

Quina ha de ser l'estratègia de comunicació del meu projecte cultural?

Continguts de la sessió d'avui



- Què és i per a què serveix una estratègia de comunicació
- Diferència entre estratègia i pla de comunicació
- Anàlisi pròpia i de l'entorn
- Objectius
- Qui és el meu públic
- Relat
- Pla de comunicació
- Cronograma
- Avaluació i ajustaments

Comencem!



Què és una estratègia de comunicació?



Què és i per a què serveix?

- Pla d'acció creat per assolir objectius de comunicació específics.
- Ens ajuda a definir, elaborar i llançar missatges de manera més efectiva.
- A través de qualsevol canal i per a qualsevol tipus de públic.



Què és i per a què serveix?

- Per tal que sigui efectiva...
- ... consciència que la comunicació és prioritària per a l'organització.
- Tant la comunicació externa com la interna.

IMPORTANT

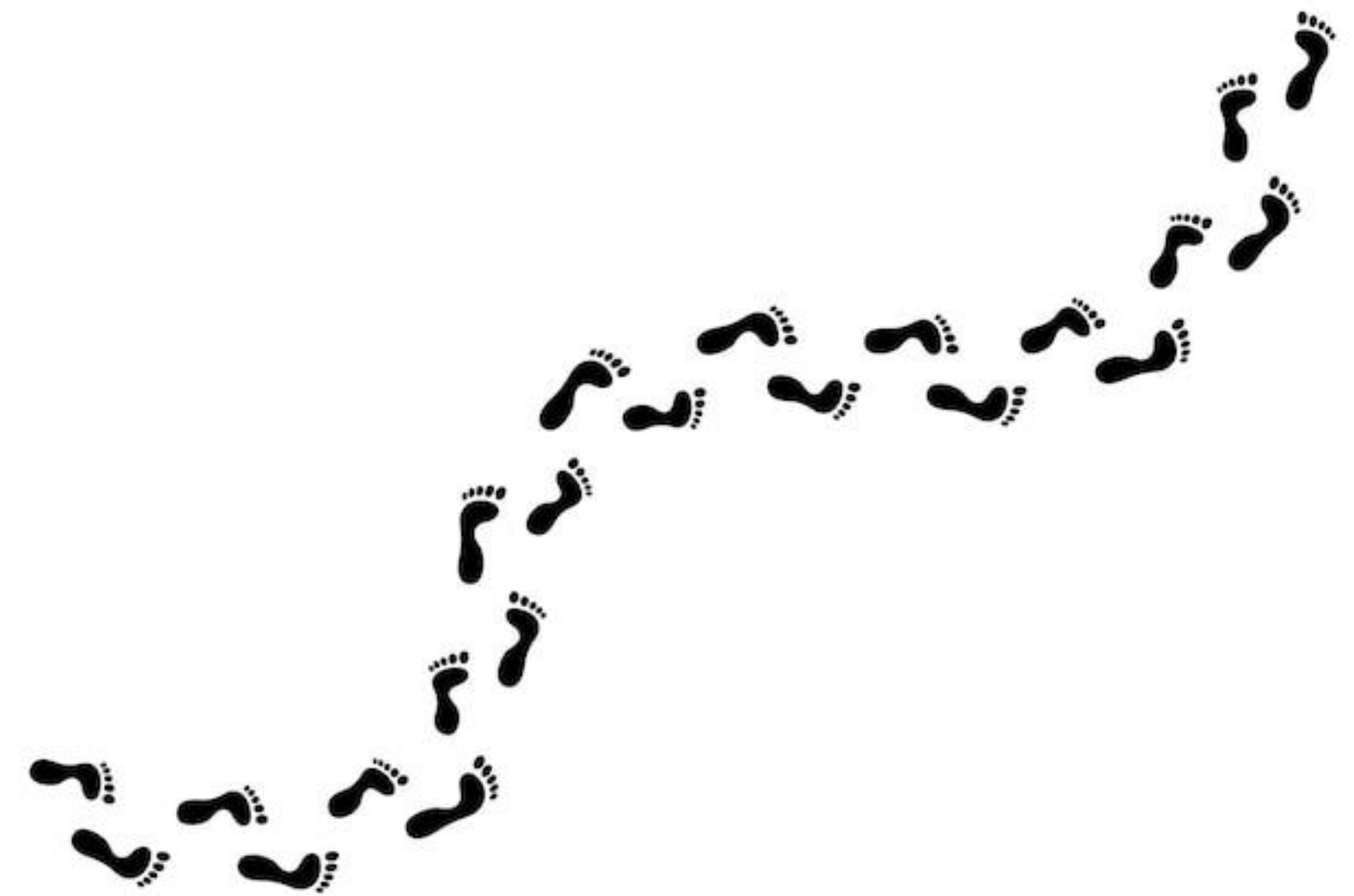
Què és i per a què serveix?

