

Presència i comunicació a/de la meva entitat

NÚVOL BLANC COMUNICACIÓ

La comunicació efectiva és la clau per a l'èxit. Les organitzacions amb una comunicació clara i coherent veuen un major compromís dels membres i una millor resposta dels *stakeholders*

Identitat d'una organització

- **Característiques que ens defineixen de la resta**
- **És la nostra història, estratègia, manera de relacionar-nos, estil...**
- **ÉS EL QUE SOM**

Imatge d'una organització

- El que percep l'opinió pública
- És la nostra cara visible
- **ÉS EL QUE CREUEN QUE SOM**

Comunicació d'una organització

- La que es genera des de l'organització i té una intenció conscient
- Inclou comunicació interna i externa
- **ÉS LA MANERA COM VOLEM QUE ENS VEGIN**

Tota comunicació requereix una planificació

- **Anàlisi de la situació de partida:** Què és per a tu l'organització? Que creus que vol el teu públic? Què estàs aconseguint?
- **Definició dels objectius:** Indicadors quantificables (consolidar, créixer en socis/públic, impacte en els mitjans...)
- **Definició de les estratègies:** elaborar un pla de comunicació, destinar recursos i mitjans, dividir tasques amb l'equip...
- **Avaluar el que hem aconseguit**

Estratègies tradicionals comunicació interna

Reunions efectives:

Les reunions ben planificades i dirigides són el fonament de la comunicació interna.

Comunicats interns:

La informació interna ha de ser clara i arribar a tots els membres de manera eficient.

Fòrums de debat:

Els fòrums de debat poden ser una eina poderosa per fomentar la participació i la generació d'idees.

Digitalització de la comunicació interna

Plataformes col·laboratives:

En l'era digital, les plataformes col·laboratives són essencials.

Correu electrònic intern:

El correu electrònic encara és una eina fonamental per a la comunicació.

Whats App: Per a una comunicació més immediata.

Xarxes socials d'empresa:

Les xarxes socials d'empresa poden millorar la comunicació interna i la cohesió del grup.

***Perfil de grup a Instagram**

***Crear un grup privat a Facebook**



Acme Sites

Matt Kump

★ STARRED

design-work

events

Cory, Tina, Dio

CHANNELS (39)

accounting-costs

brainstorming

business-ops

culture

design-chat

marketing

media-and-pr

sonic-fanfic

triage-issues

DIRECT MESSAGES (24)

slackbot

Brandon Velestuk

Caroline McCarthy

Cory Bujnowicz

Fayaz Ashraf

Graham Hicks

Lane, Pavel

Mari Ju

Matt Hodgins

Shannon Tinkley

Terra Spitzner

#culture

19 members | Add a topic

Today

Meredith Brown 12:50 PM

Really need to give some Kudos to @julie for helping out with the new influx of tweets yesterday. People are really, really excited about yesterday's announcement.

👍 2 🌟 8 🍌 1 💖 3

Kiné Camara 12:55 PM

No! It was my pleasure! People are very excited. ⚡

Damien Baker 2:14 PM

What are our policies in regards to pets in the office? I'm assuming it's a no-go, but thought I would ask here just to make sure that was the case.

My pooch just had surgery and I'd like to be with them if possible.

Jake Grimes 2:18 PM

Your assumption is correct. Mostly for allergy concerns, but the building also has a restriction on them.

Jake Grimes 2:19 PM

shared a post

Building Policies and Procedures

Last edited 2 months ago

SECURITY POLICIES

- All guests and visitors must sign in
- Guests and visitors must be accompanied throughout the office
- Last to leave is responsible for setting the alarm.

Damien Baker 2:22 PM

Thanks Jake!

