



Entitat Municipal de
Valldoreix

Pla de Comunicació



0. Índex

1. Descripció prèvia de l'activitat
 - 1.1. Composició i infraestructura del Gabinet de Comunicació
 - 1.2. Descripció de les tasques
2. Justificació del pla
 - 2.1. Introducció
 - 2.2. Premisses de la comunicació
3. DAFO
4. Objectius generals
5. Públic objectiu
 - 5.1. Intern
 - 5.2. Extern
6. Eixos estratègics
 - 6.1. Eix 1. Consolidar l'estructura de comunicació de l'EMD
 - 6.2. Eix 2. Actualitzar i harmonitzar la imatge de l'EMD
 - 6.3. Eix 3. Donar a conèixer l'estratègia de l'EMD
 - 6.4. Eix 4. Potenciar el sentiment de pertinença dels professionals
 - 6.5. Eix 5. Potenciar el vincle amb la ciutadania, generar confiança i empatia.
 - 6.6. Eix 6. Potenciar la relació amb el mitjans de comunicació
7. Avaluació i seguiment



1. Descripció prèvia de l'activitat

1.1. Composició i infraestructura del Gabinet de Comunicació

El gabinet de premsa i comunicació està compost per una sola persona (Tècnic de Comunicació i TIC) que s'encarrega de desenvolupar totes les tasques que amb posterioritat es descriuran en aquest document. Els recursos de que disposa el gabinet són el despatx que ocupa el tècnic, una càmera fotogràfica, una gravadora per enregistrar documents sonors, un ordinador amb connexió a internet amb el qual s'elaboren els continguts, així com un telèfon intel·ligent multimèdia.

1.2. Descripció de les tasques:

A. Mitjans interns

- Coordinació i redacció del butlletí informatiu ciutadà *InfoValldoreix*.
- Gestió i enviament d'agenda d'activitats de l'EMD.
- Gestió, elaboració de continguts i seguiment de les Xarxes Socials (*Facebook, Twitter, Instagram i Youtube*).
- Gestió, elaboració de continguts i actualització del web institucional.
- Coordinació, canalització i distribució de la comunicació massiva d'actes.
- Redacció continguts espais publicitaris.
- Suport i assessorament en entrevistes.

B. Premsa

- Redacció i enviament de notes de premsa i convocatòries.
- Recull de premsa: diari i setmanal.
- Enllaç amb els mitjans de comunicació.
- Elaboració del dossier de premsa (contingut gràfic, audiovisual i text).



C. Audiovisual

- Fotografia.
- Convocatòria i organització tècnica de rodes de premsa.
- Cobertura tècnica d'actes institucionals de l'EMD.
- Assistència a les sessions plenàries de l'EMD.
- Tractament d'imatges (Photoshop).
- Gestió i coordinació del vídeos institucionals.

D. Gestió i coordinació de gabinet

- Revisió ortogràfica i d'estil dels continguts comunicatius de l'EMD.
- Interlocutor de totes les accions comunicatives de l'EMD.
- Gestió de l'arxiu fotogràfic.
- Pla Social Media.
- Seguiment del compliment dels convenis de col·laboració.
- Gestió de la imatge corporativa de l'EMD.



2. Justificació del pla

2.1. Introducció

Actualment, malgrat el context de crisi i el canvi global que estem vivint, ningú qüestiona la necessitat que totes les entitats municipals incloguin en el disseny de la seva estratègia, la comunicació.

L'entendem en clau:



El Pla de Comunicació de l'EMD de Valldoreix s'ha confeccionat per continuar avançant en aquest àmbit a l'EMD, consolidant els projectes engegats i obrint-ne de nous.

2.2. Premisses de la comunicació:

- Sempre hi ha comunicació:
Les entitats sempre comuniquen ja que fins i tot quan no comuniquen també estan comunicant.



- Tot comunica:

Tot té un significat i es pot interpretar com un missatge. L'espai de treball, els escrits, el llenguatge no verbal, l'ambient, el web, el logotip i per sobre de tot, les persones que comuniquen contínuament la història de la nostra entitat.

Per gestionar de manera professional la comunicació, és important vehicular qualsevol iniciativa que estigui relacionada amb l'àmbit de la comunicació o sigui susceptible de ser comunicada a través del gabinet de comunicació.

