

# El Pla de Comunicació: com ha de ser i per a què serveix



# Continguts de la sessió d'avui

- Què és un pla de comunicació?
- Per què és important per al meu projecte cultural?  
Quins beneficis aporta?
- Anàlisi i diagnosi de comunicació
- DAFO
- Objectius
- Relat
- Públics
- Canals
- Pla d'accions
- Calendarització i KPIs



# Comencem!

---



**Què és un pla de comunicació?**

# Què és?

- És el full de ruta que ens ajuda a arribar als nostres objectius estratègics.
- Utilitzant la comunicació com a eina.
- Els recursos, el temps, el context, etc. definiran les accions per arribar al cim.



# Què és?

- El pla de comunicació ha de tenir en compte:
- L'estrategia de l'entitat, empresa, projecte, etc.
- Planificació a curt, mig i llarg termini.



# Què és?

- Per crear-lo, entre altres coses, haurem de definir:
  - Objectius
  - Relat
  - Públics
  - Canals
  - Accions



# Què és?



- Fa un retrat de la nostra situació actual.
- De com estem en relació al nostre entorn.
- Ens obliga a baixar a terra coses que normalment queden difuses.





# Què és?

- És el document que marcarà:
  - Què hem de fer
  - Com
  - Amb qui
  - Per a qui
  - Quan



# Què és?



- Vigència?
- Abans 5 anys (generalment).
- Ara 3 (aprox.).



**Per què és important per al meu projecte cultural?  
Quins beneficis aporta?**

# Per què és important per al meu projecte?

- Ens obliga a DEFINIR i treballar amb ESTRATÈGIA.



# Per què és important per al meu projecte?

- És una oportunitat per a:
  - Les organitzacions, empreses, projectes, etc.
  - I per als equips.
- Tot s'ordena i té un perquè.

**NO CAOS**

# Per què és important per al meu projecte?

- Ens permet treballar alineats amb la nostra estratègia.
- No caminar a cegues / anar a tort i a dret.



# Per què és important per al meu projecte?

- Genera més complicitat interna i amb el projecte.



# Anàlisi i diagnosi de comunicació



# Anàlisi i diagnosi



- Anem a pams:
  - Anàlisi?
  - Diagnosi?
- Veiem-ho.



# Anàlisi i diagnosi



- Anàlisi:
- Anàlisi de la competència.
  - Més propera
  - Llunyana
  - Referent



# Anàlisi i diagnosi

- Diagnosi:
- De la comunicació feta fins el moment.
  - Canals interns
  - Canals externs
  - Online
  - Offline
- Amb les conclusions, normalment s'acaba analitzant també COM treballem la comunicació.



**DAFO**

# DAFO



- És important fer un DAFO per, després, dibuixar els objectius de manera més estratègica.
- Què és un DAFO?



# DAFO

- D.A.F.O.
- Debilitats
- Amenaces
- Fortaleses
- Oportunitats



# DAFO

- Important:
- Fer-lo de manera participada.
- Persones de perfils diferents dins l'organització.
- Així tenim mirada 360.



