

PLA DE COMUNICACIÓ CASA ORLANDAI  
PLA D'ACCIÓ 2017



## 1.- Antecedents

Fins ara, la Casa Orlandai no disposava d'una persona encarregada de gestionar i treballar la comunicació de forma global: les diverses feines de comunicació les desenvolupaven varies persones de l'equip tècnic, cosa que no propiciava la creació d'una línia d'actuació única ni l'adaptació de missatges i accions a necessitats concretes de públics concrets.

La realitat del barri de Sarrià i la de la Casa Orlandai (gestionada per una associació cultural) fa que costi transmetre segons quines propostes i, en aquesta línia, fa que gran part dels veïns no coneguin ni la Casa ni les seves particularitats. A partir d'un anàlisi del barri i de la comunicació emesa per la Casa Orlandai fins ara, es pot concloure que cal destinar més esforços en aquest àmbit per arribar a més gent i, al mateix temps i no menys important, incentivar la participació, motivació i sentiment de pertinença dels socis i membres actuals.

Definir estratègies i, sobretot, missatges clars i consensuats adaptats a cada situació es veia com una necessitat imperiosa comunicativament parlant. Si bé és cert que certes accions comunicatives es duïen a terme de forma correcta i amb un bon efecte (com el TAM, el TACO, les pantalles de la casa, programes, cartells, flyers...), n'hi ha d'altres que podien rendir molt més.

El pla de comunicació de la Casa Orlandai ha de servir per fer una revisió d'aquestes eines existents i la proposta d'altres vies que permetin assolir els objectius plantejats de la forma més rendible i exitosa possible. I, en concret, el pla d'acció 2017 ha de servir per traçar unes línies bàsiques i estables.

En aquest sentit, la figura de la tècnica de comunicació i la redacció del pla de comunicació permetran marcar unes línies bàsiques de treball que van relacionades amb el pla estratègic de la Casa Orlandai: la comunicació ha de recolzar sempre la línia estratègica de la casa.

## 2.- Pla d'acció 2017

A partir del 2017 s'implementarà l'ús d'un calendari editorial, que permetrà sistematitzar les activitats comunicatives al mateix temps que portar un control i recompte d'aquesta feina.

Al llarg del procés d'elaboració del pla de comunicació, s'han pogut detectar diversos públics als quals s'havia de dirigir. Però a l'hora de concretar les accions, s'ha pres consciència que els objectius pels diferents tipus de públic depenien, en gran mesura del nivell de coneixement i vinculació que aquests tinguin amb la Casa Orlandai i l'Associació.

Per això mateix, de cara al 2017 es planteja un pla d'acció que es materialitza en accions concretes i missatges en 3 nivells de públics diferents. D'aquesta manera, amb un treball anual acurat i amb un correcte seguiment de les accions plantejades, es podrà fer una avaluació del 2017 i redefinir i actualitzar el pla d'acció de cara al 2018.

El nivell 1 fa referència a totes aquelles persones o entitats que no tenen coneixement de l'existència de la Casa Orlandai. En aquest cas, l'objectiu prioritari és que s'hi apropin perquè els interessin les activitats, els tallers o els serveis de la Casa.

El fet que la Casa Orlandai és un equipament municipal gestionat per una associació, en aquest tipus de públic, és quelcom menys prioritari, ja que es considera molt ambiciós que, en un primer contacte amb la Casa Orlandai, ja puguin conèixer tota la seva realitat i complexitat.

És per això que el nivell 1, té com a objectiu definir públics i accions concretes per aquests amb la finalitat principal que coneguin l'existència de la Casa Orlandai com a punt de trobada, amb activitats...

El nivell 2 parteix de públics que ja coneixen la Casa Orlandai, o bé perquè assisteixen a tallers, activitats, utilitzen els serveis (per exemple, cessió espais) o bé perquè venen al bar.

En aquest cas sí que s'ha establert, com a objectiu principal, que aquest públic conegui el projecte de l'Associació Cultural Casa Orlandai, i la realitat diferenciada d'aquest equipament de gestió comunitària.

És per això, que les accions que es concreten en aquest nivell, se centren en fer arribar el missatge de l'ACCO a tothom que passi per la Casa.

Finalment, el nivell 3 és el que pretén anar més enllà, i aconseguir que un cop conegut el projecte de l'ACCO, tant els usuaris de la Casa Orlandai com membres de les entitats de la Casa o els propis socis, s'activen i s'impliquin en la gestió del dia a dia del projecte.

