Comunicación de campaña

Hoja de trabajo para el desarrollo de la estrategia

Las organizaciones sin fines de lucro normalmente se involucran en campañas de comunicación para progresar en sus metas. La estrategia y el enfoque de las campañas de comunicación pueden ser diferentes de los de otras iniciativas de comunicación. Por ejemplo, la campaña de comunicación usualmente se enfoca en una meta en específico, requiere un volumen alto y un ritmo constante de difusión y tiene una fecha de inicio y fin. Los ejemplos de las campañas de comunicación incluyen defensoría, involucramiento cívico, recaudación de fondos y otros esfuerzos enfocados en un solo propósito.

Una campaña exitosa requiere de un enfoque estratégico para la comunicación. Esta hoja de trabajo ofrece una guía paso a paso para desarrollar una estrategia para la campaña de comunicación, la cual está diseñada según sus metas y las audiencias sobre las que busca influir.

PASO 1: ESTABLEZCA LA META DE SU CAMPAÑA

Identifique el resultado específico y medible que quiere alcanzar con su campaña y el periodo de tiempo en el que desea alcanzarlo. **Escriba la meta de su campaña y el periodo de tiempo.**

Preguntas a considerar: ¿cuál es el problema específico que su política o acción resolverá? ¿Qué retos aborda? ¿Que se requiere para que se implemente su solución?

_____

_____

_____

_____

PASO 2: IDENTIFIQUE A SUS AUDIENCIAS

Identifique las audiencias específicas con las que necesita involucrarse y qué acciones necesitaría que ellas llevaran a cabo para alcanzar el objetivo de su campaña. No necesita tener a todos de su lado. Sea completamente honesto en cuanto a qué apoyo es totalmente necesario. **Enliste, a continuación, sus audiencias primarias y secundarias, y su plan de acción para cada una de ellas.**

Preguntas a considerar: ¿quiénes son los que toman las decisiones finales? ¿Quién tiene mayor influencia sobre ellas? ¿Qué personas son las más interesadas en el asunto y podrían movilizarse para participar?

_____

_____

_____

_____

PASO 3: INVESTIGUE

Aprenda todo lo que pueda sobre sus audiencias meta para entender mejor cómo puede convencerlas de la manera más efectiva para que tomen acción. **Escriba lo que necesite aprender para poder involucrar a sus audiencias.**

Preguntas a tener en cuenta en la investigación para cada audiencia: ¿cuáles son sus valores y prioridades? ¿Qué les motiva? ¿A quiénes escuchan y respetan? ¿Cuáles son las mejores formas de llegar a ellas (por ejemplo, boletines escolares, redes sociales, actos comunitarios, correo electrónico)?

PASO 4: ALINEE SU COMUNICACIÓN CON LA DEFENSORÍA

Señale los momentos clave de la toma de decisiones (por ejemplo, las reuniones del consejo municipal en las que se pondrá la política a consideración). Para ser influyente, es esencial organizar estratégicamente las actividades de difusión (concentraciones, peticiones, etc.) en torno a estos momentos. **Anote los momentos clave o las consideraciones sobre el calendario de su campaña o sus audiencias.**

Preguntas a considerar: si defiende una política, ¿hay momentos en que se someterá a revisión legislativa, comentarios públicos o votación? ¿Tienen los responsables de la toma de decisiones un plazo concreto para actuar? ¿Existen actos comunitarios futuros que pueda aprovechar?

PASO 5: ELABORE MENSAJES ESPECÍFICOS

Mantenga los mensajes sencillos pero directos. En las campañas, los mensajes ganadores suelen apelar a las emociones, mostrar urgencia y adaptarse a los valores de cada audiencia. **A partir de la investigación del paso 3, escriba los mensajes clave para cada una de sus audiencias meta.**

Preguntas a considerar: ¿qué necesita saber su audiencia para tomar una decisión? ¿A qué valores debe apelar para persuadir a su audiencia a que actúe? ¿Por qué es necesario actuar ahora?

PASO 6: MOVILICE COALICIONES Y SOCIOS

Una coalición son dos o más organizaciones o grupos que trabajan juntos para lograr un objetivo en común. Considere la posibilidad de aprovechar la acción colectiva de las coaliciones para demostrar un amplio apoyo al tema. Considere también si algún líder comunitario o gubernamental con ideas afines estaría dispuesto a asociarse. **Anote las organizaciones, grupos o líderes con los que podría asociarse para emprender una acción colectiva.**

Preguntas a considerar: ¿trabaja con otras organizaciones o socios que comparten objetivos similares? ¿Hay líderes gubernamentales que se beneficiarían del éxito de esta política o acción? ¿Qué líderes comunitarios pueden ofrecer una plataforma beneficiosa para su campaña?

PASO 7: OFREZCA INCENTIVOS

En última instancia, las personas están motivadas por su propio interés. Identifique lo que está en juego para cada audiencia y, a continuación, enmarque su enfoque para apelar a sus intereses. Por ejemplo, otras organizaciones podrían estar más dispuestas a emprender acciones colectivas si usted las invita formalmente a formar parte de la coalición. Los responsables de desarrollar políticas públicas podrían estar más dispuestos a acceder a sus peticiones si creen que usted los elogiará públicamente por hacerlo. **Anote todas las ideas que tenga para incentivar a sus audiencias a actuar.**

Preguntas a considerar: ¿cómo ayudará personalmente a cada audiencia meta el apoyo a su campaña? ¿Qué pueden ganar? ¿Qué puede ofrecer a cada audiencia a cambio de su apoyo?