

COM FAIG UN PLA DE COMUNICACIÓ?



El Pla de comunicació integral és un document que recull els objectius, destinataris, polítiques, estratègies, recursos i accions de comunicació a desenvolupar en tots els àmbits de l'empresa.

Amb caràcter general, les empreses centren els seus esforços en el pla de comunicació externa, quan de fet només és una part de la comunicació empresarial.

Assumint la funció estratègica de la comunicació, dissenyar un pla de comunicació integral suposa prèviament disposar d'un pla estratègic global de l'empresa, que ha de venir de la presidència o la direcció. Així, en elaborar el pla de comunicació, aquest contribuirà a aconseguir els objectius estratègics de l'empresa.

Sovint les pimes no compten amb un pla estratègic formal. Però, si més no, és fonamental fer una planificació estratègica de la comunicació que estigui en total sincronia amb l'estratègia empresarial, d'acord amb la seva orientació.

■ Estructura del pla de comunicació

1. **Anàlisi.** Estudi de la informació interna i externa. Resum DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats).
2. **Antecedents.** Anàlisi de la informació de l'empresa, història, vendes, etc.
3. **Objectius.** Cal assenyalar què es vol aconseguir amb les activitats que s'engeguin. Han de poder ser quantificades, mesurables, assolibles i realistes.
4. **Públics (PO i target).** Determinar a qui va dirigida la comunicació. Definir quin o quins són els destinataris o grups de destinataris en els quals se centraran els esforços comunicatius. Conèixer el públic al qual es dirigeix l'empresa: els mitjans que utilitza per informar-se, l'estil de vida, els seus gustos i preferències, etc.
5. **Missatge.** És l'element que es vol comunicar, triant les característiques o atributs a comunicar, així com el to o estil de la comunicació.
6. **Estratègia.** Elecció de la manera com desenvolupar cadascuna de les àrees de comunicació amb la finalitat d'aconseguir els objectius.



7. Accions. Concreció de les activitats a desenvolupar i els mitjans a utilitzar per desenvolupar el pla.

8. Cronograma o calendari. Planificació en el temps de cadascuna de les accions.

9. Pressupost. Quantitat econòmica que es destinarà a la posada en marxa del pla estratègic de comunicació integral.

10. Control i seguiment. Mesurament del transcurs i compliment del pla amb la finalitat de realitzar accions de correcció per tal d'aconseguir els objectius marcats.

11. Indicadors:

a. De realització física: mesura el grau real de compliment de les accions programades.

b. De realització financera: mesura quin pressupost real ha estat executat sobre el pressupost en principi destinat a aquesta acció de promoció i divulgació.

c. D'impacte: mesura el nombre real de persones impactades a través de les accions engegades, per exemple nombre d'aparicions en els mitjans, nombre de materials enviats...

d. De resultat: mesura el nombre real de resultats aconseguits, com per exemple el nombre de visites de la pàgina web.

El pla estratègic de comunicació integral serà el document que reculli l'estratègia general a nivell de comunicació, el missatge i estil a difondre amb la finalitat d'aconseguir una política de comunicació en l'empresa coherent i eficaç.

Recull de forma global cadascun dels punts anteriorment exposats.

■ Pla de comunicació per àrees o accions concretes

Cadascuna de les àrees de comunicació de l'empresa requereix, de la seva banda, desenvolupar un pla més concret i desglossat amb els objectius, públic objectiu, estratègies i accions, a més del mesurament dels resultats.

Són plans de comunicació per àrees els següents:

- Manual de comunicació corporativa
- Pla de comunicació externa, que inclourà el pla de màrqueting mix de l'empresa i el pla de publicitat.
- Pla de comunicació interna
- Manual de comunicació de crisi
- Pla de Relacions Públiques
- Programes d'RSC.

En el cas d'autònoms i microempreses, un pla de comunicació integral podrà recollir tots els aspectes comunicatius de l'empresa, gràcies a la seva reduïda dimensió. A més mida i complexitat empresarial, més eines i plans caldrà desenvolupar.