Això vol dir que els objectius comunicatius van dirigits a transmetre la importància de la implicació i la participació activa. Es tracta d'un últim pas de l'escala comunicativa, ja que demana una resposta activa i molt concreta per part dels receptors.

Amb aquests tres nivells no es vol dir que no es pugui segmentar la comunicació en base a altres coses com pot ser tallers, activitats puntuals, cicles... La clau de l'èxit és la complementarietat de la segmentació i el tractament curós de cada proposta.

### **3.- Objectius nivells d'actuació**

En els quadres adjunts es poden veure les accions plantejades per a cada públic, així com una calendarització de les accions i els indicadors proposats. De cada nivell, s'han marcat, també, uns objectius de comunicació específics, que pegen d'un objectiu més general. A més, a cada grup també s'hi ha assignat un missatge per transmetre a partir de les diverses accions proposades.

#### Nivell 1

1. Objectiu general: Atreure noves persones a la Casa Orlandai
  - a. Objectiu comunicació 1: difondre les propostes de la Casa Orlandai al barri
  - b. Objectiu comunicació 2: difondre les propostes entre els associacions i centres cívics del barri
  - c. Objectiu comunicació 3: difondre les propostes més enllà del barri (ciutat-districte)

2. Públics genèrics:

- Veïns i veïnes del barri de Sarrià que no coneguin la Casa Orlandai
- Veïns i veïnes del districte que no coneguin la Casa Orlandai
- Associacions del barri
- Veïnat de la ciutat

Públics a potenciar 2017:

- Joves
- Famílies (activitats infantils i familiars)

3. Missatge: **Casa Orlandai, un centre cívic diferent i per a tothom.** La idea que es vol transmetre és, justament, que la Casa Orlandai és un centre cívic diferent i, per sobre de tot, un centre cívic amb la capacitat i intenció d'acollir tothom qui vulgui. La Casa Orlandai es pot entendre com un punt de trobada intergeneracional, un "casal del barri" que inclou tantes propostes com persones, amb la voluntat de jugar un paper central en el dia a dia de la gent del barri. Es tracta d'un lloc on tothom hi pot trobar el seu espai, tant a nivell personal com per a entitats.

Nivell 2

1. Objectiu general: Donar a conèixer el projecte ACCO als usuaris de la Casa Orlandai
  - a. Objectiu comunicació 1: transmetre els valors de l'ACCO entre usuaris
  - b. Objectiu comunicació 2: transmetre valors participació
  - c. Objectiu comunicació 3: captar socis implicats (augment 15%)
2. Públics
  - Clients del bar
  - Usuaris tallers
  - Cessions d'espais
  - Activitats
3. Missatge: **La Casa Orlandai la fem entre tots.** La Casa Orlandai no només és un centre cívic obert a tothom, sinó que és un centre cívic diferent justament

per la gestió pròpia i la capacitat de generar activitats i propostes de forma participativa. Les activitats i tallers que es proposen tenen un rerefons basat en els criteris i personalitat de l'ACCO i això és, justament, el què la fa diferent (i el que cal transmetre en aquest nivell). I també vol cridar l'atenció dels usuaris per tal que siguin conscients que la seva participació és necessària per crear conjuntament les propostes de la Casa.

### Nivell 3

1. Objectiu general: Augmentar el nombre de socis actius i participatius en el projecte ACCO
  - a. Objectiu comunicació 1: transmetre la necessitat de la implicació en el dia a dia associatiu
  - b. Objectiu comunicació 2: augmentar el nombre de persones que formen part dels espais de participació de la casa (assemblees, comissions, junta etc.)
2. Públics
  - Usuaris activitats (cafès científiques, literaris, veus república...)
  - Membres entitats de la Casa
  - Usuaris tallers
  - Veïnat compromès del barri
3. Missatge: **Formar part de l'ACCO per transformar el teu entorn.** Parlar de l'ACCO és, també, parlar d'una certa militància cultural, de la voluntat de transformar el barri des d'un punt de vista actiu a través de la cultura. L'ACCO funciona gràcies a la implicació i participació dels socis i membres actius que, amb una petita aportació altruista i voluntària, aconsegueixen dinamitzar la Casa Orlandai i el barri. Així doncs, amb aquest missatge es vol cridar l'atenció d'aquelles persones que no estan satisfetes amb la situació actual i volen treballar per transformar-la, a través de la gestió d'un equipament públic.

