Comunicación para políticas Públicas

Bogotá, septiembre de 2017

Objetivos del equipo

ser oportunos: incrementar la capacidad de prever, preparar las acciones frente a los temas.

ser efectivos: incrementar la capacidad de difusión de la información y entendimiento de la misma.

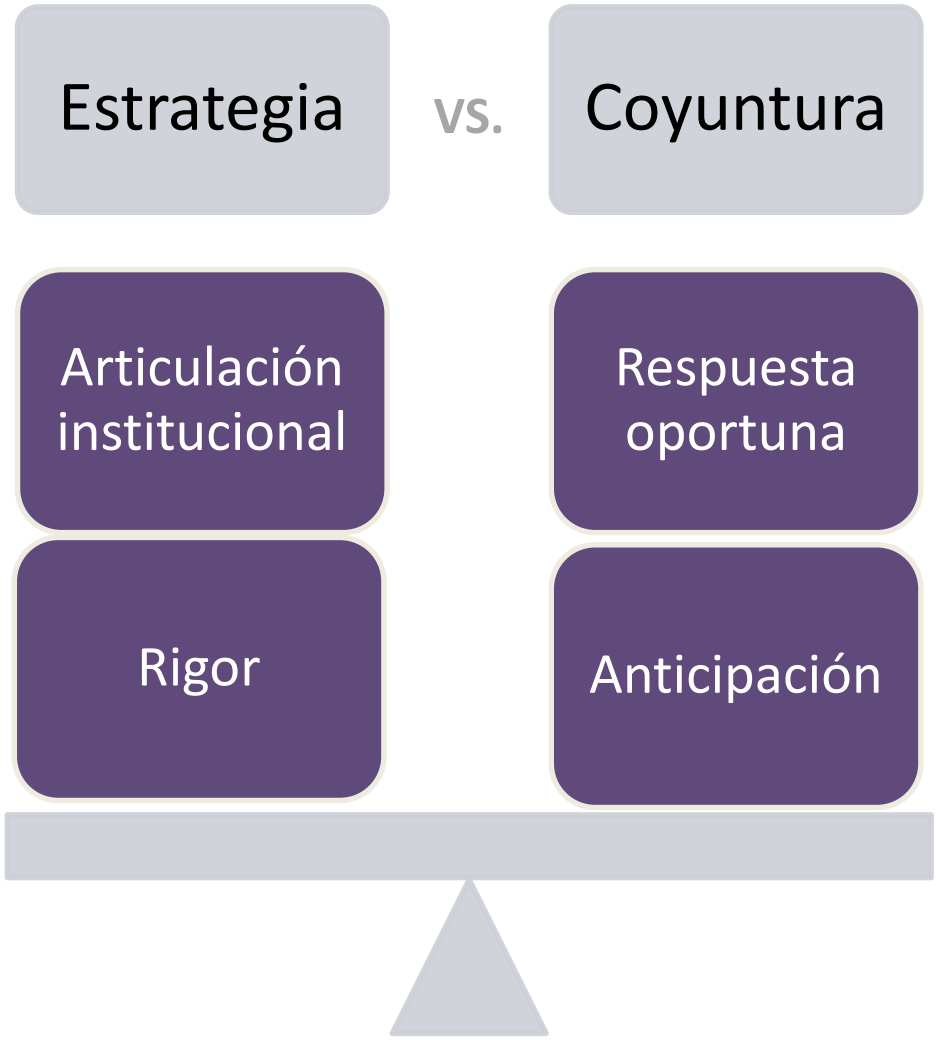
- mayor alcance
- alcance focalizado (audiencias)

ser influyentes: incrementar la capacidad de influir en la toma de decisiones de comunicaciones de la entidad.

ser organizados(res): incrementar la capacidad de coordinar las comunicaciones de la entidad.

Principios transversales

Planeación	Transparencia	Participación	Realidad	Impacto
• No se está improvisando	• Las acciones de la entidad son visibles para toda la ciudadanía	• La ciudadanía debe tener espacio de acción en las actividades de comunicación de la entidad.	• Las cosas sí están pasando	• Las acciones desarrolladas deben llevar a la ciudadanía a percibir un cambio en sus vidas. Transformación



Retos internos de trabajo

Información	optimizar el flujo dentro del equipo
	consecución más eficiente
Relacionamiento	con el Gobierno
	con audiencias clave
Roles	definición de alcances
	competencias
Cronogramas	rigor
	anticipación
	flexibilidad
“Olas”	subirse
	dejar pasar
	crear

Organización equipo

Grandes Tareas

- INVESTIGACIÓN
- MONITOREO DE MEDIOS
- DIAGNÓSTICO POLÍTICO Y PLANEACIÓN
- ARTICULACIÓN
- GENERACIÓN CONTENIDOS ESCRITOS
- GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y DIGITALES
- RELACIONES PÚBLICAS
- PUBLICIDAD
- EVALUACIÓN