- L'estratègia cal que:
 - Estigui alineada amb els objectius de l'organització.
 - Amb els seus valors.
 - Sigui honesta.
 - Amb bon coneixement dels públics objectiu.



Què és i per a què serveix?

- Passes per elaborar una estratègia de comunicació:
 - 1. Anàlisi de la situació inicial.
 - 2. Definició d'objectius
 - 3. Definició del públic objectiu
 - 4. Definició dels missatges
 - 5. Definició dels canals
 - 6. Planificació estratègica
 - 7. Medició i avaluació de resultats



Què és i per a què serveix?

- Tipus d'estratègies de comunicació.
- N'hi ha moltes, en veiem algunes.



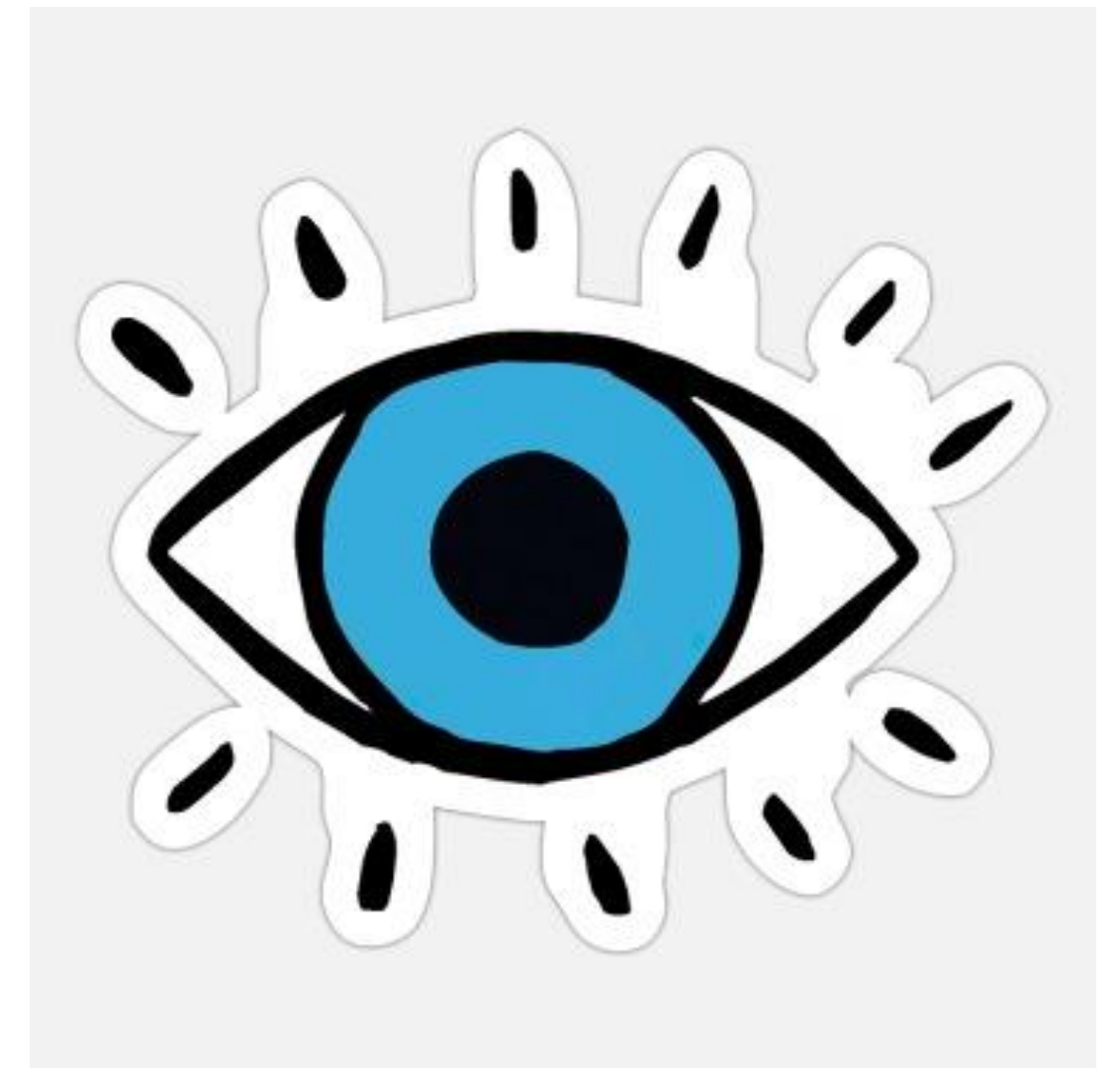
Què és i per a què serveix?

