

## (Template) Strategia și planul de comunicare

Strategia de comunicare este un document conceptual, care oferă direcție și coerență tuturor acțiunilor de comunicare din organizație. Este ca o „hartă” a comunicării stabilită pentru 3-5 ani care definește **de ce** comunică organizația, **ce vrea să obțină și prin ce valori se exprimă**. Strategia se actualizează periodic, atunci când apar schimbări majore.

În schimb, planul de comunicare este „calendarul” tactic. El traduce strategia în acțiuni concrete, cu termene, responsabilități și resurse clare și concrete. Planul de comunicare este un document operațional, care se poate modifica frecvent și răspunde la întrebările **Ce facem, când, cum și cu ce resurse?**

Folosește template-urile de mai jos ca modele de lucru pentru a-ți contura strategia și planul de comunicare al organizației tale.

### Template: Strategie de comunicare

#### 1. Introducere

##### **Care este scopul strategiei?**

*Describe de ce este necesară pentru organizație această strategie, cum va fi folosită și care este perioada ei de aplicare.*

---

---

---

---

---

#### 2. Obiective generale de comunicare

##### **Ce vrei să obții prin comunicarea pe care o faci?**

*Stabilește 2–4 obiective pe termen mediu/lung. Acestea trebuie să fie constante și independente de proiectele specifice ale organizației.*

---



---



---



---

### 3. Publicul țintă

#### **Cui te adresezi?**

Identifică principalele tipuri de public la care vrei să ajungi, împreună cu caracteristicile, nevoile și interesele acestora.

| Tip public | Caracteristici | Nevoi/Interese |
|------------|----------------|----------------|
|            |                |                |

### 4. Mesaje-cheie

#### **Ce vrei să comunici?**

Formulează 3-5 mesaje principale ale ONG-ului tău și adaptează-le pentru fiecare categorie de public în parte.

| Public | Mesaj-cheie |
|--------|-------------|
|        |             |
|        |             |

### 5. Canale de comunicare

#### **Unde vei comunica mesajele cheie?**

Enumeră canalele de comunicare folosite (online și offline) pentru transmiterea mesajelor principale.

| Canal | Tip (Online/Offline) | Public țintit | Frecvență |
|-------|----------------------|---------------|-----------|
|       |                      |               |           |

### 6. Monitorizare și evaluare

#### **Cum vei măsura rezultatele comunicării?**

Stabilește indicatorii de evaluare care te vor ajuta să măsoară rezultatele activităților de comunicare.

|                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| Mijloc de comunicare | Indicator de evaluare |
|                      |                       |

## Template: Plan de comunicare

### 1. Obiectivele specifice de comunicare ale proiectelor

#### *De ce vrei să comunici?*

Enumeră proiectele active și arată cum contribuie acestea la obiectivele generale de comunicare ale organizației. Acest lucru ajută la asigurarea coerenței și la vizualizarea de ansamblu a tabloului pentru a maximiza impactul comunicării.

| Proiect:                               | Obiectiv(e) de comunicare ale proiectului                                                                               | Cum contribuie la obiectivele generale de comunicare ale ONG-ului        |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <i>Exemplu: „Păduri pentru viitor”</i> | <i>Informarea publicului despre importanța reîmpăduririlor și implicarea a 500 de voluntari în acțiuni de plantare.</i> | <i>Crește notorietatea ONG-ului și extinde comunitatea de voluntari.</i> |

### 2. Publicul țintă

#### *Cu cine vrei să comunici?*

Identifică tipurile de public către care dorești să ajungi. Segmentează audiența în funcție de caracteristici, nevoi și preferințe de comunicare. Delimitează clar cine sunt beneficiarii, finanțatorii, partenerii, voluntarii, presa etc.

| Tip public | Caracteristici | Nevoi/Interese | Canale preferate | Tipuri de mesaj-cheie la care reacționează |
|------------|----------------|----------------|------------------|--------------------------------------------|
|            |                |                |                  |                                            |

### 3. Mesaje-cheie

#### *Ce vrei să comunici?*

Formulează mesajele centrale pentru fiecare tip de public.

Începe cu răspunsul la trei întrebări simple:

- Ce vrem să spunem? (scrie ideea principală pe care vrem să o rețină oamenii)
- Cui vrem să spunem? (publicul căruia ne adresăm)
- Ce vrem să facă după ce aude mesajul? (care este acțiunea dorită: să participe, să doneze, să se înscrie etc.)

| Tip de public | Mesaj-cheie |
|---------------|-------------|
|               |             |

#### 4. Canalele de comunicare

**Cum și unde vrei să comunici?**

Enumeră canalele prin care vei comunica (online și offline).

| Canal | Tip (Online/Offline) | Frecvență |
|-------|----------------------|-----------|
|       |                      |           |

#### 5. Activitățile de comunicare

Describe pe scurt acțiunile de comunicare pe care urmează să le desfășori.

*Ex: o conferință de presă, o gală, un eveniment de lansare etc.*

Adițional prezintă bugetul alocat pentru activitățile de comunicare, defalcat pe fiecare activitate. Include sursele de finanțare.

| Activitate | Perioadă | Responsabil | Resurse necesare | Buget estimate / | Sursă finanțare |
|------------|----------|-------------|------------------|------------------|-----------------|
|            |          |             |                  |                  |                 |

#### 6. Monitorizare și evaluare

Stabilește cum vei măsura eficiența activităților de comunicare, ce indicatori calitativi și cantitativi vei folosi și cine este responsabil de colectarea datelor.

| Indicator | Tip<br>(Calitativ/Cantitativ) | Responsabil |
|-----------|-------------------------------|-------------|
|           |                               |             |