- La comunicació no és innòcua:

Si les accions de comunicació no són les adequades, en el seu disseny, la seva execució o gestió, poden tenir efectes no desitjats o fins i tot contraris a la resposta buscada.

- La comunicació interna es la base de la comunicació externa:

No pot existir una bona comunicació externa sense una bona comunicació interna.

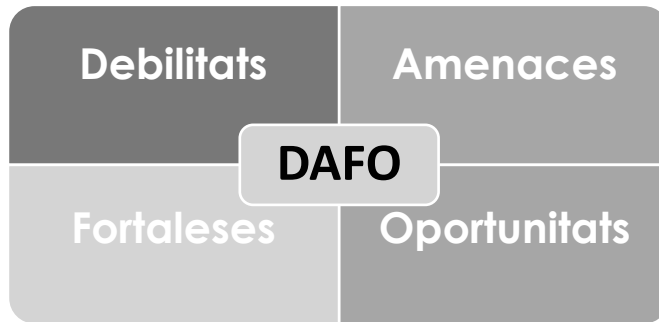
Si algun públic ha de conèixer i tenir la màxima informació sobre l'EMD, aquest és el públic intern.

No podem comunicar a la ciutadania informacions que no es coneguin a l'interior de l'EMD, ja que el perill de desconfiança i ruptura interna és molt alt.

Per tot plegat, caldrà definir una política comunicativa. L'objectiu global del document, és: gestionar, regular i coordinar l'activitat comunicativa de l'EMD de Valldoreix, de manera que es garanteixi un sistema que promoguin i desenvolupin les activitats comunicatives.



3. DAFO



L'EMD ha d'establir mecanismes per aprofitar les **oportunitats** de l'entorn relacionades amb:

- La voluntat del govern d'enfortir el gabinet de comunicació.
- Molta capacitat de creixement.
- L'evolució constant de les eines 2.0 i noves tecnologies en general, que ofereixen canals amb baix cost per afavorir la comunicació bidireccional. Presència creixent a les xarxes socials per connectar amb el públic.
- L'augment de la cultura participativa ciutadana.
- El major grau d'exigència i de consciència social en el context actual.
- El continu creixement de l'activitat de l'EMD.
- Seguiment de les reunions de coordinació interdepartamentals i de seguiment d'agenda d'actes.
- El potencial del nou Pla d'Acció Municipal de Valldoreix.
- La projecció a través de l'associació catalana d'EMD permet visibilitat en comarques on les EMD són més nombroses i tenen més importància.

L'EMD ha d'establir mecanismes per contrarestar les **amenaces** de l'entorn relacionades amb:

- L'EMD queda eclipsada per la potència informativa dels mitjans de Sant Cugat.
- Fort desequilibri de recursos respecte a les administracions properes.
- El context polític actual genera un clima de desconfiança i de desànim.



- La incertesa econòmica global.
- L'entorn competitiu pel que fa a la gran producció d'informació.

L'EMD hauria de potenciar principalment les seves **fortaleses** relacionades amb:

- Professional competent i compromès.
- Entitat de prestigi, institució coneguda a nivell local i comarcal.
- Activitats rellevants i de qualitat.
- Sistemes de comunicació millorats en els últims anys. Pàgina web amb apartat exclusiu de notícies on es penjen totes les informacions relatives a l'entitat. Presència en principals xarxes socials (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*).
- Butlletí trimestral ben posicionat entre la ciutadania.
- Relació fluïda i tracte proper amb els mitjans de comunicació i capacitat d'atendre les seves demandes.

L'EMD hauria de corregir principalment les seves **debilitats** relacionades amb:

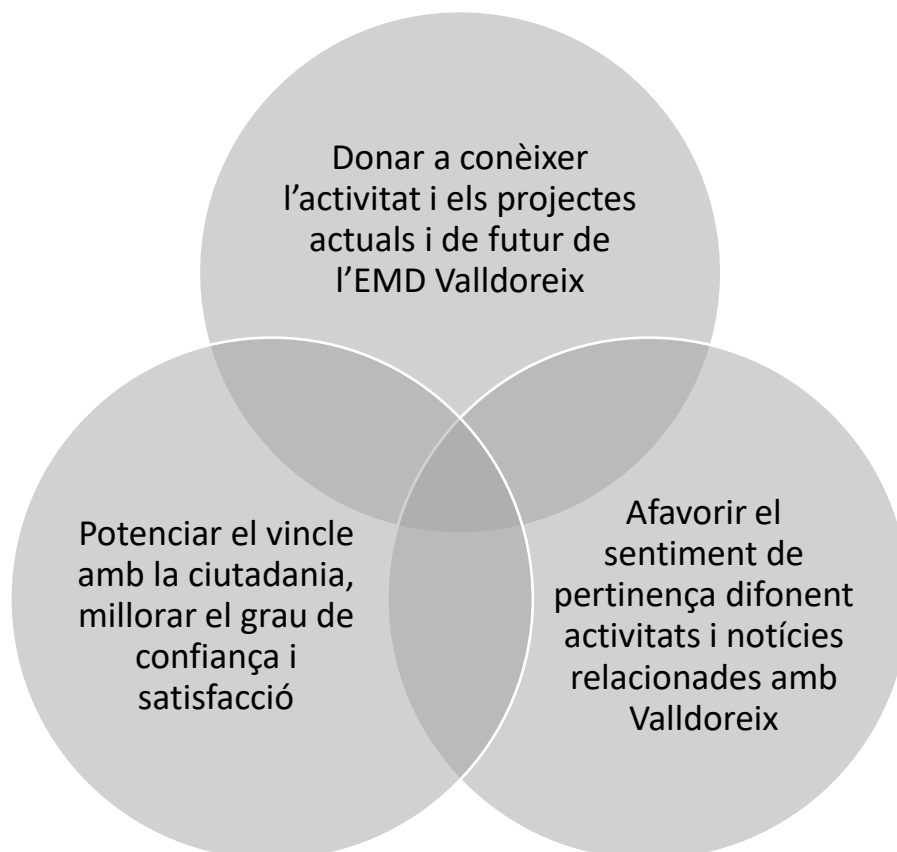
- L'estructura del gabinet de comunicació actual, recursos limitats.
- Poca proactivitat a l'hora de reflectir les activitats que es portaran a terme (cultura, esports).
- Manca d'una gestió per processos, circuits, plantilles comunicatives homogènies.
- Escassa presència en mitjans generals.
- Manca de mitjans de comunicació únicament de Vallldoreix que es facin ressò de les notícies.
- El fet de no ser un municipi perjudica la visibilitat informativa més enllà dels mitjans locals.
- Pocs mitjans locals i comarcals.



4. Objectius generals

Els objectius són l'expressió, en forma de grans declaracions, d'allò que l'EMD espera i vol aconseguir durant el període de temps en termes comunicatius.

Els objectius globals del Gabinet de Comunicació són els següents:



5. Públic objectiu

- **Intern:**

Professionals que treballen a l'EMD, incloent-hi també aquells contractats per altres empreses (tècnics, comandaments, caps d'àrea, equip govern, oposició, proveïdors i col·laboradors).



- **Extern:**

Ciutadania: 8.500 habitants(aprox.)

Públic interessat: qui genera estat d'opinió, pressió social, decideix o influeix en l'EMD; ciutadans dels barris de Sant Cugat propers a Valldoreix (Mira-sol, La Floresta...), associacions, entitats del poble, Generalitat de Catalunya, Diputació de Barcelona, ACM, FMC, partits polítics, líders d'opinió, mitjans de comunicació, etc.

6. Eixos estratègics

Els principals eixos d'actuació o estratègies són els grans camps on es concentraran els esforços del gabinet de comunicació.

El Pla de comunicació s'estructura a partir de sis grans eixos d'activitat:

Consolidar l'estructura de comunicació de l'EMD

Actualitzar i harmonitzar la imatge de l'EMD

Donar a conèixer l'estratègia de l'EMD

Potenciar el sentiment de pertinença dels professionals

Potenciar el vincle amb la ciutadania, generar confiança i empatia

Potenciar la relació amb el mitjans de comunicació



Cadascun dels eixos estratègics recull un seguit d'actuacions.