- **Estratègia de llançament:**
 - De la pròpia marca
 - D'un nou producte/servei/espectacle
- En tots dos casos cal planificar amb temps per aconseguir màxim impacte en el moment clau.



Què és i per a què serveix?

- **Estratègia de visibilitat:**
- Posicionar-nos abans de la conversió.
- Error: creure que la visibilitat són impressions a xarxes socials,
- Cal alimentar relacions a mig i llarg termini.
- Cal “engagement”/compromís



Què és i per a què serveix?

- **Estratègia de confiança:**
- Per una conversió assegurada, ens cal la confiança.
- Aquest tipus d'estratègia acostuma a basar-se en la prova social: mostrar que el que oferim ja ha funcionat/agradat a altres persones.
 - Testimonis
 - Logotips d'organitzacions que han confiat en nosaltres
 - Etc.



Què és i per a què serveix?

- **Estratègia d'expansió:**
- Si ja tenim una marca visible, ben posicionada i que té la confiança del públic...
- ...potser el pas següent és fer-la créixer.
- Com es pot créixer?
 - Nous mercats
 - Nous públics
 - Nous serveis/productes



Què és i per a què serveix?

- **Estratègia de comunicació interna:**

- Serveix per garantir que totes les persones que pertanyen a una organització estan informades dels plans, polítiques, procediments, etc.
- També serveix per ordenar l'accés als diferents materials/informació de les persones de l'organització.
- Si es fa bé, serveix també com a:
 - Eina de cohesió interna.
 - Eina per a millor la reputació de l'organització a través dels seus memebres.



Què és i per a què serveix?

- Sigui quina sigui l'estratègia que volem dur a terme:
 - Definir bé què volem aconseguir
 - Els missatges/relat
 - El públic a qui volem arribar
 - Els canals

