

# PLAN DE COMUNICACIÓN



FUNDACIÓN  
AMIGOS DE MONKOLE

## ÍNDICE

1. Introducción: .....	3
2. Análisis .....	3
3. Públicos Objetivos.....	3
4. Objetivos .....	4
5. Mensajes .....	4
6. Canales y Acciones .....	4
7. Estrategia .....	5
8. Evaluación.....	6

## **1. Introducción:**

La Fundación Amigos de Monkole, en su compromiso con la salud y el bienestar en la República Democrática del Congo, reconoce la importancia estratégica de una comunicación efectiva tanto interna como externa. En este contexto, este plan de comunicación se presenta como una herramienta fundamental para consolidar nuestra presencia en línea, sensibilizar sobre nuestra causa y fortalecer los lazos con nuestra comunidad.

Nos proponemos no solo informar, sino también inspirar y movilizar a través de nuestros mensajes, conectando de manera auténtica con nuestros diferentes públicos. La comunicación será un pilar fundamental en nuestro esfuerzo por generar un impacto positivo y sostenible en la vida de las personas en la región.

## **2. Análisis**

Para asegurar el éxito de nuestras iniciativas comunicativas, es crucial realizar un análisis exhaustivo tanto del entorno interno como externo. En este sentido, examinaremos detenidamente nuestra capacidad actual de comunicación, identificaremos las oportunidades y desafíos que enfrentamos, y evaluaremos el impacto de nuestras acciones pasadas.

Además, nos sumergiremos en el entorno comunicativo externo, analizando las tendencias del sector, el comportamiento de nuestra audiencia y las estrategias de otras organizaciones similares. Este análisis nos permitirá ajustar nuestras estrategias y acciones de comunicación de manera más precisa y efectiva.

## **3. Públicos Objetivos**

La diversidad de nuestros públicos objetivos es un reflejo de la amplitud y complejidad de nuestro trabajo. Desde donantes y voluntarios hasta beneficiarios y colaboradores locales, cada grupo tiene necesidades, intereses y expectativas específicas que debemos tener en cuenta al diseñar nuestras estrategias comunicativas.

Por lo tanto, segmentaremos nuestros públicos de manera cuidadosa y detallada, desarrollando mensajes y acciones personalizadas que conecten con cada uno de ellos. Al comprender mejor sus necesidades y motivaciones, podremos establecer conexiones más sólidas y significativas que impulsen el compromiso y la participación.

#### **4. Objetivos**

Nuestros objetivos de comunicación deben ser claros, alcanzables y alineados con nuestra misión y visión como organización. Nos proponemos no solo aumentar la visibilidad de la fundación, sino también fortalecer nuestra reputación, inspirar apoyo y acción, y fomentar el diálogo y la participación comunitaria.

Además, estableceremos indicadores específicos y medibles para evaluar el progreso hacia la consecución de estos objetivos a lo largo del tiempo. Esta evaluación continua nos permitirá adaptar y ajustar nuestras estrategias según sea necesario para maximizar nuestro impacto y eficacia.

#### **5. Mensajes**

Los mensajes que transmitimos son la esencia de nuestra comunicación. Por lo tanto, es fundamental que sean claros, coherentes, auténticos y convincentes. Nos comprometemos a desarrollar mensajes que destaque la importancia de nuestra misión, el impacto de nuestro trabajo y la urgencia de la situación que enfrentamos.

Además, adaptaremos nuestros mensajes según el público y el canal de comunicación, asegurándonos de que sean relevantes y accesibles para cada grupo. La consistencia en nuestros mensajes nos ayudará a construir una identidad de marca sólida y reconocible que resuene con nuestra audiencia.

#### **6. Canales y Acciones**

La elección de los canales de comunicación adecuados es fundamental para llegar de manera efectiva a nuestra audiencia. Nos comprometemos a utilizar una combinación de canales en línea y fuera de línea para maximizar nuestro alcance y impacto.

##### **1. YouTube:**

- Creación de videos informativos y testimoniales sobre nuestros proyectos y su impacto.
- Entrevistas a beneficiarios, voluntarios y miembros del equipo para compartir historias inspiradoras.
- Transmisiones en vivo de eventos, conferencias y actividades de la fundación.

##### **2. Instagram:**

- Publicación de contenido visual atractivo, incluyendo imágenes y videos cortos.
- Uso de Stories para compartir actualizaciones en tiempo real y detrás de escena.

- Colaboraciones con influencers y personalidades relevantes para ampliar nuestro alcance.

3. Twitter:

- Publicación regular de tweets sobre nuestras actividades, logros y noticias relevantes.
- Participación en conversaciones relacionadas con nuestra causa y sector.
- Uso de hashtags populares y tendencias para aumentar la visibilidad.

4. Facebook:

- Creación de eventos en Facebook para promocionar nuestras actividades y recaudar fondos.
- Publicación de contenido variado, incluyendo artículos, fotos, videos y encuestas.
- Fomento de la participación de la comunidad a través de comentarios, likes y compartidos.

5. TikTok:

- Creación de contenido creativo y entretenido relacionado con nuestra causa.
- Desafíos y tendencias que involucren a nuestra audiencia y generen conciencia.
- Colaboraciones con usuarios populares de la plataforma para llegar a nuevas audiencias.

6. Web institucional:

- Publicación regular de artículos informativos, historias de éxito y actualizaciones de proyectos.
- Invitación a expertos y colaboradores a contribuir con contenido relevante.
- SEO optimizado para aumentar la visibilidad en los motores de búsqueda.

## 7. Estrategia

Una estrategia de comunicación sólida y bien definida es la base de nuestro éxito. Nos comprometemos a desarrollar un plan estratégico detallado que articule claramente nuestros objetivos, públicos, mensajes, canales y acciones.

Este plan incluirá un calendario editorial detallado que guiará nuestras actividades de comunicación a lo largo del tiempo. Además, estableceremos mecanismos de

monitoreo y evaluación para medir el impacto de nuestras acciones y ajustar nuestra estrategia según sea necesario.

## **8. Evaluación**

La evaluación continua de nuestras acciones de comunicación es fundamental para garantizar su eficacia y relevancia. Nos comprometemos a establecer indicadores de rendimiento claros y medibles que nos permitan monitorear el progreso hacia la consecución de nuestros objetivos.

Además, realizaremos evaluaciones periódicas y análisis de retroalimentación para comprender mejor el impacto de nuestras acciones y identificar áreas de mejora. Esta cultura de aprendizaje continuo nos permitirá adaptarnos rápidamente a los cambios en el entorno comunicativo y maximizar nuestro impacto a largo plazo