Message #culture

About #culture

Channel Details

Pinned Items

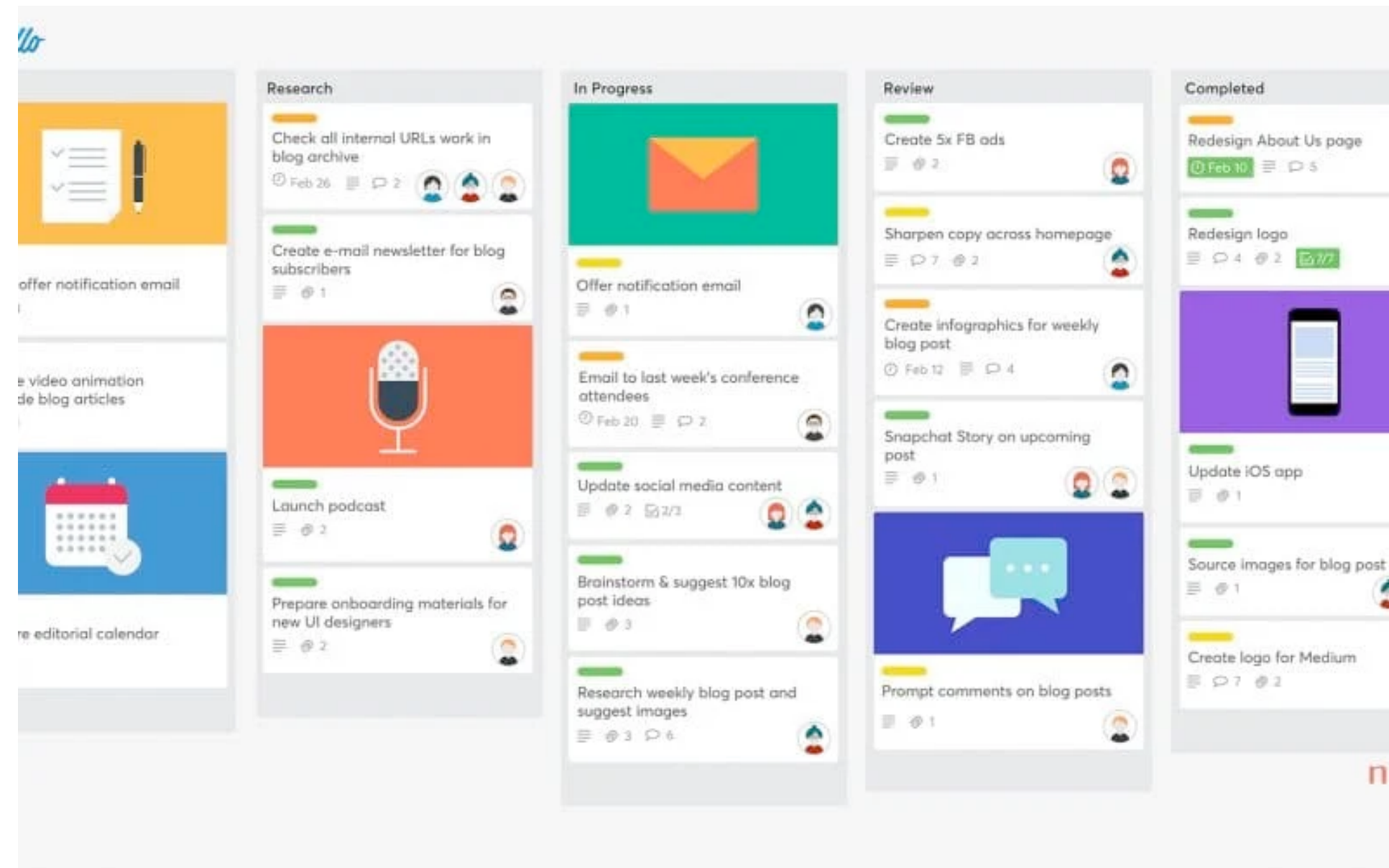
12/19 Members

Shared Files

Notification Preferences



**Gestió de projectes.
Quins departaments hi
ha dins l'entitat i com es
gestionen els diversos
projectes?**



Estratègies de comunicació externa

Relacions amb mitjans

- **Construcció de relacions amb periodistes:** Establir relacions positives amb mitjans és crucial. Com podem connectar amb periodistes i mantenir relacions fructíferes?
- **Comunicats de premsa:** Els comunicats de premsa són una eina poderosa per difondre informació.
- **NOTES DE PREMSA/ CONVOCATÒRIES DE PREMSA**

