



INNOTOOLS PLAN DE COMUNICACIÓN

UVemprèn

PLAN DE COMUNICACIÓN

Elaborar un Plan de Comunicación, en el que se recojan los objetivos, estrategias y acciones de comunicación, será crucial no solo para dar a conocer la existencia de la empresa, negocio, o los productos y/o servicios que se ofrecen, sino también para comunicar la propuesta de valor del negocio, es decir, aquello que hace diferente a la empresa frente a la competencia. En esencia, el Plan de Comunicación constituye un documento de gestión y planificación destinado a conseguir los objetivos estratégicos de la empresa, por ello los objetivos comunicativos deberán estar en consonancia con los objetivos estratégicos de la empresa. Con esta sencilla herramienta trabajarás los elementos esenciales de un Plan de Comunicación, que deberá recoger:

- Para qué se quiere comunicar: **objetivos**
- Qué se quiere comunicar: **mensajes**
- A quién se quiere alcanzar: **público objetivo**
- Cómo: **canales** empleados para contactar, hacer llegar el mensaje al público objetivo (tienda física, tienda online, web corporativa, blog corporativo, redes sociales, publicidad, eventos, merchandising) y establecer una estrategia de promoción y de fidelización de clientes
- Cuándo: **cronograma** en el que se marque la planificación de la comunicación
- Cuánto: **presupuesto** de las acciones de comunicación
- Control: desarrollar un sistema de **medición de los resultados** obtenidos con las acciones de comunicación

OBJETIVOS

¿Qué se quiere conseguir con la comunicación?



PÚBLICO

¿Quién es mi audiencia?



CANALES

¿A través de qué medios establezco contacto?



PRESUPUESTO

¿Cuánto va a costar?



MEDICIÓN DE RESULTADOS

¿Las acciones propuestas están teniendo los resultados esperados?