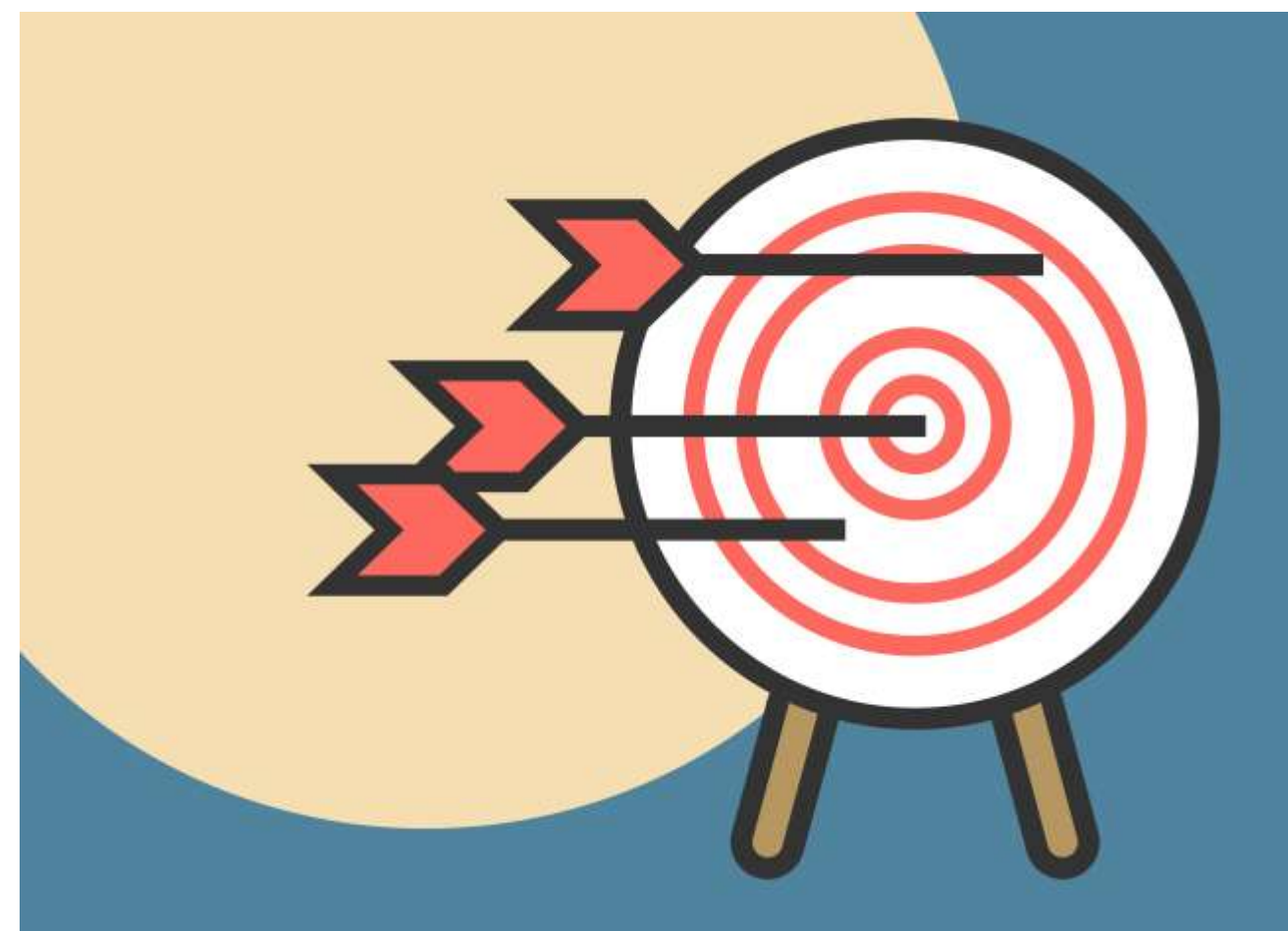
**Objectius**



# Objectius



- La comunicació ha d'estar al servei dels objectius del projecte.
- Sempre hem de comunicar amb objectiu/s.



# Objectius



- Teniu clars els vostres objectius?
- Què voleu aconseguir?
- Fem llista d'alguns possibles objectius?



# Objectius

- Que ens coneguin / Donar a conèixer el projecte
- Diferenciar-nos d'altres projectes / competència
- Aconseguir socis / sòcies
- Que s'apuntin a alguna cosa
- Fidelitzar el nostre públic
- Vendre entrades



# Objectius

- Generar comunitat
- Ampliar territori
- Rejuvenir el públic
- Implicar l'equip de treball
- Fer equip / complicitat amb altres projectes



# Objectius

- Els grans errors:
- Fer soroll
- Perdre temps
- Perdre diners



# Objectius



- Al servei de la causa.
- Teniu clars els vostres objectius?



