

Nuestros consejos para... determinar un presupuesto de comunicación



DOTACIONES PRESUPUESTARIAS	¿QUÉ MATERIALES Y ACCIONES PUEDEN PLANTEARSE?	¿QUÉ RECURSOS HUMANOS?
Menos de 10 000 €	Mantener una comunicación simplificada: Ejemplos: contratar a un fotógrafo para obtener fotos de calidad, encargar la elaboración de un folleto a un diseñador gráfico en inglés, francés y el idioma local, planificar publicaciones clásicas en las redes sociales.	El socio, con la ayuda de los equipos de proyecto de la AFD y la CMN, si es necesario. Dar prioridad a la comunicación gratuita creada internamente.
Entre 10 000 € y 30 000 €	Reforzar la comunicación simplificada y ampliar los contenidos reutilizables: - Una sección dedicada al proyecto con noticias actualizadas en la página web. - Publicaciones periódicas en redes sociales. - Relaciones con la prensa: comunicados de prensa para anunciar las novedades importantes del proyecto, aparición en los medios locales, etc. - Comunicación a través de eventos: eventos básicos para el lanzamiento o la clausura de proyectos, jornadas de puertas abiertas... - Un kit de comunicación que reúna todas las herramientas clásicas: kakemono, folleto de presentación, PowerPoint... - Cápsula de vídeo breve (máx. 3 minutos) para presentar de forma sencilla el proyecto, difundida en las redes sociales, YouTube, la página web... - Reportaje fotográfico de los momentos clave del proyecto.	Si es posible, dé prioridad a los recursos internos con un presupuesto inferior a 15 000 €. Posibilidad de recurrir a un responsable de comunicación local para obtener apoyo puntual en materia de comunicación. El consultor podrá encargarse de elaborar el plan de comunicación y supervisar su ejecución, trabajando con proveedores externos según sea necesario. ¿Alguna duda? No dude en consultarnos sobre la parte relativa a la remuneración/presupuesto si es necesario.
Entre 30 000 € y 70 000 €	Producir contenidos más atractivos: - Eventos de mayor envergadura: visitas al lugar del proyecto con los medios de comunicación, los representantes políticos... - Cápsulas de vídeo: entrevistas, testimonios, visitas... - Productos de marketing: artículos promocionales variados, si está justificado. - Crear una identidad visual para el proyecto con una carta gráfica específica, si es pertinente y se trata de un proyecto a largo plazo.	Con un presupuesto superior a 30 000 €, puede resultar interesante recurrir a un consultor en comunicación para gestionar y supervisar la comunicación del proyecto. Este experto en comunicación gestiona la elaboración del plan de comunicación, su ejecución y el seguimiento de los posibles proveedores de servicios. También es posible recurrir a una agencia de comunicación a partir de 50 000 €. El coste de una agencia de comunicación varía en función del servicio solicitado y de las competencias requeridas. La contratación y la supervisión de estos recursos humanos son gestionados directamente por el socio (contratualización, factura, etc.).
Entre 70 000 € y 100 000 €	Reforzar los servicios anteriores e ir más allá: Podcasts, documentales, exposición con publicación de un libro, espectáculo, anuncios de televisión o radio, viajes de prensa, etc.	Ídem que para la dotación de entre 30 k € y 70 K €. Es importante confiar los servicios de comunicación a un recurso externo (agencia o consultor(a)) si no disponemos de recursos dedicados a la comunicación.