



INNOTOOLS
PLA DE COMUNICACIÓ

UVemprèn

PLA DE COMUNICACIÓ

Elaborar un Pla de Comunicació, en el qual es recullen els objectius, estratègies i accions de comunicació, serà crucial no sols per a donar a conèixer l'existència de l'empresa, negoci, o els productes i/o serveis que s'ofereixen, sinó també per a comunicar la proposta de valor del negoci, és a dir, allò que fa diferent a l'empresa enfront de la competència. En essència, el Pla de Comunicació constitueix un document de gestió i planificació destinat a aconseguir els objectius estratègics de l'empresa, per això els objectius comunicatius hauran d'estar d'acord amb els objectius estratègics de l'empresa. Amb aquesta senzilla eina treballaràs els elements essencials d'un Pla de Comunicació, que haurà de recollir:

- Per a què es vol comunicar: **objectius**
- Què es vol comunicar: **missatges**
- A qui es vol aconseguir: **públic objectiu**
- Com: **canals** emprats per a contactar, fer arribar el missatge al públic objectiu (botiga física, botiga en línia, web corporativa, blog corporatiu, xarxes socials, publicitat, esdeveniments, marxandatge) i establir una estratègia de promoció i de fidelització de clients
- Quan: **cronograma** en el qual es marque la planificació de la comunicació
- Quant: **pressupost** de les accions de comunicació
- Control: desenvolupar un sistema de **mesurament dels resultats** obtinguts amb les accions de comunicació

OBJECTIUS

Què es vol aconseguir amb la comunicació?



PÚBLIC

Quina és la meua audiència?



CANALS

A través de quins mitjans puc establir contacte?



PRESSUPOST

Quant va a costar?



MESURAMENT DE RESULTATS

Les accions proposades estan tenint els resultats esperats?

