

# Desarrollo de comunicaciones integradas y estrategicas

\*Integrada versus aislada: comunicaciones *Integradas: es el trabajo de cambio organizacional para asegurar que las comunicaciones aparecen en TODAS en nuestra visión, análisis, estratégica, planificación, evaluación y en los procesos de toma de decisiones.*

- Si es *aislada*, nunca vamos a alcanzar nuestro máximo potencial ni organizativamente ni poderosamente en el mundo.

**¿Que son las comunicaciones?** Transmitir ideas. No solo se trata de lo que usted dice, sino quien lo escucha y como es interpretado?

**¿Que son comunicaciones estratégicas?** Consistentemente y persistentemente decir lo correcto, a la gente correcta, en el momento correcto, para movilizar poder y avanzar la narrativa que hace que los objetivos avancen y para lograr victorias a largo plazo.

Tácticas de comunicaciones versus estrategia -

**ESTRATEGIA** – Es planear proactivamente para alcanzar la **meta** general.

**Las 6 Magias** (Conocida en inglés como Magic 6, Adaptada de ReFrame) – Hay seis (6) preguntas a contestar cuando se establece una estrategia de comunicaciones para algún asunto, acción o campaña.

6. ¿Que es la “**meta**” para la acción, asunto o campaña?
6. ¿Quien es el “objetivo” y/o quien es la “piñata”?
  - a) Objetivo – la persona/ grupo que tiene el poder de tomar la decisión para entregarle su meta general.
  - a) Piñata – la persona o grupo a aporrear para probar un punto o mover el objetivo.
6. ¿Quien necesita saber o enterarse? ¿Quien es su público/su audiencia?
  - a) Audiencia – La población exacta a la que usted necesita informar y hacer que se involucre. Saber quién es la audiencia nos ayuda a involucrar a los medios de comunicación correctos y las tácticas para contactarlos directamente.
4. ¿Cuáles son su recursos?
  - a) Piense de antemano. ¿Cual es su capacidad humana, quienes son sus aliados, su presupuesto, el tamaño de su lista, las conexiones del reportero/periodista, etcétera.
- 5.¿Cual es su calendario de fechas?
  - a) ¿Cuanto tiempo tenemos para influenciar el proceso de toma de decisiones sobre nuestro asunto? ¿Cuanto tiempo hay para el próximo evento critico?
6. ¿Qué oportunidades tenemos?

**TÁCTICAS** – Las **herramientas** que usamos para implementar nuestra estrategia. (Estas serán siempre reactivas si hay carencia de estrategia).

- Acciones/reuniones publicas/eventos.
- Medios de comunicación que se han ganado.

# Desarrollo de comunicaciones integradas y estrategicas

- Cobertura directa **y/o** del asunto de la organización (conferencia de prensa, cobertura de la acción, cobertura del asunto por el líder, experto, etcétera).
- Cartas al editor
- Opinión en el editorial.
- Medios de comunicación social– (Facebook, Twitter, etcétera).
- Sitio en la red – página del blog.
- Correo electrónico.
- Panfletos, folletos, señales, boletines de las iglesias, etcétera.
- Adminículos – prendedores, camisetas, pancartas, carteles.
- Anuncios y medios de comunicación pagados.

Es muy importante determinar y enfocarse en la **meta** de su estrategia, aún al ejecutar cada táctica, ya que es fácil perder la mira del **objetivo** principal.



**¡No sea como estos chavos!**

**Ellos eligen quedarse solo en las tácticas y no con la estrategia de comunicaciones integradas.**

[Inside the left bubble:]

No gracias

[Inside the right bubble:]

Estamos muy ocupados