**Relat**

# Relat

- El pla de comunicació ha de deixar clar com ens expliquem al món.
- Qui soc?
- Què em diferencia de qui fa alguna cosa similar a mi?
- Quins són els meus valors?

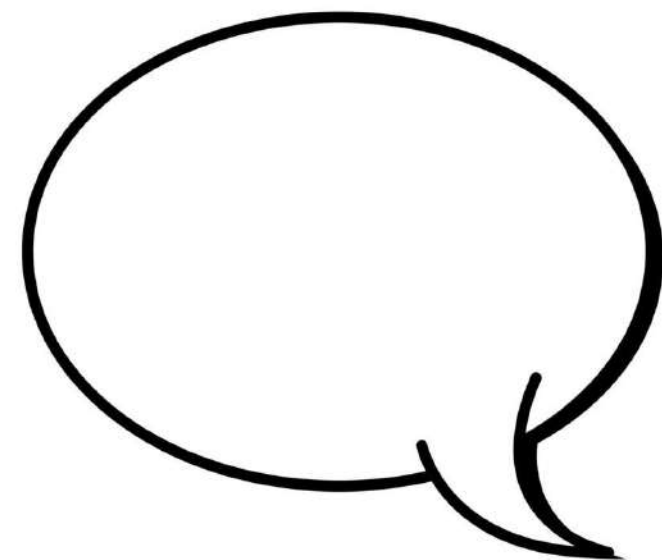




# Relat



- El teu relat és el que t'explica, el que et diferencia, el sentit del del projecte.
- La causa sobre la qual es genera un vincle.
- L'objectiu, la raó de ser, el fet diferencial...
- M'acosto al teu projecte per...? Faig servir els teus serveis per...?
- Per què venen a vosaltres? Per què voleu que vinguin a vosaltres? Què us diferencia de la resta?



# Relat

---



- Aquest fet diferencial, aquest relat, ha de ser present en tota la vostra comunicació.
- Els elements de comunicació han de traspuar el teu relat.

LEMA

LÍNIA GRÀFICA

CARTELLS

ETC.

# Relat



- Què som? Què ens diferencia?
- És innovador?
- És extraordinari?
- És interessant?
- És imprescindible?
- És rellevant?
- És un repte?
- És original?
- **IMPORTANT: QUE SIGUI REAL: NO HEM DE VENDRE FUM!**



# Relat



- Sabeu definir el vostre relat?



