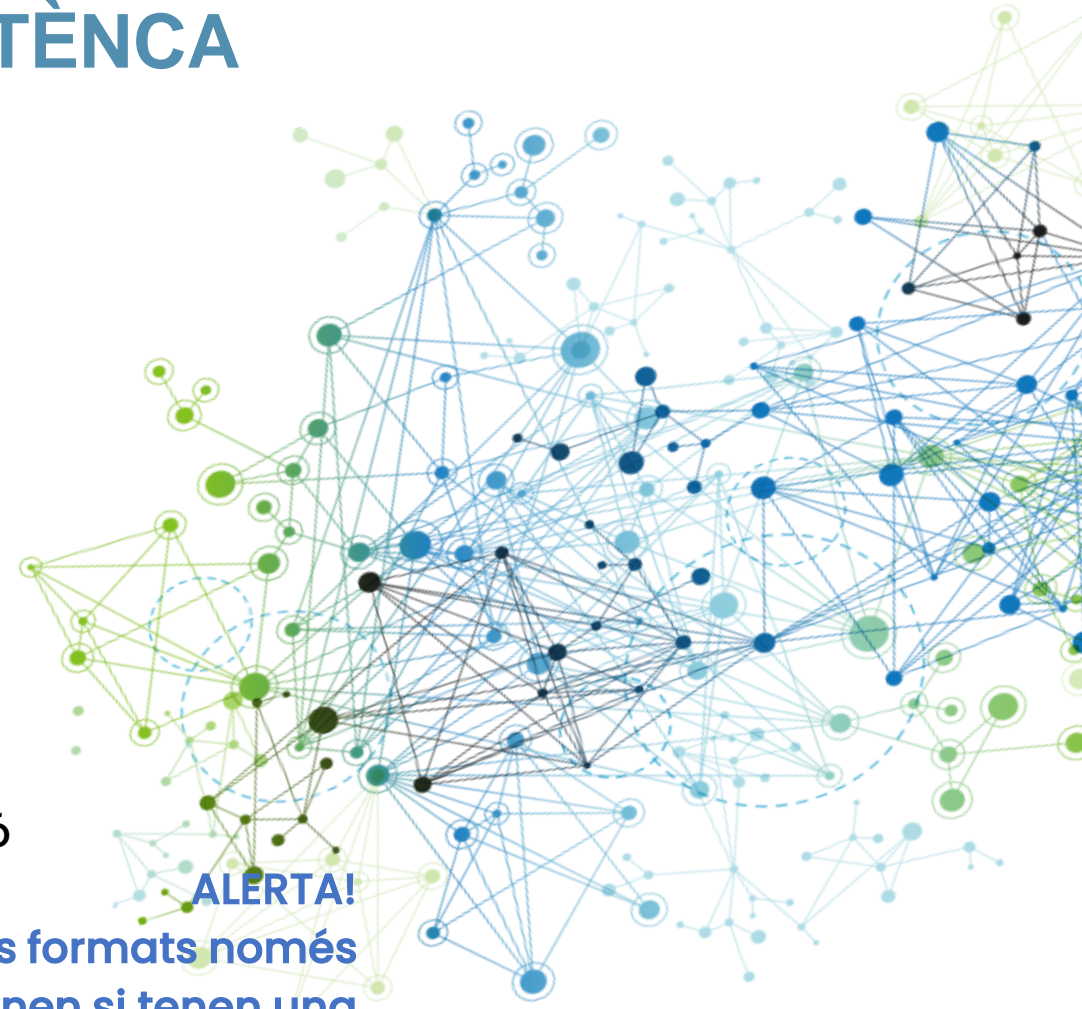
4. CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA

PLA D'ACCIONS

- Vídeo d'engegada
- Gràfiques de justificació campanya
- Compartir l'evolució del repte
- Prescriptors interns / externs
- Acte central de campanya
- Gammificació
- Debats – live o en viu
- Entrevistes a mitjans de comunicació

ALERTA!

**Aquests formats només
funcionen si tenen una
bona xarxa de distribució**





4. CONSISTÈNCIA I PERSISTÈNCIA PLA D'ACCIONS





5. TANCAMENT DE CAMPANYA

- Agraïr tothom qui ha fet possible la campanya
- Incorporar les dades a la comunicació habitual
- Extreure aprenentatges cara futures campanyes



5. TANCAMENT





Moltes gràcies!

Aina Serra Julià
ainasj@lasembra.cat
www.lasembra.cat
Twitter: @LasembraC
Instagram: @lasembra