Organización equipo

ÁREAS DE TRABAJO

- POLÍTICA PÚBLICA
- DEFENSA POLÍTICA
- GOBIERNO
- REPUTACIÓN

GRANDES TAREAS

- INVESTIGACIÓN
- MONITOREO DE MEDIOS
- DIAGNÓSTICO POLÍTICO
- PLANEACIÓN
- GENERACIÓN CONTENIDOS ESCRITOS
- NARRATIVAS
- GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES
- RELACIONES PÚBLICAS
- PUBLICIDAD
- EVALUACIÓN

Coordinación general

Investigación y Mensajes

- Definir audiencias
- Definir mensajes
- Definir lugares
- Incluye investigación de estudios de opinión; monitoreo de medios online y offline

Producción de contenidos

- Adaptar los mensajes en productos audiovisuales simples y efectivos, por audiencia. (publicitario y no publicitario)
- Desarrollar los productos para los canales adecuados

Canales de Distribución

- Organizaciones propaz
- Discurso oficial
- Eventos
- Plataformas digitales
- Free Press
- Influencia en líderes de opinión (RRPP)

Publicidad

- Plan de medios nacionales, regionales y comunitarios

Monitoreo de Medios

- Tradicional
- Digital
- Evaluación y seguimiento según indicadores definidos

Proyectos Especiales

- Alianza con medios nacionales.
- Alianza con canales regionales.
- Alianza de contenidos y seguimiento de opinión con emisoras y tv comunitarias en todo el país.
- Gestores y sociedad civil organizada

Articulación con Entidades

Funciones

Investigación

- Seguimiento de temas a través de investigación cualitativa y cuantitativa de opinión pública.
- Apoyo en la generación de memorandos estratégicos que orienten las acciones de comunicación con base en el resultados de las investigaciones.
- Apoyo en la construcción de mensajes acordes con los resultados de las investigaciones.

Monitoreo de medios *(offline y online)*

- Generación de alertas sobre contenidos en medios de comunicación que afecten a la entidad.
- Recopilación de reacciones sobre pronunciamientos o acciones de la entidad.
- Generación de informes que marquen tendencia política de interés.

Generación de Contenidos Escritos

- Creación de Hojas de datos y fichas de mensajes estratégicos, sobre temas de la entidad.
- Respuestas a entrevistas de voceros de la entidad en medios de comunicación
- Coordinación de mensajes con área de discursos y digital.
- Construcción de un repositorio de información de la entidad para efectos comunicacionales.
- Creación de batería de argumentos frente a cada tema.

Diagnóstico Político y Planeación

- Elaboración de Documentos temáticos, de uso interno, evaluando riesgos políticos y de comunicación.
- Elaboración de un pronóstico semanal de los temas políticos que serán parte de la agenda mediática.
- Análisis del impacto político de las acciones que se desarrollarán.
- Generación de Planes de Acción frente a temas coyunturales de interés para la entidad.

Articulación

- Contacto permanente con equipos de comunicaciones de entidades para articular acciones de comunicaciones.
- Coordinar con equipos de entidades acciones de comunicación conjuntas frente a temas transversales y de interés de la entidad.
- Consecución de información de las entidades.

Funciones

Publicidad

- Revisión y asesoría de campañas y planes de medios.
- Revisión y/o aprobación de spots código cívico.
- manual de marca.

Relaciones Públicas – Free Press

- Base de Datos de periodistas, validadores, líderes de opinión, organizada por temas que manejan, y medios donde puede trabajan.
- Establecer contacto con dichos validadores, periodistas y líderes de opinión.
- Envío de información permanente uno a uno a las personas que pueden ser legitimadores de posiciones de la entidad.

Generación y difusión de contenidos audiovisuales y digitales

- Diseñar e implementar el componente digital de la estrategia.
- Creación de contenidos informativos de los temas de la entidad para uso en medios tradicionales y no tradicionales.
- Articular la estrategia de redes sociales de voceros.
- Creación de contenidos alternativos en formatos no tradicionales que cuenten de formas diferentes las acciones de la entidad y su impacto.

Evaluación

- Elaboración de informes que midan el resultado de las acciones de la oficina en alianzas, hechos, comentarios, avances.
- En medios de comunicación y en la opinión Pública.

Organización equipo

- Digital
- Publicidad
- RR.PP. – Free Press
- Narrativas
- Internacional
- Regional

Protocolo de crisis

MONITOREO: ALERTAS INICIALES

Equipo de monitoreo
Contactos avisan

Coyuntura Especial

Anticipación

En las reuniones diarias se revisan los temas que merecen seguimiento según diapositiva anterior

Aprobación Director

- Evalúa el impacto que puede tener la situación.
- Define si hay crisis o no.

Petit Comité

Investigación
- Posiciones de la opinión pública alrededor de los temas. Recomendaciones verbales.

Monitoreo
- Posiciones de líderes de opinión o medios que merecen ser respondida. Selección concisa y recomendaciones.

Temático
- Información de contexto político que influya en la acción de comunicación.
- Contenidos (Fichas y hojas de datos) para que usen los equipos de ejecución.

Político
- Información sobre el tema.
- Contenidos (Fichas y hojas de datos) para que usen los equipos de ejecución.

