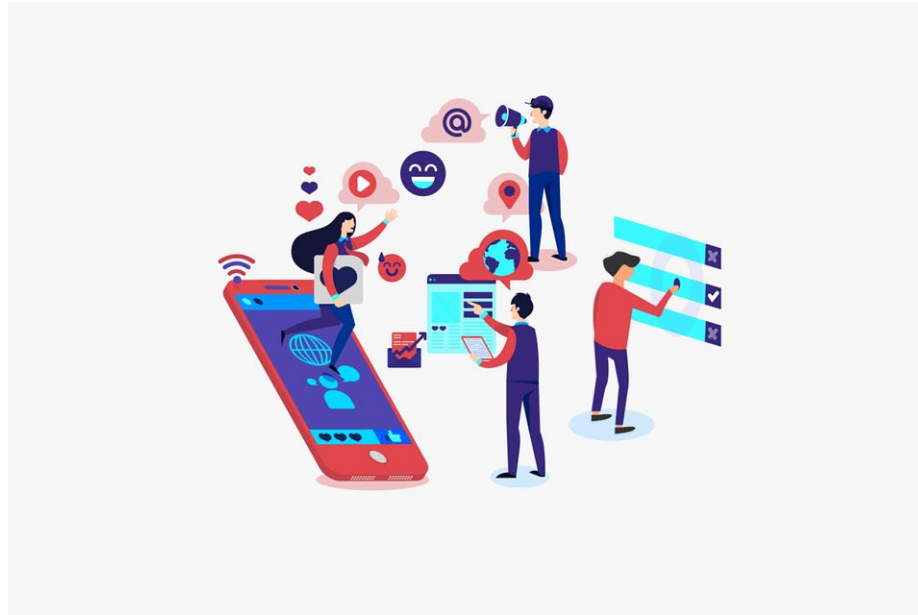


Community Enterprises & Responsible Citizenship for young and women

(ComEnter&RC)

2020-1-IT02-KA204-079192

PLANO DE COMUNICAÇÃO



Source: Pixabay

Definir um plano de comunicação

- Na gestão de projetos é utilizado um plano de comunicação para fornecer informação de forma eficaz às partes interessadas apropriadas.
- Identifica a mensagem necessária a promover.
- Encaminha a mensagem diretamente para os destinatários através de canais específicos.
- Apoia a clarificação dos seus objetivo e valor.



Preparação e elaboração de um plano de comunicação

1. Esteja atento ao material de comunicação atual



Fonte: Pixabay

O material de comunicação necessita de um interveniente específico (investidor, autoridade pública, sociedade civil,...) como alvo para a sua mensagem.

A mensagem deve ser adaptada ao seu público-alvo.

Use as competências que estão à sua volta.

2. Faça uma lista de qualquer material adicional de que necessite

Será que possui:

- Uma breve descrição da sua atividade?
- Um panfleto?
- Contas nas redes sociais?
- Uma base de dados de contactos?
- Um logótipo?
- Um lema?

3. Estabeleça objectivos SMART para o seu plano de comunicação

Specific (Específico)

Measurable (Mensurável)

Achievable (Alcançável)

Relevant (Relevante)

Time-Bound (Limitado no Tempo)



4. Identifique o(s) seu(s) público(s)

Como anteriormente referido, os destinatários da sua mensagem podem não estar num único grupo e a definição dos grupos iniciais pode mudar.

As formas de entrega da mensagem também podem mudar.



Pode ser necessário redefinir a sua mensagem de acordo com a sua população alvo :

- Intervenientes relevantes
- Instituições financiadoras
- Utilizadores diretos
- Potenciais parceiros
- Decisores políticos locais
- Etc.

5. Esboce e escreva o seu plano

- Tenha sempre em mente o público alvo.
- O seu plano será então adequado para ser utilizado como um roteiro nas suas atividades de comunicação.



6. Determine os canais que precisa de utilizar

Estes podem também variar de acordo com o destinatário da mensagem.

Deverá realizar pesquisas para ver para que canal é mais relevante para:

- (a) o seu tipo de mensagem, e
- (b) o público visado.



7. Escolha as pessoas responsáveis

É importante saber quem está encarregue de cada tarefa.

Isto deve ser claramente indicado no plano de comunicação para evitar confusões.

Apresentar tarefas claras com responsabilidades bem definidas para aqueles que irão fazer o trabalho.



8. Estabeleça a sua linha temporal

É necessário ter objetivos definidos numa linha temporal para garantir o seu sucesso.

Lembre-se dos 3 Quês :

- O quê
- Quem
- Quando



Source: Pixabay

Crie de uma campanha nas redes sociais

- Prepare o seu calendário
- Crie os seus hashtags - funciona como uma palavra-chave digital para permitir que os interessados encontrem as suas publicações/página ao pesquisar
- Planeie as suas publicações com antecedência: crie as suas publicações antes de as publicar!
- Escolha bem as imagens: uma imagem que vale milhares de palavras



OBRIGADO PELA ATENÇÃO DISPENSADA!