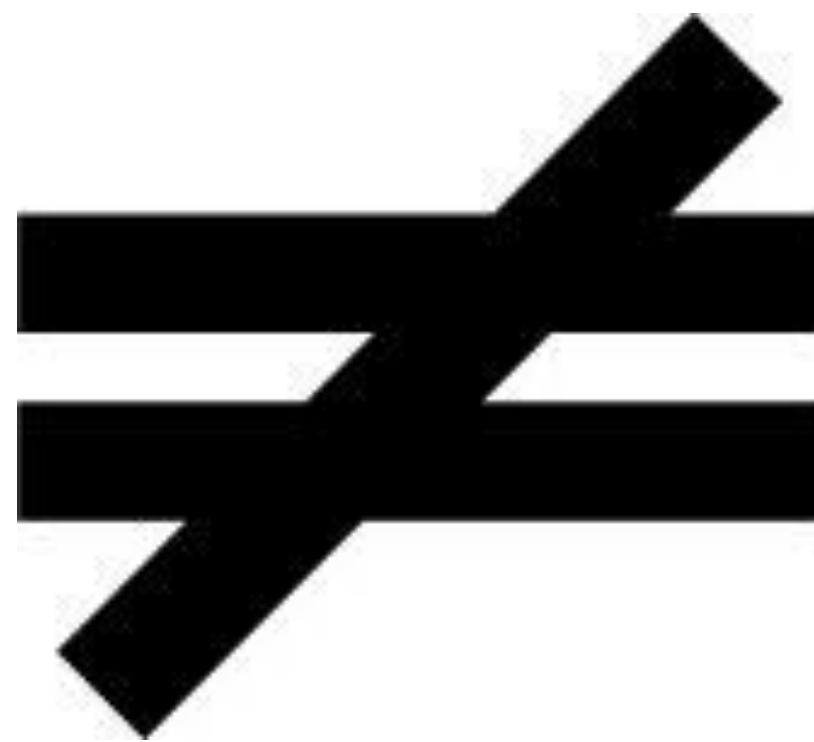


Diferència entre estratègia i pla de comunicació



Diferència entre estratègia i pla de comunicació

- No són el mateix.
- Estratègia de comunicació: defineix un objectiu general de l'organització.
- Pla de comunicació: estableix les eines per arribar a aquest objectiu → les accions concretes i el calendari.



Diferència entre estratègia i pla de comunicació

- L'estratègia de comunicació estableix les directrius generals i els objectius. El pla de comunicació detalla les accions específiques i els recursos necessaris per implementar aquesta estratègia.
- Tota estratègia ha de comptar amb un pla de comunicació, per tal de dur-la a terme.
- Tot pla de comunicació ha de tenir mirada estratègica prèvia.



Anàlisi pròpia i de l'entorn



Anàlisi pròpia i de l'entorn

- Abans de decidir res, hem de saber:
- On som
- On són les altres organitzacions del nostre sector.