Coord. Entidad
- Articulación de acciones y contenidos con entidades involucradas.
- Consecución de información

Narrativas
- Construcción de relatos en formatos alternativos

Publicidad
- Campañas (si es necesario)

Digital
- Desarrollo de Plan de Acción que diseñen.

RR.PP. – Free Press
- Envío de Hojas de datos o información especial a validadores, líderes de opinión o medios.

Coordinación Internacional
- Construcción y/o hojas de datos o información especial hecha para estos medios.

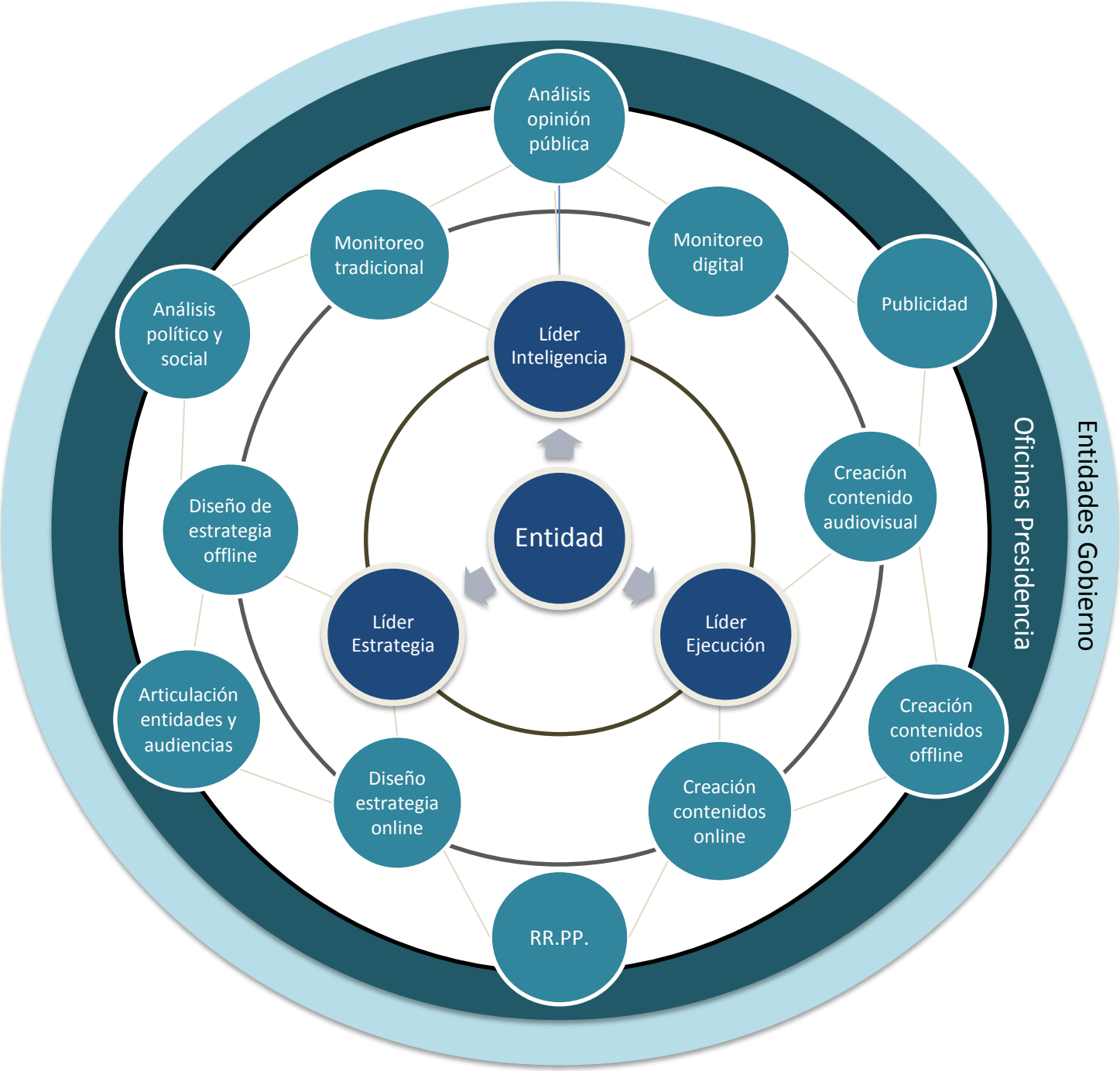
Coordinación Regional
- Construcción y/o hojas de datos o información especial hecha para estos medios.

Informes

Los equipos de ejecución presentarán informe de gestión e impacto.

Coordinación de tareas / Seguimiento

Estructura del equipo



Principios

Acuerdos de trabajo	Establecimiento de una línea de comunicación constante con la cabeza de la entidad..
	Definición de temas prioritarios en reunión semanal y seguimiento de esos temas.
	Capacidad de filtro por parte del equipo. Posibilidad de ejercer criterio sobre los temas
	Reuniones diarias del equipo para hacer seguimiento a temas coyunturales y de agenda.

Gracias

La sociedad no sólo existe por la comunicación sino que existe en ella

John Dewey