



AL HABLA CON EL ASESOR LEGAL

JEANINE BELLO. Responsable de Comunicación y Desarrollo, Alter Consultores

¿Cómo comunicar lo que hacemos al mundo de hoy?



– En nuestra institución sabemos que la comunicación es fundamental para realizar nuestra misión, pero no somos profesionales y no sabemos por dónde empezar. ¿Podrían aconsejarnos algo?

– Se ha producido un cambio en el modelo tradicional de información que provoca una nueva comunicación y la necesidad de adecuar las estrategias a una nueva realidad. Para empezar, es importante un plan de comunicación que oriente nuestros esfuerzos hacia unos objetivos definidos.

Envíe sus dudas a: asesorlegal@vidanueva.es

El plan de comunicación (PC) de un centro o de cualquier entidad es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que la institución se propone realizar.

Este plan debe permitirnos promover el seguimiento y la evaluación de estos procesos. Es recomendable que esta herramienta no acabe constituyéndose como una pauta estanca y limitadora, sino como una guía de principios y propuestas flexibles que proporcionen una mejora continua en nuestras formas de relacionarnos.

Para desarrollar una labor de comunicación exitosa es necesario abordar cuatro dimensiones que definen un modelo de comunicación eficaz e integral:

1. Comunicación estratégica. Aborda la definición del plan de comunicación para cualquier actividad desde una perspectiva global y transversal, cuyo principal cometido se centra en planificar qué mensaje comunicar, interiorizando y realizando un discurso básico sobre el proyecto.

2. Comunicación institucional. Engloba las actividades orientadas al desarrollo de la comuni-

cación en términos de imagen y mensaje. Se puede desglosar en comunicación corporativa (conceptual [misión, visión, filosofía...]) y visual [logo, colores, tipografía...]), comunicación externa (marketing y publicidad, internet y redes sociales, relaciones públicas e institucionales...) y comunicación interna (se centra en el capital humano, conocer a las personas que trabajan en nuestra entidad y buscar la empatía para crear un equipo motivado y participativo).

3. Comunicación con los medios. Identificar y elaborar noticias a partir de información interna, aprovechando todas las oportunidades que suponen los acontecimientos y nuestros proyectos y actividades, contestando a los medios y gestionando la relación con estos, para conseguir la mayor cobertura y repercusión mediática.

4. Comunicación con nuestro entorno directo. Ante todo, transmitir la calidad de nuestros servicios y trabajo, a fin de generar vinculación, lealtad y prescripción.

Antes de elaborar un plan de comunicación, debemos asegurar la implicación y apoyo del equipo directivo. Primero, hay que definir quién diseña el plan, cuáles son

LA CIFRA

75%

es el porcentaje de colegios concertados en España que no tienen personas dedicadas a marketing.

las razones para hacerlo y de qué equipo, medios, tiempo y presupuesto se dispone para su elaboración. También se debe informar a la institución; es recomendable abrir un proceso de diálogo continuo entre los responsables de la organización y las personas responsables de comunicar.

Mencionamos ocho etapas para el diseño de un plan de comunicación: análisis previo y concienciación y diagnóstico de la situación; definición de objetivos; identificación del público objetivo; estrategia y plan de acción; cronograma e indicadores; presupuesto; control y seguimiento; y evaluación.

La clave, en definitiva, está en crear una comunicación relevante, fácil, emocionante, más cercana y participativa, global, operativa, en tiempo real y para todo el mundo que conecte, sensibilice y genere interés. Hablemos directamente de quiénes somos y de cómo somos, de lo que hacemos y de cómo lo hacemos. Nuestras estrategias de comunicación deberán buscar transparencia, rigor y análisis.

Tenemos como reto dialogar con el mundo actual y hacerlo con criterios renovados, capacidad de escucha fórmulas inspiradoras.

un servicio ofrecido por

Alter Consultores Legales
Paseo de Recoletos 3, 1ª planta, 28004 Madrid
Tel. 91 829 89 13 / Fax 91 829 89 14

 @AlterCons
www.alterconsultores.es