Eix	1 Consolidar l'estructura de comunicació de l'EMD
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Redefinir les tasques i fer una anàlisi del gabinet.• Registrar l'activitat de forma exhaustiva amb un sistema d'indicadors (nombre activitats, visites, etc.).• Consolidar el paper del gabinet com a instrument per a l'edició i revisió de qualsevol document amb fi comunicatiu; donant suport a tots els departaments de l'EMD.• Ser el nexa comunicatiu de tots els departaments i coordinar l'agenda compartida de totes les activitats; establir mecanisme d'ajut.• Establir un cronograma per millorar l'eficiència comunicativa de l'EMD i complir els terminis.• La utilització de software específic en gestió de Xarxes Socials (Hootsuite), facilitant l'organització i/o programació de les entrades i els recordatoris i minimitzant el temps de dedicació. Tanmateix, també permet controlar tot allò que es diu de nosaltres, panell de control "paraules clau".• Creació breu guia de xarxes socials de l'EMD, on es reguli els post, la tipologia i la periodicitat de les entrades.• Continuar definint la política comunicativa de l'EMD.• Possibilitat d'integrar personal universitari de suport, mitjançant un conveni de pràctiques.

Eix	2 Actualitzar i harmonitzar la imatge de l'EMD
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar un manual d'estils (plantilles, convocatòries, utilització logotip, tipografia, colors, etc.).• Elaborar un document de presentació institucional (redacció de la missió, visió, objectius i valors).• Definir i dissenyar plantilles per a taulons d'anunci interns, externs i cartelleria de carrer.• Definir i dissenyar cartera de serveis (competències), portafolis per la ciutadania.

Eix	3 Donar a conèixer l'estratègia de l'EMD
------------	---



Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Escriure la definició de missió, visió i valors de l'EMD d'acord amb el nou PAM.• Dissenyar una memòria anual de les activitats recollides durant l'any.• Dissenyar accions participatives dirigides al públic intern i extern.
------------	---

Eix	4 Potenciar el sentiment de pertinença dels professionals
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Crear manual d'estils i plantilles homogènies.• Nova intranet dinàmica.• Servir com a plataforma per a la correcta gestió de continguts, seguiment de notícies, agenda i actes derivats a l'activitat de l'administració local i el seu teixit social.• Crear un butlletí senzill setmanal que es difondrà per correu electrònic i que evitarà gran nombre de correus. (Agenda d'activitats global, formació RRHH, noves incorporacions, accions, etc.).

Eix	5 Potenciar el vincle amb la ciutadania, generar confiança i empatia
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Difusió als veïns de la vila de les principals notícies i actes generats al territori (veïnals, culturals, esportives, participatives, etc.)• Mantenir, millorar i potenciar la difusió web.• Dinamitzar i incrementar la presència de l'EMD a les xarxes socials més potents.• Redefinir, actualitzar, millorar i harmonitzar el butlletí informatiu ciutadà InfoValldoreix.• Millorar el coneixement de la ciutadania de les competències de l'EMD; edició de fulletons informatius.• Crear relacions entre els mateixos veïns/veïnes de Valldoreix afavorint la interacció entre ells mitjançant les eines participatives del 2.0, establint un contacte més profund amb els seus ciutadans i escoltant les seves opinions.• Propiciar espais de trobada entre els representants de l'equip de govern l'EMD i la ciutadania.• Disseny d'accions que fomentin l'ús i el coneixement del comerç del territori• Anàlisi del públic objectiu (tipologia habitants, sexe, edats, professions, etc.); a fi de perfilar les accions comunicatives.



Eix	6 Potenciar la relació amb el mitjans de comunicació
Actuacions	<ul style="list-style-type: none">• Difondre els projectes i les iniciatives de l'EMD de forma proactiva.• Incloure en totes les notes de premsa un paràgraf amb informació corporativa de l'EMD d'acord amb el nou PAM.• Atendre i donar resposta a totes les sol·licituds dels mitjans amb la màxima celeritat tenint en compte les especificitats de cada mitjà.• Potenciar la participació dels professionals en programes divulgatius amb mitjans locals, visites, etc.• Obtenir un espai estable i continuat als mitjans de comunicació; actualitzar i/o renegociar convenis de col·laboració amb mitjans.• Elaborar un protocol per a peticions de premsa.• Crear una base de dades dels mitjans.

7. Avaluació i seguiment

Es dissenyarà un sistema de seguiment i avaluació de les accions comunicatives, mitjançant: recull premsa, registre número de visites, núm. seguidors, índex qualitat xarxes Cloud, enquestes de satisfacció dels professionals de l'EMD, etc.; de manera que permeti avaluar i millorar les accions comunicatives del gabinet. En base a les dades del seguiment i la avaluació, l'activitat comunicativa serà redefinida, si s'escau, i es realitzaran les modificacions adequades.