



**Servei de
Desenvolupament
Empresarial**

Apunts per fer el pla de comunicació digital del meu projecte

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

DURANT LA SESSIÓ D'AVUI PARLAREM DE:

1. QUÈ ÉS EL PLA DE COMUNICACIÓ DIGITAL?
2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?
3. OBJECTIUS. Al servei de la causa
4. ESTRATÈGIES. Es fa camí al caminar
5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran
6. CANALS. A quin bar es troba la meva gent
7. CONTINGUTS i PLANIFICACIÓ. No feu soroll!
8. INDICADORS. Avaluar per seguir avançant

1. QUÈ ÉS EL PLA DE COMUNICACIÓ DIGITAL?



1. QUÈ ÉS EL PLA DE COMUNICACIÓ DIGITAL?

El pla de comunicació és una oportunitat per tal que els equips:

- Estiguin més alineats amb l'estratègia
- Tinguin més sentiment de pertinença



2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?

Et teu relat és allò que t'explica, la raó de ser, que et diferencia, la causa sobre la que es genera un vincle,...



2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?



**Hooligans de
la poesia**

POESIA i +

2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?



**Carpa de circ
itinerant**

NILAK

2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?



Museu de camins a l'aire lliure

MUSEU DE CAMINS

2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?



**El primer gegant
amb discapacitat
de Catalunya**

NORMAG

2. RELAT. Qui sóc i què em diferencia?

**I a tu, què et
diferencia?**

3. OBJECTIUS. Al servei de la causa

La comunicació,
un eina al servei del
projecte



3. OBJECTIUS. Al servei de la causa

ELS GRANS ERRORS

Fer soroll

Perdre temps

Perdre diners



3. OBJECTIUS. Al servei de la causa

POSEM ALGUNS EXEMPLES

- Donar a conèixer el projecte
- Vendre entrades
- Generar comunitat
- Ampliar l'abast territorial
- Arribar a un públic de perfil diferent

3. OBJECTIUS. Al servei de la causa

**Quins són els
objectius del vostre
projecte?**

4. ESTRATÈGIES. Es fa camí al caminar

Posa estratègia en
totes les accions
del dia a dia



4. ESTRATÈGIES. Es fa camí al caminar

POSEM ALGUNS EXEMPLES

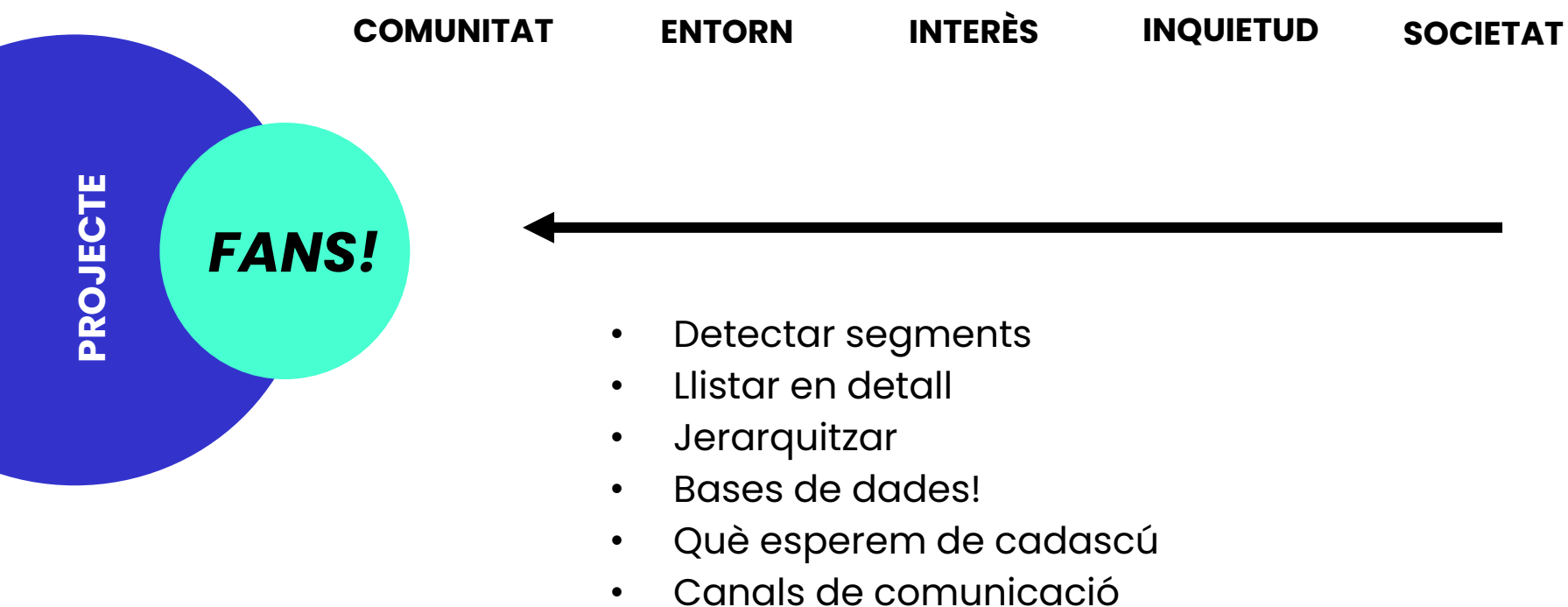
- Definir el to, el llenguatge segons cada canal.
- Definir la imatge gràfica que parla de tu.
- Escollir els idiomes segons filosofia i abast territorial.
- Teixir aliances prescriptors / organitzacions.
- Generar formats segons els públics objectius.
- Generar continguts segons els públics objectius.
- Oferir espais de participació per cada públic objectiu