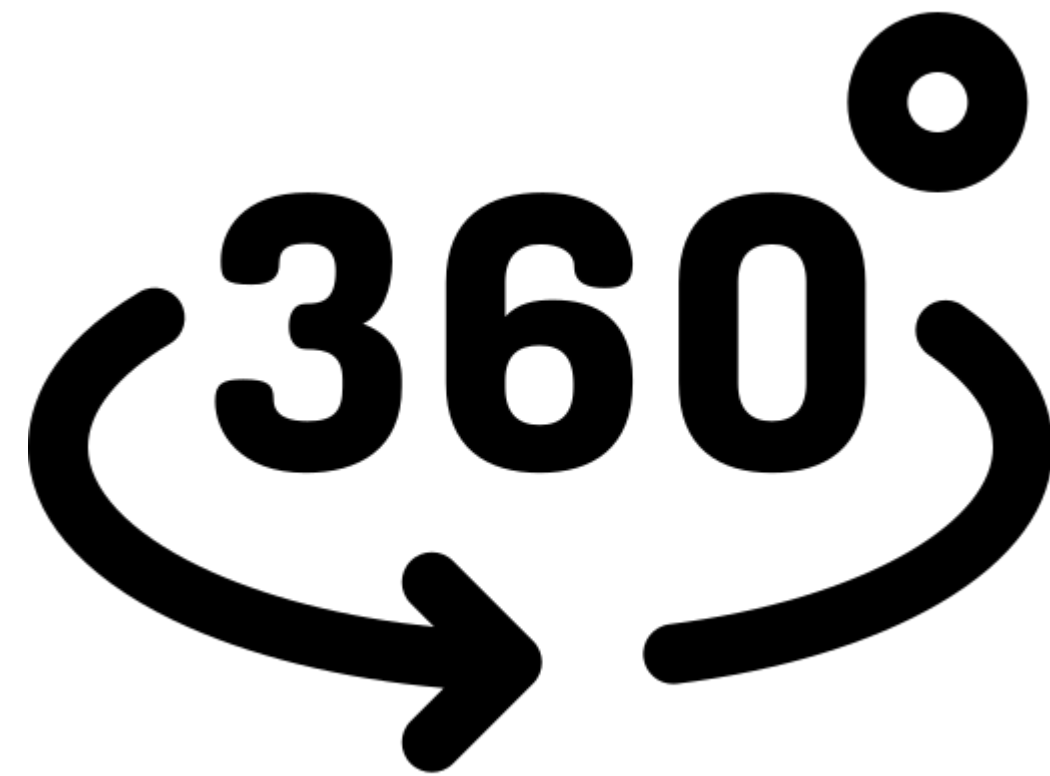
Anàlisi pròpia i de l'entorn

- Com ho fem?
- DAFO
- Fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces que poden afectar la implementació de l'estratègia de comunicació.
- Cal fer aquest DAFO pensant en els objectius de l'estratègia de comunicació.



Anàlisi pròpia i de l'entorn

- Important: fer-ho en equip.
- Una sola persona té una mirada limitada. Cal mirada 360 de l'organització.
- Les conclusions del DAFO ens ajudaran a dibuixar millor els objectius.



Objectius



Objectius

- Els objectius definiran quina mena d'estratègia volem dur a terme.



Objectius

- Important:
- Establir objectius SMART
 - Específics
 - Mesurables
 - Assolibles
 - Rellevants
 - I amb temps determinats.



Qui és el meu públic?



Qui és el meu públic?

- Aquests objectius que hem definit...
- ...han d'estar dirigits a un públic determinat.
- Si saben a qui ens dirigim, adaptarem els missatges de manera més efectiva.



Qui és el meu públic?

- Teniu clar qui és el vostre públic?
- Nous públics?
- Públic potser no directe, però que fa d'altaveu del teu missatge?
- Prescriptors/influencers
- Mitjans de comunicació
- Aglutinadors



Qui és el meu públic?

- Quan ho tenim clar:
- Segmentació del públic objectiu.
- Coneixement dels interessos i necessitats del públic.



Relat



Relat

- Què és?
- És la història o missatge central que es vol transmetre al públic.
- Destaquem els valors, la missió, el propòsit de l'organització o del producte/servei.
- Important: que aquest relat connecti emocionalment amb l'audiència.



