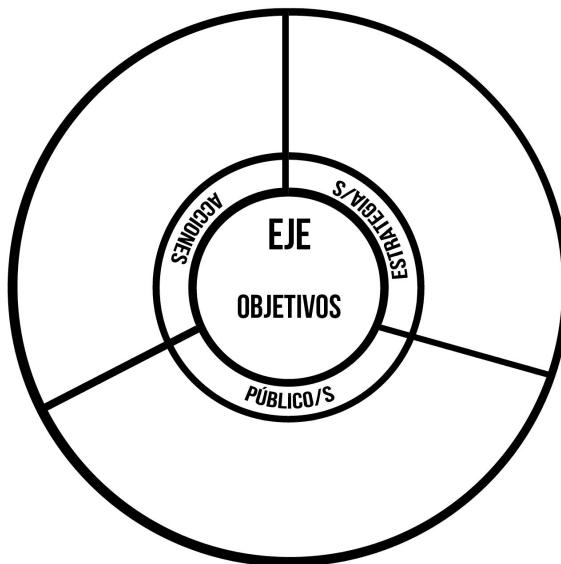


HOJA DE RUTA SOBRE EL PLAN DE COMUNICACIÓN

Comunidades de Práctica



1. Comenzad eligiendo el NOMBRE PARA VUESTRA CAMPAÑA. Si os quedáis atrancadas pasad al siguiente punto ¡no es tan importante! Podéis incluso poner una breve descripción de vuestro tema ¡y listo!
2. Ahora toca elegir el EJE. Este punto os va a ayudar a hacer el tema de nuestra campaña más manejable. Es el mensaje o el valor principal que queremos transmitir, pero no es un eslogan. Es esa idea que va a definir la estrategia en cuanto a contenidos de nuestra campaña. Hay dos preguntas que os pueden ayudar a definir vuestro eje:
 - a. ¿Qué queremos cambiar?
 - b. ¿Qué cambios queremos provocar?
3. Ahora vamos a situarnos entre un par de OBJETIVOS que nos sirvan de marco en nuestra campaña. Puede ser más de dos, pero tampoco nos volvamos locas. Debemos tener claras nuestras metas en esta andadura, por eso debemos preguntarnos: ¿Qué esperamos conseguir con esta campaña?
4. Entre las tres partes en las que se divide nuestro mantel, es aconsejable que comencéis definiendo vuestro/s PÚBLICO/S. Así podréis determinar más tarde las estrategias y acciones más adecuadas a ellos. Para definir vuestro público podéis preguntaros ¿a quién o quiénes dirigimos nuestra campaña? Tratad de especificar lo máximo posible. Si no tenéis datos, tirad de vuestra intuición a la hora de desarrollar el ejercicio, seguro que no vais desencaminadas.

¡Ah! Es aconsejable que elijáis un color de post-it o un color de rotulador para cada público, así lo veréis más claro cuando terminéis. Algunas preguntas de ayuda para definir vuestro público:

- ¿Cuál es su rango de edad o sexo?
- ¿Cuál es su profesión?
- ¿Cuáles son sus intereses o gustos? Preferencias, estilos de vida, etc.
- ¿Nivel socioeconómico? ¿Estudios? ¿Sector?

Consejos:

Recordad tener presente el contexto local, sus códigos y los de la audiencia a la que vais a dirigiros. Por eso cuanto más sepáis de vuestro/s público/s, muchísimo mejor.

5. Turno de las ESTRATEGIAS. Debéis atender a cada público definido para elegir la o las estrategias adecuadas a cada uno de ellos. Puede haber una estrategia macro que contenga otras subestrategias o simplemente varias por cada público ¡vosotras elegís cómo os organizáis! Debéis elegir al menos tres estrategias para el ejercicio, si os atrevéis y os cuadra ¡incluso más!

☀ ¡Recordad! Elegid el color de la estrategia correspondiendo al que escogisteis para su público. ☀

Algunas estrategias pueden ser:

-Medios de comunicación | Medios sociales | Movilización | Educación | Periodismo ciudadano/ participativo

¡Pero pueden ser algunas más! Simplemente buscad la forma de comunicación que se amolde a vuestro público.

6. Y vamos con las ACCIONES. Cada estrategia se desarrollará a través de varias acciones. En total deberíais plantear 5, si planteáis más tampoco pasa nada, todo depende de vuestra campaña. Las acciones son cada uno de los 'productos' en los que se van a materializar vuestras estrategias. Como ayuda, podéis preguntaros: ¿cómo vamos a llevar a la práctica nuestra/s estrategia/s?

Algunas acciones pueden ser:

- Presentaciones públicas
- Hilo de Twitter
- Vídeos
- Instagram Stories
- Charlas
- Memes (Gifs, fotos...)
- Fotografías
- Carteles
- Reuniones
- Infografías
- Notas de prensa

¡Pero pueden ser muchas más!

