

El Plan Estratégico de Comunicación

Juan Pedro Molina Cañabate



Esquema básico

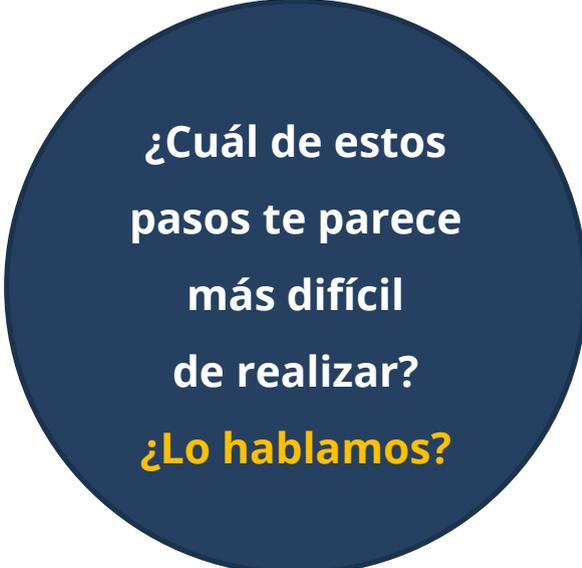
El esquema básico de un plan de comunicación se sustenta en **cuatro pilares**:

- **Objetivos**
- **Estrategias**
- **Acciones**
- **Medición**

(*) Gracias por el recordatorio, Beatriz Felices

En el caso de la comunicación en **redes sociales**, la **estrategia** debe ser (según nos aconseja el consultor Carlos Molina):

1. Crear **comunidad**
2. Generar **expectativas**
3. **Satisfacerlas**
4. **Medición**



¿Cuál de estos
pasos te parece
más difícil
de realizar?

¿Lo hablamos?

Partes de un plan de comunicación

- Auditoría previa
- Estado inicial
- Objetivos en comunicación
- Estrategia
- Públicos
- Mensajes
- Canales
- Portavoces
- Cronograma de acciones
- Presupuesto



Cada parte se
basa en la
inmediatamente
anterior

Auditoría previa

Desvela cómo es la **imagen percibida** de una institución (recuerda que una institución no tiene una sola imagen, sino muchas).

Antes, debemos tener presente cuál es la **autoimagen** y la **imagen intencional**.

Es **la parte más importante** del plan. **Facilita y posibilita** todo el trabajo posterior.

Análisis **cuantitativo y cualitativo** de los **resultados** en comunicación de una institución en un determinado **periodo de tiempo**. Para el análisis cualitativo podemos servirnos de entrevistas con *stakeholders*.

Estado inicial

Análisis DAFO

Análisis PESTEL

Objetivos

- Realistas
- Coherentes con la institución y sus circunstancias
- Deben ser SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Timely)

Estrategia

La institución marca unas **líneas generales** de estrategia comunicativa, que podrían variar (levemente) según los públicos.

En un plan, **se suele resumir en una frase:**

- «Más publicaciones especializadas y menos generalistas»
- «Menos visibilidad para el CEO y más para los productos»
- «Más publicaciones en CC.AA. **distintas** a Madrid y Cataluña»

Públicos

Gracias a la auditoría previa sabemos **dónde están** y **qué perfiles** tienen, y cómo y con qué grado de éxito hemos llegado hasta ellos.

Mensajes

En consonancia con los **objetivos** y con los **públicos** a los que van dirigidos.

Canales

Según la comunicación transmedia,
diversos y con contenido distinto,
complementándose entre sí.

Portavoces

Distintos según públicos,
canales y mensajes

Recuerda:

Tema
«Relaciones con
los medios»

Cronograma de acciones

Planificadas a lo largo de un tiempo limitado

Ejemplo ficticio: Comunicación corporativa de una empresa en el primer semestre del año

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Entrevista directora general en medio de información económica	√					
Acción de comunicación interna. Nombramiento embajadores de marca	√					
Acción de comunicación interna. Nombramiento de nuevos mentores		√				
Comunicación lanzamiento nueva app		√				
Conferencia en la Cámara de Comercio sobre cambios legislativos en el sector			√			
Nota de prensa resultados 1er trimestre				√		
Desayuno informativo con periodistas				√		
Nota de prensa nombramiento nueva directora de Recursos Humanos					√	
Entrevista nueva directora de RR.HH. en medio especializado					√	
Columna de opinión en revista especializada sobre la gamificación como herramienta de RR.HH						√
Visita de periodistas e influencers a la nueva planta de reciclaje						√

Agradecimientos

Aprendí a realizar planes de comunicación gracias a trabajar o intercambiar opiniones con muchos **profesionales**. Con alguno de ellos me une una relación de **estrecha amistad**. Esta presentación contiene ideas comunes y utilizadas por toda la profesión pero que, explicadas por ellos, me llegaron con más fuerza y sentido.

Entre ellos están:

Carlos **Agrasar**, Arturo **Pinedo**, Carlos **Molina**, Diego **Rivera**, Iván **Pino**, Adolfo **Corujo**, etc.

A todos ellos, mi **respeto y agradecimiento**.

Enlaces de interés

—Aced, C.: Relaciones Públicas 2.0

<https://cristinaaced.com/2020/03/22/quedateencasa-y-lee-relaciones-publicas-2-0/>

—Martínez: Guía para elaborar un plan de medios sociales

<https://www.contunegocio.es/redes-sociales/guia-elaborar-social-media-plan/>

—Pino: Tu plan de comunicación en Internet

<https://es.slideshare.net/ivanpinozas/tu-plan-de-comunicacin-en-internet-paso-a-paso-12539459>

—40 de fiebre: Cómo hacer un plan de difusión de contenidos para llegar a tu público objetivo

<https://www.40defiebre.com/como-hacer-plan-difusion-contenidos/>

Gracias