Relat

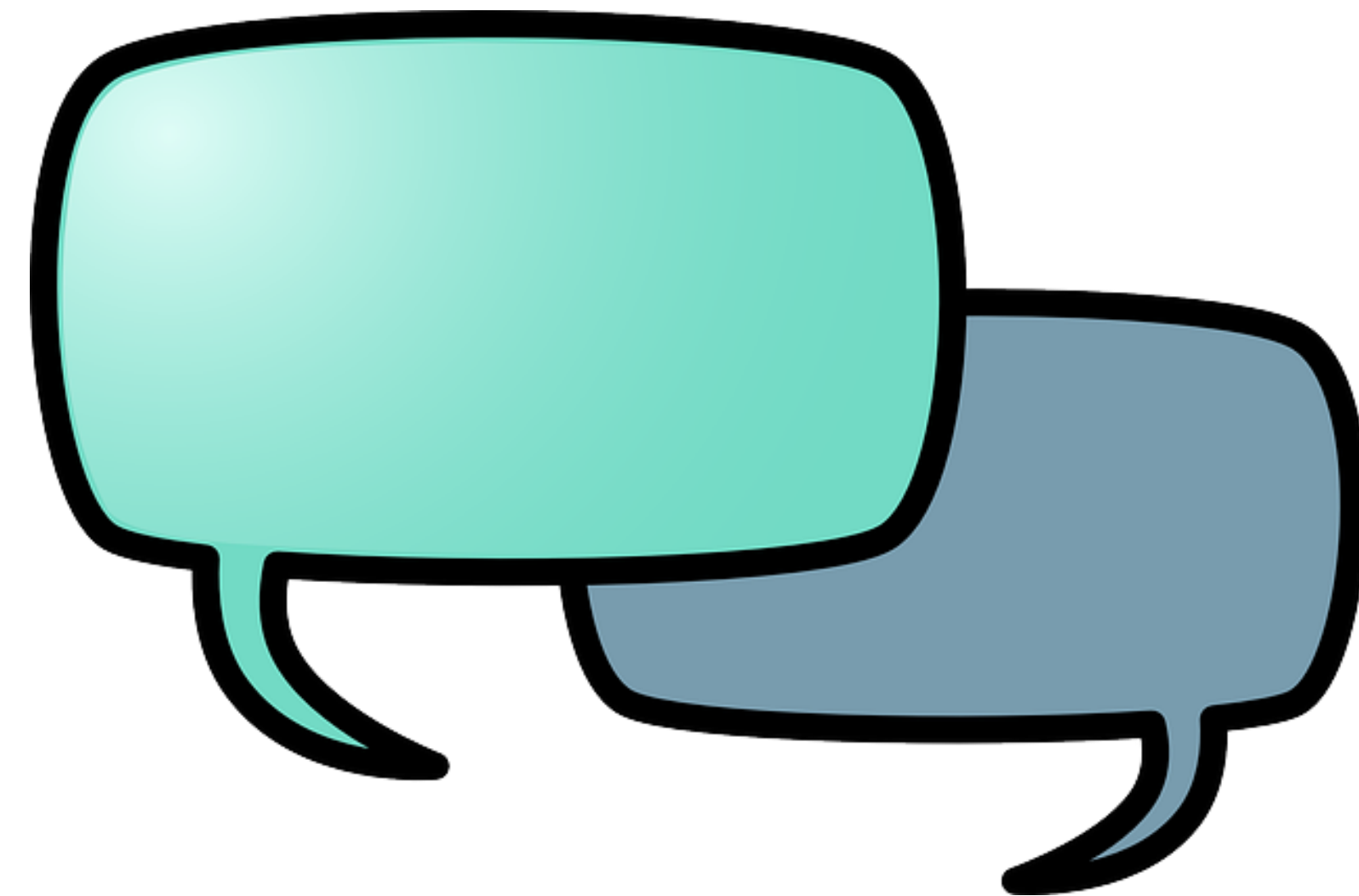
- El relat, la idea principal, és el que després convertirem en:
 - Missatges a xarxes socials
 - Vídeos
 - Gràfiques
 - Dossiers
 - Butlletins
 - Cartells
 - Etc.



Relat



- El relat ha de ser:
 - Coherent amb nosaltres
 - Cert
 - No vendre fum
 - Diferenciar-se