**Públics**

# Públics



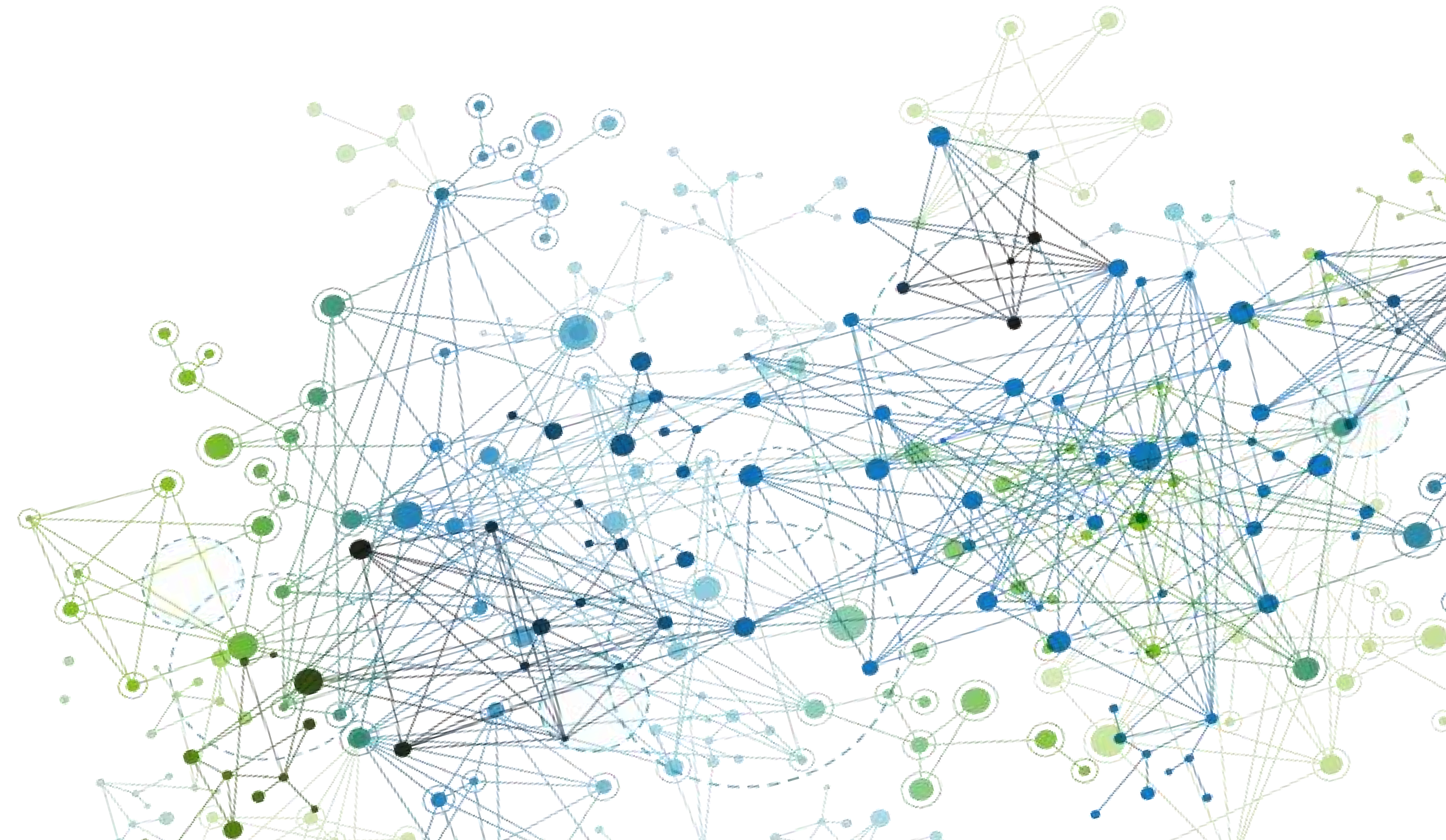
- A qui ens dirigim?
- Tenim clar qui es exactament el nostre públic?
- Només tenim un perfil de públic?
- On el/s trobem? Online/offline?
- Qui és la nostra comunitat?



# Públics



- A més dels públics a qui ens dirigim...
- ..hem de pensar en aquells públics/col·lectius amb qui fer xarxa...
- ... per aconseguir els nostres objectius.
- Aquesta xarxa us farà créixer.





**QUI FARÀ CÓRRER EL TEU  
MISSATGE DES DE LA  
CONFIANÇA?**



# Canals

# Canals



- Cal identificar els canals en relació als públics als que et vols dirigir.



# Canals



- On és la meva gent?
- A través de quins canals m'hi relaciono?



# Canals

---



- Web
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Linkedin
- Tiktok
- Whatsapp
- Telegram
- Correu electrònic
- Newsletter
- Cartells
- Reunions
- Enviaments postals
- Embustiada
- Jornades
- Sopar comunitari
- Altres

# Canals



- Tenim clar quins han de ser els nostres canals?



# Pla d'accions

# Pla d'accions



- Quan fem el pla d'accions?
- Quan ja tenim clar TOT el que hem presentat fins ara:
  - Objectius
  - Relat
  - Públics
  - Canals



# Pla d'accions

- Les accions han d'estar:
  - Lligades als objectius.
  - Associades als diferents públics.
  - Definides segons canal.