- **Investigació prèvia:** Abans de contactar amb periodistes, investiga els seus perfils professionals i les seves àrees d'interès.
- **Base de dades actualitzada:** Crear la nostra pròpia base de dades.
- **Comunicació personalitzada:** Quan et poses en contacte amb un periodista, personalitza el teu missatge per adaptar-te al seu estil i àmbit d'interès. Evita els missatges massius i busca maneres de fer-los sentir que la teva informació és rellevant per a la seva audiència.
- **Proporciona contingut d'interès:** Oferix informació que sigui d'interès per als periodistes i les seves audiències. Proporciona dades, estadístiques o històries que puguin enriquir les seves notícies. Demostra el valor de la teva informació i com pot contribuir a les seves cobertures.

- **Actualització:** Mantén als periodistes informats sobre els teus èxits, canvis i desenvolupaments rellevants. Mantenir una línia de comunicació oberta i compartir informació periodicament ajudarà a construir una relació a llarg termini.
- **Facilita el treball dels periodistes:** Proporciona recursos que facilitin la feina dels periodistes, com ara materials multimèdia, dades, accés a experts o altres recursos que puguin enriquir les seves cobertures. Ser proactiu en la facilitació d'informació pot fer-te més valuós per a ells.
- **Ofereix exclusivitat quan sigui possible:** Si tens una història especial o una exclusiva que podria ser d'interès per al periodista, considera oferir-la en primer lloc. Això pot motivar-los a donar prioritat a la teva informació i construir una relació basada en la confiança.

- **Mantenir les expectatives:** Sigues clar sobre les expectatives i límits en les teves relacions amb els periodistes. Si proporcionaràs informació exclusiva, compleix-ho. La transparència i la fiabilitat són claus per mantenir una bona reputació amb els mitjans.
- **Convida'ls a esdeveniments i presentacions:** Convida periodistes a esdeveniments de la teva organització o a presentacions rellevants. Això no només els proporcionarà una oportunitat per conèixer-te millor, sinó que també podrien generar oportunitats per a la cobertura mediàtica.
- **Agraïment i retroalimentació:** Agraeix sempre la cobertura que rebeu i busca retroalimentació constructiva. Aquesta pràctica no només reforça les relacions, sinó que també obre la porta per a futures col·laboracions.

Com ha de ser una nota de premsa?

- Claretat i qualitat
- Titular curt i atractiu
- Cos de 10 línies amb el més important
- Mai més de 2 fulls
- Ha d'apareixer el logotip i les dades
- Mantenir sempre la mateixa estructura
- Incloure la frase: "Per a més informació..."
- Enviar material gràfic

Roda de premsa

- Únicament quan hi hagi alguna cosa noticable que vulguem comunicar
- Millor si convoquem al matí (10-12h)
- Mai fer-les més llargues de 30 minuts
- Facilitar documentació, material gràfic...
- Enviar nota de premsa a posteriori
- Fer-ne un seguiment

SEGUIMENT

QUÈ S'ESTÀ DIENT DE MI?

- GOOGLE ALERTS
- www.social-searcher.com



Esmorzar amb els mitjans de comunicació

- **Mantenir una relació cordial amb els mitjans**
- **Trobada distesa**
- **Intercanviar opinions (saber també que pensen)**
- **Realitzar-ne un balanç**
- **Avançar temes**
- **Oportunitat per consolidar relacions**

Estratègies de comunicació externa

Revista/butlletí

- Exigeix un compromís de feina
- Depén del volum d'activitat i informació que generem
- Ha de tenir responsables clars
- Pot ser online o en paper

Estratègies de comunicació externa

Mailchimp/Acumbamail

- Exemple: <https://clickacm.com/share/0e3567c2-5d68-11ee-a3e6-005056bd5094/>
- Exemple: <https://clickacm.com/share/0e3567c2-5d68-11ee-a3e6-005056bd5094/>

Estratègies de comunicació externa

Esdeveniments i participació comunitària

- **Organització d'esdeveniments:** La participació en esdeveniments és una oportunitat única per connectar amb la comunitat.
- **Participació en la comunitat local:** La participació activa a la comunitat local és clau per a la imatge de l'entitat.