Pla de comunicació



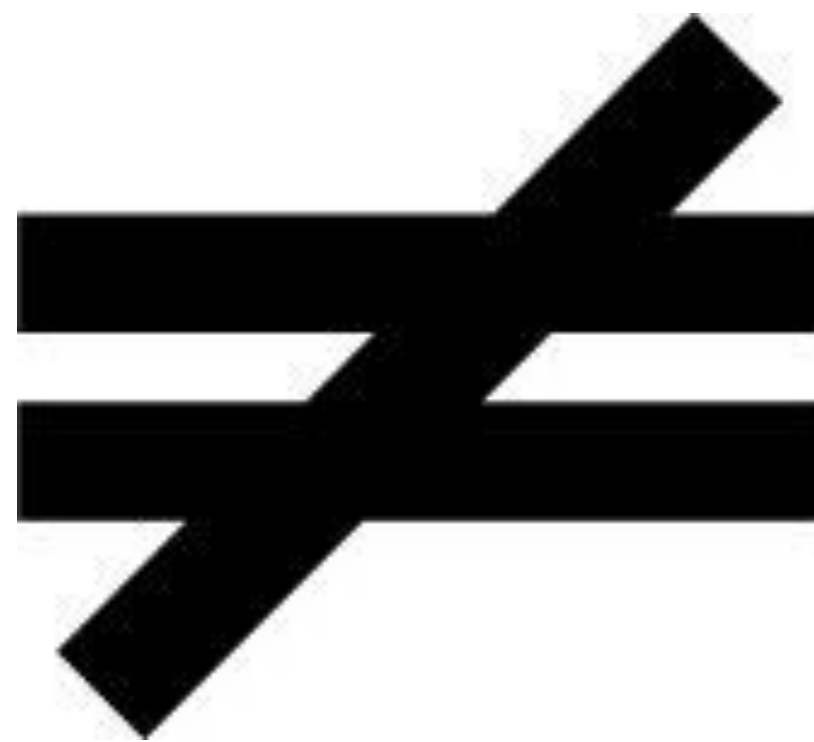
Pla de comunicació

- Recordem el que hem dit al principi.
- Quina és la diferència entre estratègia i pla de comunicació?



Pla de comunicació

- No són el mateix.
- Estratègia de comunicació: defineix un objectiu general de l'organització.
- Pla de comunicació: estableix les eines per arribar a aquest objectiu → les accions concretes i el calendari.



