

Nuestros consejos para...

Definir herramientas y acciones de comunicación

ESTA LISTA, QUE NO ES EXHAUSTIVA, OFRECE PISTAS DE ACTUACIÓN Y HERRAMIENTAS ÚTILES PARA SU ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

LAS HERRAMIENTAS ELEGIDAS DEBEN RESPONDER A LOS OBJETIVOS Y PÚBLICOS DESTINATARIOS MENCIONADOS EN SU PLAN DE COMUNICACIÓN

Ejemplos: si su proyecto es muy visual, dé prioridad a las fotos, los vídeos y la visita a la página web. Si su proyecto mejora la vida cotidiana de una población, dé prioridad a los retratos, los testimonios de los beneficiarios...

IMAGEN Y AUDIOVISUAL

- Reportajes fotográficos de las etapas importantes del proyecto.
- Vídeo corto de entre 1 y 3 minutos destinado más bien a la Web y las redes sociales.
- Vídeo más largo para su difusión en un canal de televisión o web identificado.
- Podcasts, si el proyecto se presta a ello.
- Reportajes, entrevistas con los participantes en el proyecto y los beneficiarios finales.

HERRAMIENTAS WEB

- Una sección dedicada al proyecto y alojada en su página web.
- Publicaciones periódicas en sus distintas redes sociales.
- Boletín de información.
- Infografía digital que presenta un proyecto.
- Presentación en PowerPoint del proyecto.
- Integración de la identidad visual/logotipo en la firma de los e-mails de las personas que trabajan en el proyecto.

MATERIALES IMPRESOS

- Folletos de presentación, trípticos, flyers...
- Libros, fotos, revistas en papel...
- Kakemonos, pancartas, carteles, flocados en objetos...
- Carteles, placas, calendarios...

VISIBILIDAD AFD/FRANCIA

Añadir el logotipo de los socios/donantes en todos los materiales de comunicación y herramientas producidos.



Nuestros consejos para... Definir herramientas y acciones de comunicación

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- Evento de lanzamiento con la presencia de todas las partes implicadas en el proyecto.
- Acto de colocación de la primera piedra.
- Acto de clausura de un proyecto.
- Puertas abiertas en los momentos clave del proyecto.
- Organización de seminarios, coloquios, conferencias (presenciales o por videollamada).
- Participación en congresos, ferias y eventos internacionales relacionados con el tema del proyecto.
- Organización de seminarios web, MOOC, presentaciones.
- Organización de exposiciones, espectáculos en vivo, libro, revista.

MARKETING

- En los medios: anuncios en televisión y radio, publrreportajes de pago.
- Campaña pública de carteles.
- Envío de SMS, llamadas telefónicas.
- Concurso.
- Goodies: camisetas, lápices, bolsos y objetos de marketing.

RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Dossier de prensa para informar a los periodistas sobre el proyecto.
- Comunicado de prensa en los momentos importantes del proyecto.
- Cueda de prensa y sesión informativa: invitar a los medios de comunicación en un momento clave del proyecto con la posibilidad de que los periodistas hagan preguntas.
- Invitación de la prensa a los eventos.
- Viaje de prensa y recibimiento de periodistas previa solicitud.
- Revista de prensa que recopila las menciones del proyecto en los medios.
- Archivo de periodistas con su ámbito de trabajo y nombre del medio.

OTROS CONSEJOS Y RECOMENDACIONES

En la medida de lo posible, desarrollar actividades de comunicación con materiales razonables y responsables (materiales reciclados, empresas locales, etc.).
Puede resultar útil crear un compendio de elementos de lenguaje que se puedan transmitir a las personas que deban expresarse sobre el proyecto.