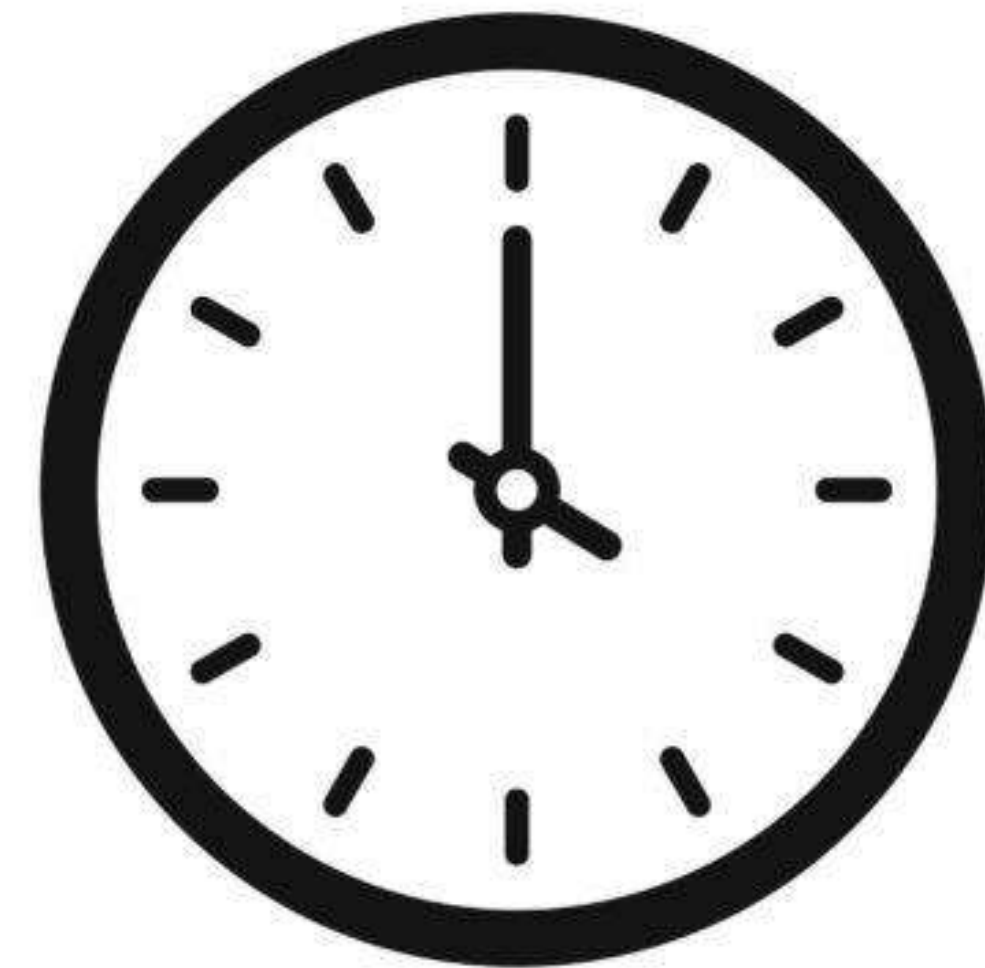




# Pla d'accions

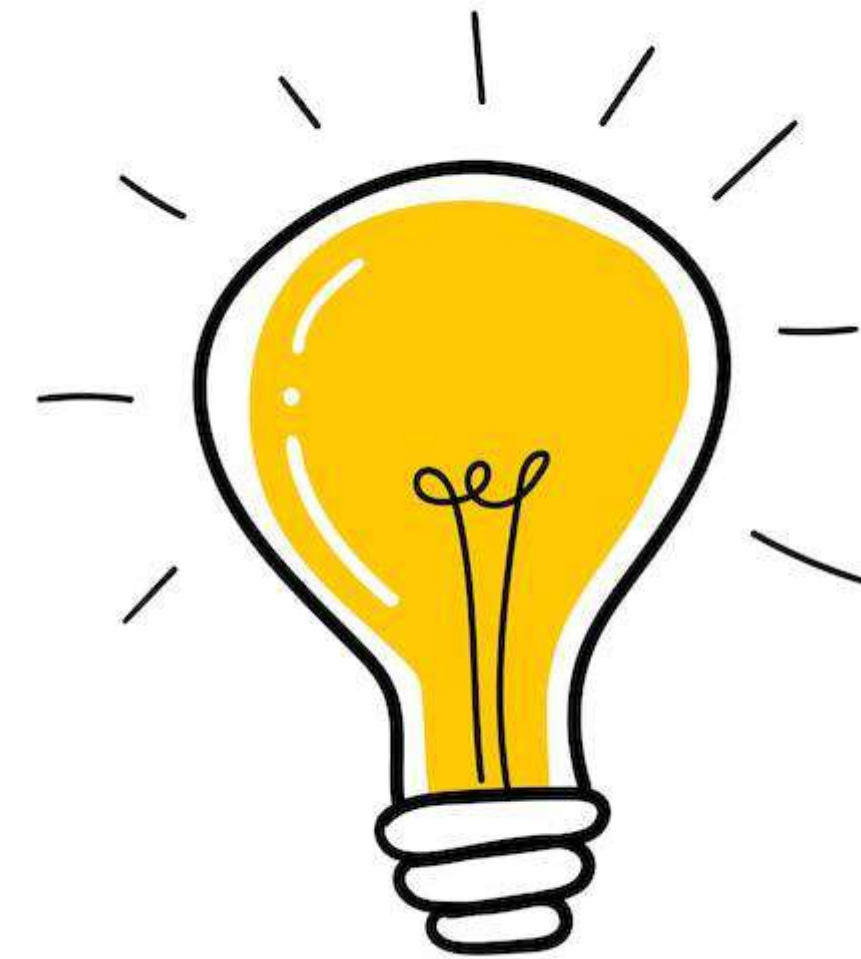


- Les accions poden ser:
  - A curt termini.
  - Mig termini.
  - Llarg termini.



# Pla d'accions

- Sempre definides i pensades tenint en compte:
- Equip humà.
- Temps.
- Capacitats.
- Coneixements.
- Pressupost.



# Pla d'accions

- Com aconseguim dibuixar un bon pla d'accions?
- També de manera participada.
- I treballant partint dels diferents objectius.



# Pla d'accions



- Teniu clar el vostre pla d'accions?



# Calendarització i KPIs

# Calendarització i KPIs

- Ara que ja tenim el pla d'accions, cal baixar-lo a terra.
- Quan fem cada cosa?
- Com sabem que aquestes accions estan funcionant?



# Calendarització i KPIs

- Planificació:
- Primer JERARQUITZEM les accions.
- Després les CALENDARITZEM.
- Cal ser REALISTES.



# Calendarització i KPIs

- KPIs.
- Com sabem que les accions que hem decidit fer funcionen?
- Hem de decidir paràmetres de mesura.
- Han d'anar associats a les diferents accions.
- Sempre diferents segons quina sigui l'acció.





# Conclusions

# Conclusions

- El pla de comunicació és un element central i bàsic del teu projecte.
- Recordeu els elements que hem de tenir en compte:



# Conclusions



- Anàlisi i diagnosi de comunicació
- DAFO
- Objectius
- Relat
- Públics
- Canals
- Pla d'accions
- Calendarització i KPIs



# Ara, a posar-ho en pràctica!



# Teniu preguntes?





# Moltes gràcies!

Sílvia Llombart Monner  
silviallm@lasembra.cat  
www.lasembra.cat  
Twitter: @LasembraC  
Instagram: @lasembra

