

**Rellena esta
plantilla y personaliza
el plan para tu asociación**

**[NOMBRE ASOCIACIÓN]**

UN PLAN DE COMUNICACIÓN Y CAPTACIÓN
**PARA TU ASOCIACIÓN**

Crear el **Plan de Comunicación y Captación de tu asociación** requiere tiempo y atención, pero ter permitirá recoger en un solo documento todos los elementos, **necesidades y retos** que tu asociación pretende mostrar a socios, simpatizantes, administraciones, otras asociaciones y sociedad en general.

Esta plantilla pretende ser una guía fácil y útil para tu asociación. Rellena los apartados planteados y **personalízalos según tu asociación.**

CONSEJOS DE USO
**7 PASOS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | C:\metjau\CAUSES\temps.jpg | Tómate tiempo para rellenar la tabla. |
|  |  |  |
| **2** | C:\metjau\CAUSES\reposar.jpg | Date tiempo para mejorarla. |
|  |  |  |
| **3** | C:\metjau\CAUSES\equip.jpg | Valídala con el resto de tu equipo. |
|  |  |  |
| **4** | C:\metjau\CAUSES\aprovacio.jpg | Consigue la aprobación necesaria (junta directiva, patronato, asamblea...). |
|  |  |  |
| **5** | C:\metjau\CAUSES\marxa.jpg | Pon el plan en marcha. |
|  |  |  |
| **6** | C:\metjau\CAUSES\revisió.jpg | Evalúa y adapta, si es necesario. |
|  |  |  |
| **7** | C:\metjau\CAUSES\tornem.jpg | Vuelve a empezar. |

ANTES DE EMPEZAR,
**RECUERDA:**

|  |  |
| --- | --- |
| comunica.jpg | Comunica para existir. |
|  |  |
| comucapta.jpg | Antes la comunicación que la captación. |
|  |  |
| comunitat2.jpg | Crea una comunidad. |
|  |  |
| emociona.jpg | Emociona. |
|  |  |
| existeixes.jpg | Recuerda continuamente el por qué existes. |
|  |  |
| passio.jpg | Comparte tu pasión, sea cual sea. |
|  |  |
| dinersno.jpg | Si buscas dinero, obtendrás un no. |
|  |  |
| persones.jpg | Si buscas personas que se crean el proyecto, obtendrás un sí.  |
|  |  |
| agrair.jpg | Agradece. |
|  |  |
| nodeixis.jpg | No dejes nunca de comunicar. |

PLAN DE COMUNICACIÓN Y CAPTACIÓN DE
**[NOMBRE DE TU ASOCIACIÓN]**

**Puedes situar
el contenido de cada
objetivo en la tabla de acciones siguiente**

** OBJECTIVOS**

Define los objetivos que te plantees (visibilidad, fidelización, nuevos colaboradores, incrementar la base de datos…).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** A QUIÉN**

¿Cuáles son tus públicos objetivos? No se puede llegar siempre a “la sociedad en general”. Prioriza tus públicos: usuarios/beneficiarios, voluntarios, profesionales, comunidad cercana, interesados…

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** QUÉ: qué dirás?**

¿Cuál es el mensaje que darás?
Una pista: 1 objetivo = 1 mensaje por cada acción.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** QUÉ: qué harás?**

**Calendariza estos
contenidos i sitúalos
en el planificador anual
de acciones**

¿Cuál es la acción que llevarás a la práctica?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** CÓMO: con qué soporte?**

¿Cómo llegarás a tus públicos? Define qué soporte utilizarás: carta en papel, memoria de actividades, actos y eventos, ferias, mensajes de texto, mensajes en redes sociales…

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** CÓMO: por qué canal?**

Define con qué canal: cara a cara, correo postal, correo electrónico, medios de comunicación social masivos…

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMUNICACIÓN** |  |  |  | **CAPTACIÓN** |

** CUÁNDO**

Define el calendario por cada acción.

** CUÁNTO**

Poco o mucho, ten presente que tendrás que invertir alguna cosa (tiempo, dinero…)

** QUIÉN**

Define responsable o responsables. Lidera. Crea una comisión. Busca apoyo interno y empodera.