EINES I RECURSOS DIGITALS

Xarxes socials

- **Selecció de plataformes:** Amb tantes opcions, triar la plataforma de xarxes socials adequada és essencial. Oferirem una guia pràctica sobre com triar i gestionar les vostres xarxes socials.
- **Contingut atractiu:** La creació de contingut atractiu és clau per a l'èxit en línia.

XARXES SOCIALS



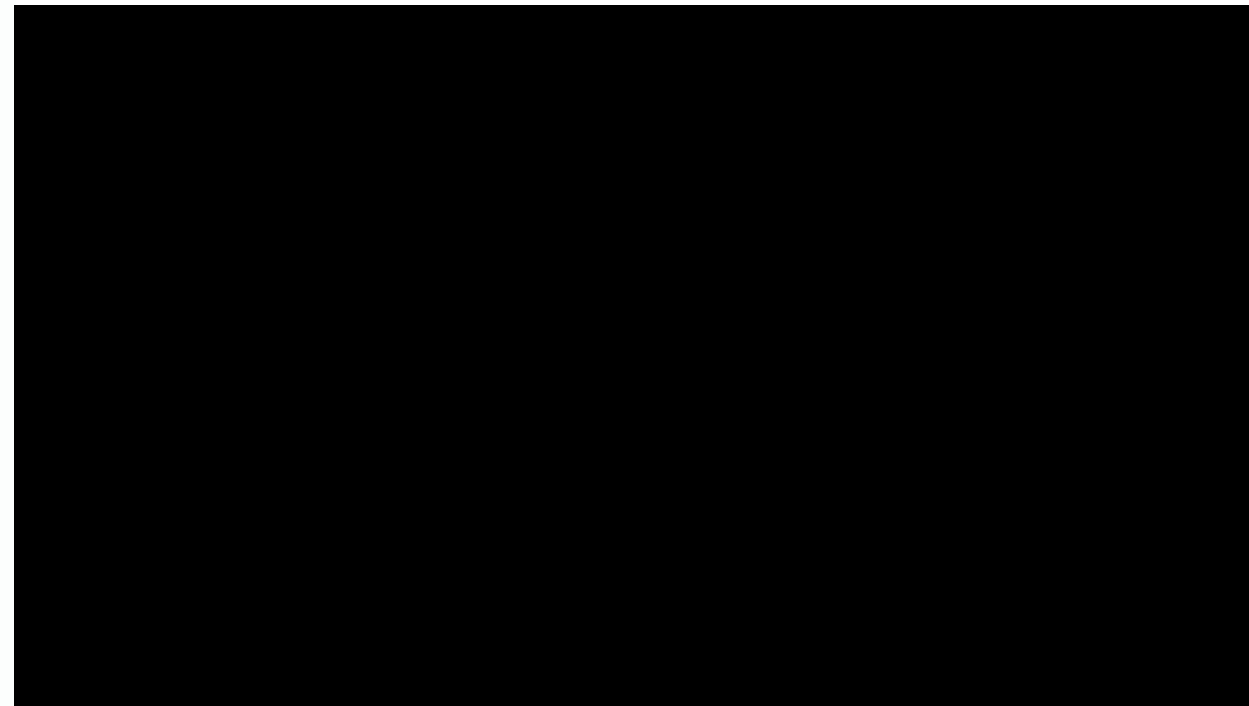
EINES I RECURSOS DIGITALS

Campanyes de màrqueting digital

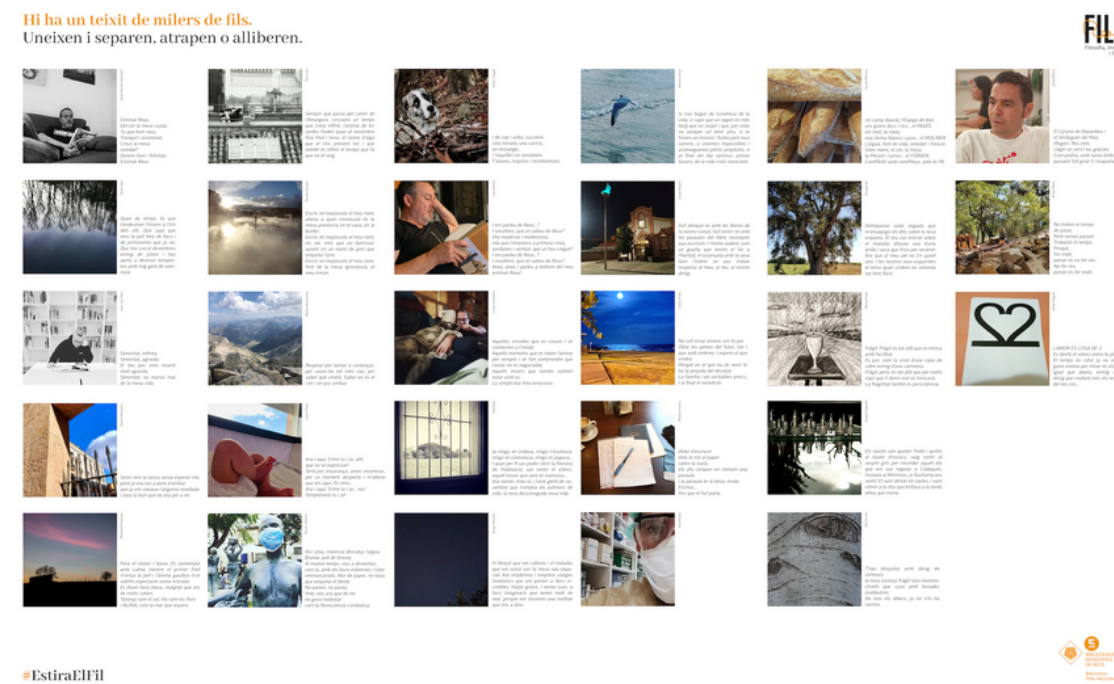
- Les campanyes publicitàries en línia poden ser eficaces amb una estratègia ben planificada. Un calendari de continguts és fonamental.

PODEM COMPLEMENTAR CAMPANYES DIGITALS AMB ESDEVENIMENTS PRESENCIALS. VEIEM UN EXEMPLE:

ACCIÓ XARXES + ESDEVENIMENT



RECOMPENSA
PER A TOTS
ELS PARTICIPANTS



BASES LEGALS

**ÉS IMPRESCINDIBLE QUE HI HAGI
UNA PERSONA O UN
DEPARTAMENT ENCARREGAT DE
LA COMUNICACIÓ**