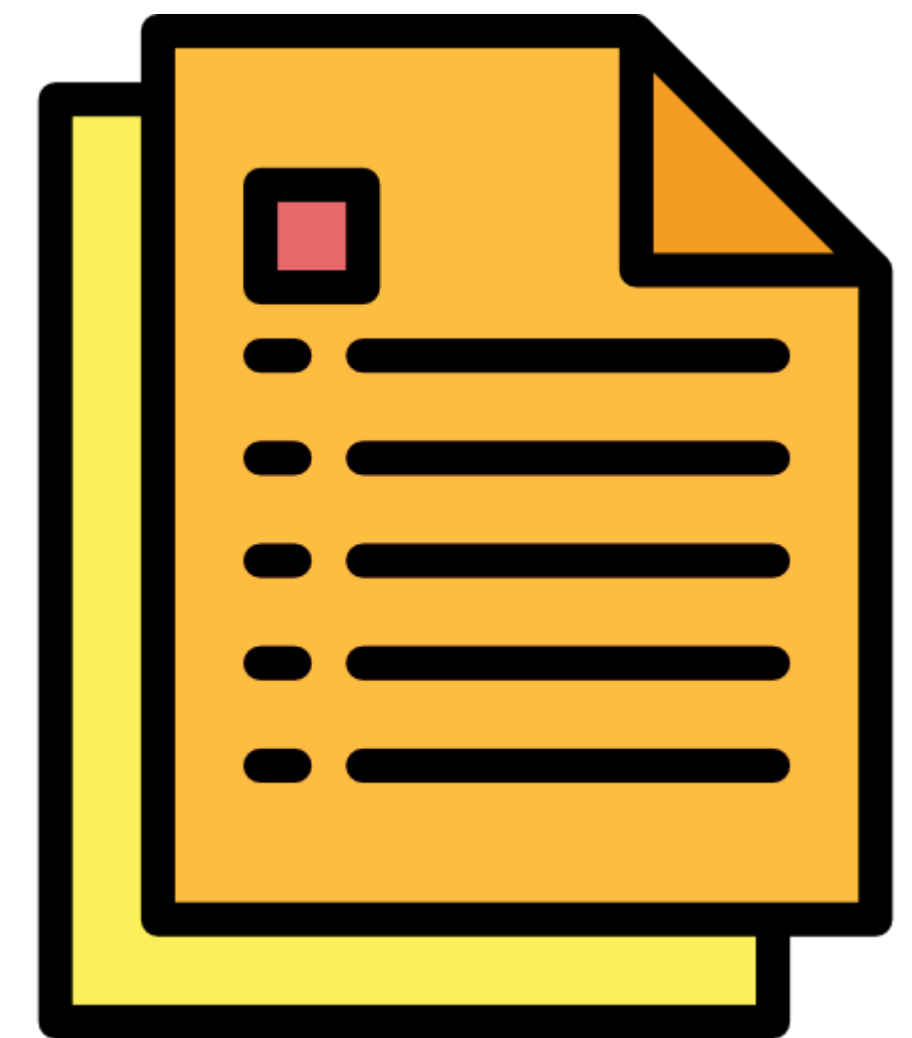
Pla de comunicació

- L'estratègia de comunicació estableix les directrius generals i els objectius. El pla de comunicació detalla les accions específiques i els recursos necessaris per implementar aquesta estratègia.
- Tota estratègia ha de comptar amb un pla de comunicació, per tal de dur-la a terme.
- Tot pla de comunicació ha de tenir mirada estratègica prèvia.



Pla de comunicació

- Per tant, el pla de comunicació...
- ...és el document que...
- ...detalla les tàctiques i accions específiques que s'implementaran per aconseguir els objectius de comunicació.



-

Pla de comunicació

Enllaç

A) 5 de juny: El Pla de Comunicació: com ha de ser i per a què serveix

Sessió oberta online. De 10h a 13h. Us hi podeu inscriure.

B) Octubre: Crea el teu pla de comunicació amb assessorament

Programa d'acompanyament grupal. 4 sessions presencials.

10 projectes.

Cal presentar candidatura (formulari) i es farà selecció.

Pla de comunicació

- En aquestes sessions cada projecte treballarà:
 - DAFO
 - Objectius
 - Públics
 - Relat
 - Canals
 - Pla d'accions



Cronograma



Cronograma

- Estableix les dates límit per a la implementació de cada iniciativa de comunicació.
- Indica el moment en què s'han de realitzar les diferents accions
- Així assegurem una execució eficaç de l'estratègia de comunicació.



Cronograma

- Quan fem el cronograma cal:
- Jerarquitzar les accions.
- Ser conscients que la jerarquitització és important però cal efectivitat.
- Potser el més important no és el que podrem fer en primer lloc.
- Cal pensar en: dedicació, pressupost, facilitat d'implementació, etc.



Avaluació i ajustaments



Avaluació i ajustaments

- Fer tota aquesta feina que hem explicat fins ara...
- ... no té cap sentit si no en fem avaluació.
- Està funcionant el que hem decidit fer? El que hem planificat? Allà on estem invertint diners?



Avaluació i ajustaments

- Mesurament dels resultats de l'estratègia de comunicació.
- Identificació d'èxits i àrees d' millora.
- Flexibilitat per a ajustaments segons el desenvolupament del projecte.



Avaluació i ajustaments

- Com medim?
- Dependrà de les accions que haguem decidit tirar endavant.
- Veiem alguns exemples:



Avaluació i ajustaments



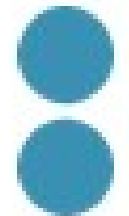
- Mètriques de xarxes socials i web.
- Enquestes i recull de retroalimentació directa del públic.
- Seguiment de presència a mitjans de comunicació.
- Organització d'esdeveniments i activitats. Participació? Resposta del públic?
- Venda d'entrades.
- Número de persones sòcies noves.
- Etc.

Dubtes finals?



Pregunteu :-)





Moltes gràcies!

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