** Y QUÉ?!**

Evalua para volver a empezar. Los indicadores de seguimiento pueden ser una buena herramienta: cuántos seguidores, visitas web, nuevos contactos, número de socios…

DESCRIPCIÓN DE OBJECTIVOS Y ACCIONES
**DE COMUNICACIÓN**

**OBJECTIVO DE COMUNICACIÓN 1 *(ejemplo)***

|  |
| --- |
| ***Crecer en número de socios.*** |
|  |
| **PÚBLICO** | **MENSAJE** | **ACCIÓN** | **SOPORTE** | **CANAL** | **CUÁNDO** | **CUÁNTO** | **QUIÉN** | **EVALUACIÓN** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Socios | Trae a más socios | **Anuncio gráfico** | Boletín electrónico | Correo electrónico |  |  |  |  |
| **Carta personal** | Papel | Correo postal |  |  |  |  |
| Socios poten-ciales | Únete a nuestra causa | **Banner** | Electrónico | Página web |  |  |  |  |
| **Redes sociales** | Electrónico | Facebook y Twitter |  |  |  |  |
| Sociedad  | Si eres socio, te sentirás bien | **Nota de prensa** | Electrónico | Correo electrónico |  |  |  |  |
| **Anuncio gráfico** | Papel/ digital | Periódico / digital |  |  |  |  |
| **Cuña radiofónica** | Audio | Radio |  |  |  |  |

**OBJECTIVO DE COMUNICACIÓN 2**

|  |
| --- |
|  |
|  |
| **PÚBLICO** | **MENSAJE** | **ACCIÓN** | **SOPORTE** | **CANAL** | **CUÁNDO** | **CUÁNTO** | **QUIÉN** | **EVALUACIÓN** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**OBJECTIVO DE COMUNICACIÓN 3**

|  |
| --- |
|  |
|  |
| **PÚBLICO** | **MENSAJE** | **ACCIÓN** | **SOPORTE** | **CANAL** | **CUÁNDO** | **CUÁNTO** | **QUIÉN** | **EVALUACIÓN** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

DESCRIPCIÓN DE OBJECTIVOS Y ACCIONES
**DE CAPTACIÓN**

**OBJECTIVO DE CAPTACIÓN 1**

|  |
| --- |
|  |
|  |
| **PÚBLICO** | **MENSAJE** | **ACCIÓN** | **SOPORTE** | **CANAL** | **CUÁNDO** | **CUÁNTO** | **QUIÉN** | **EVALUACIÓN** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**OBJECTIVO DE CAPTACIÓN 2**

|  |
| --- |
|  |
|  |
| **PÚBLICO** | **MENSAJE** | **ACCIÓN** | **SOPORTE** | **CANAL** | **CUÁNDO** | **CUÁNTO** | **QUIÉN** | **EVALUACIÓN** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

¡PARA UNA MIRADA RÁPIDA!
**PLANIFICADOR DE ACCIONES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACCIONES DE COMUNICACIÓN** |  | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACCIONES DE CAPTACIÓN** |  | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

IRENE BORRÀS 
**CAUSES that change the world**

**CAUSAS QUE CAMBIAN EL MUNDO**

Educación, acción social, cultura, ecología, medio ambiente e investigación, salud, cooperación internacional, derechos humanos, … diferentes ámbitos de trabajo que tienen un mismo objetivo: mejorar la calidad de vida de las personas.

Este es el punto de encuentro: **las causas que mueven personas, organizaciones no lucrativas, instituciones y empresas a mejorar el entorno.**

Para todas las causas que necesitan una mano, hay *CAUSES that change the world:* **consultoría especializada en responsabilidad, compromiso, crear marca y conseguir un impacto positivo en el entorno.**

**PARA SABER MÁS…**

|  |  |
| --- | --- |
| C:\metjau\CAUSES\LOGO.png | **www.causes.cat** |
| C:\metjau\CAUSES\LOGO.png | **iborras@causes.cat** |
| C:\metjau\CAUSES\LOGO.png | **@ireneborras** |
| C:\metjau\CAUSES\LOGO.png | **linkedin.com/ireneborras** |

**¡COMPÁRTELO!**

Puedes difundirlo, utilizarlo, adaptarlo, mejorarlo…

**Siempre citando tu fuente:** **Irene Borràs,** [**CAUSES**](http://www.causes.cat)**.**