CALENDARITZAR LES ACCIONS

- QUÈ VULL FER?
- QUAN?
- QUÈ NECESSITO PER PODER-HO FER?
- QUIN ÉS EL PÚBLIC OBJECTIU?
- A QUI INVOLUCRO EN AIXÒ?
- QUINA DIFUSIÓ FARÉ? CALENDARI DE DIFUSIÓ
- LA IMATGE CORPORATIVA DE CADA CAMPANYA/ESDEVENIMENT
- QUAN HE DE COMENÇAR A PREPARAR-HO?
- S'HAN DE DEMANAR PERMISOS?
- QUI S'ENCARREGA DE QUÈ?

PLA D'ACCIÓ I COMUNICACIÓ

- INTERN
- EXTERN

ESDEVENIMENT: CARNAVAL

- QUÈ VULL FER?
- QUAN?
- QUÈ NECESSITO PER PODER-HO FER?
- QUIN ÉS EL PÚBLIC OBJECTIU?
- A QUI INVOLUCRO EN AIXÒ? QUINA DIFUSIÓ FARÉ? CALENDARI DE DIFUSIÓ - ACCIONS - XARXES SOCIALS
- LA IMATGE CORPORATIVA DE LA CAMPANYA/ESDEVENIMENT
- QUAN HE DE COMENÇAR A PREPARAR-HO?
- PUC GENERAR ALIANCES QUE M'AJUDIN?
- QUI S'ENCARREGA DE QUÈ?

**QUINA DIFUSIÓ FARÉ
I A TRAVÉS DE QUINS
CANALS?**

nuvöl blanc
Connectant emocions i comunicació

www.nuvolblanc.cat
660 102 248
comunicacio@nuvolblanc.cat