5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran

Persones, projectes,
entitats, institucions
que permetran assolir
els objectius del
projecte.



5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran



5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran

**EXEMPLE.
TEATRE PROMOU CICLE SOBRE
FEMINISME AMB
ESPECTACLES PER EDATS
DIFERENTS**

5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran

COMUNITAT. Que se senten part del projecte.

- Equip promotor cicle
- Equip treball teatre
- Voluntariat teatre
- Artistes cicle
- Organitzacions vinculades al cicle?
- ?¿

ENTORN. Que se senten properes al projecte:

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

5. PÚBLICS. La xarxa que et farà gran

INTERÈS. Aquí 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
- ..?¿

INQUIETUD. Amb interessos no allunyats:

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

SOCIETAT. Món en general

5. PÚBLICS

Qui farà corre el teu
missatge des d'ela
confiança?

6. CANALS

En quin bar es
troba la meva
gent?

6. CANALS



6. CANALS



6. CANALS

Identifica els
canals en relació
als públics als
quals et vols dirigir

6. CANALS

Web

Correus electrònics

Trameses

Instagram

Twitter

Facebook

Whatsapp

Telegram

Mitjans de comunicació

Reunions

Trucades

Encartellades

Embustiades

Accions

Actes

Jornades

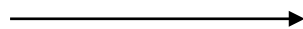
Dia a dia!

De l'entitat i de la barra de bar!

6. CANALS

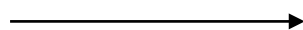
EXEMPLE. TEATRE PROMOU CICLE SOBRE FEMINISME AMB ESPECTACLES PER EDATS DIFERENTS

Equip de treball



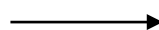
Grup de whatsapp

Públic habitual



Trameses, xarxes socials, canal de
whatsapp / telegram

**Col·lectius joves /
feministes / grans**



Missatge personal, visita presencial

AFA escoles



Tramesa concreta

7. CONTINGUTS I PLANIFICACIÓ

- Sistematitzar
 - Activitat de dia a dia
 - Accions puntuals
 - Accions recurrents
 - Materials propis
 - Captació de base
 - Campanyes
- Formats: vídeo, gifs,
gammificació, gràfiques, fotos...
- Plantilles que facilitin el dia a dia
- Programar

8. INDICADORS

- Definir
 - Seguiment
 - Abast
 - Diferents formats
 - Hores de publicació
 - Millors publicacions
 - Pitjors publicacions
- Jerarquitzar de què vols fer seguiment
- Comparar mensualment
- Conclusions
- **ACCCIONAR CANVIS!**

1. QUÈ ÉS EL PLA DE COMUNICACIÓ DIGITAL?

La comunicació al servei de la causa

Estratègia, estratègia i estratègia

Qui és el teu exèrcit?

Comunicar no vol dir fer soroll

Avaluar i millorar



Moltes gràcies!

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

SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - sorobitg@gencat.cat

Laia Sanahuja - lsanahuja@gencat.cat

Lala Boldú - eboldú@gencat.cat

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat



Generalitat de Catalunya
Departament
de Cultura



Institut Català de les
Empreses
Culturals



Servei de
Desenvolupament
Empresarial