A finals del 2017 caldrà fer una revisió dels objectius i accions plantejades i, amb els indicadors prefixats, avaluar la implementació del pla de comunicació durant el 2017.

\*\* Consultar quadre accions 2017

## 4.- Xarxes socials

Les xarxes socials són un canal de comunicació transversal, que tan pot servir per arribar a un nivell de públic/usuari com a un altre. Per això mateix, no s'han marcat accions referents a les xarxes socials a cada nivell de públic, sinó que s'ha pensat un pla d'acció en xarxes socials per aconseguir treure el màxim partit de cada plataforma.

A nivell de xarxes socials, els objectius generals a aconseguir durant el 2017 són:

- Consolidar la pàgina de Facebook de l'Imperdible del divendres
- Generar contingut i dinamitzar l'Instagram de la Casa Orlandai
- Consolidar i rendibilitzar l'ús del Facebook i el Twitter de la Casa Orlandai
- Llistar les etiquetes que es fan servir a les diferents xarxes socials

Amb la intenció de fer un treball més acurat a les xarxes socials, es treballarà amb diverses eines de gestió i anàlisi, per controlar en tot moment la feina que s'està duent a terme i poder reconduir la gestió d'aquest canal de comunicació tan important avui en dia. Algunes d'aquestes eines són:

- Hashtagify.me: buscador de les millors etiquetes
- AgoraPulse: estadístiques en xarxes socials
- Crowdfire i Botize: gestió de "Direct Message"
- Wisel.it: gestió d'Instagram.

\*\* Consultar informe anàlisi i propostes xarxes socials

## 5.- Web

A partir de la renovació del web al 2015, es vol consolidar aquesta plataforma com a eina principal de comunicació tant a nivell intern com extern. Amb aquesta intenció, entre el 4t trimestre del 2017 i el 1r del 2018 es farà una renovació del web, amb l'objectiu de fer una revisió i actualització de la informació que es dona.

Per això mateix, s'està duent a terme un treball conjunt entre l'equip tècnic i l'informàtic de la Casa Orlandai. Es preveu aplicar els canvis al 1r trimestre del 2018. Es disposa, ja, d'un anàlisi de l'estat actual del web i propostes de millora.

\*\* Consultar informe anàlisi i propostes web

## 6.- Llibre estil

Un dels problemes que s'havia detectat a partir de l'anàlisi de les accions comunicatives desenvolupades fins al 2016 feia referència a la diversitat de missatges i d'estils amb què la Casa Orlandai (i l'ACCO) emetien comunicació externa i interna. Per això mateix, durant el 4t trimestre del 2016 / 1r trimestres del 2017 es definirà un llibre d'estil amb la intenció de crear una línia discursiva única que entrellaci totes les comunicacions i, al mateix temps, transmeti un sentiment d'unitat.

\*\* Consultar llibre estil

## 7.- Calendari 2017

En el mateix quadre dels públics, accions i indicadors, s'ha calendaritzat les tasques que es volen dur a terme durant el 2017, remarcant si és una acció anual o bé es pot desenvolupar durant un trimestre concret de l'any.

Com a dates destacades del 2017 (i que es repeteixen anualment a la Casa Orlandai o al barri) cal tenir en compte, per exemple:

- Aniversari de la Casa
- Sant Joan
- Carnaval
- Festa Major
- Festes Menors
- Inici d'inscripcions/difusió nou programa trimestral
- Dia de la dona/dia de la infància/dia contra la violència de gènere....
- ...

A banda, també cal tenir en consideració altres dates de més gran abast com:

- Dia de la dona (08 de març)
- Dia del treballador (01 de maig)
- La Mercè (24 de setembre)
- Dia contra la violència de gènere (25 de novembre)
- Dia del teatre (27 de març)
- Dia de la música (21 de juny)



- Dia de la infància (20 de novembre?)
- Dia contra el sida (1 de desembre)
- Fira entitats (?)

## 8.- 10è aniversari

Al 2017, l'ACCO celebrarà el seu 10è aniversari. Per fer-ho, s'estan plantejant una sèrie d'activitats relacionades amb la personalitat de la Casa Orlandai, així com una gran festa d'aniversari el dia 22 d'abril (i que es vol estendre durant la setmana prèvia).

Per això mateix, a nivell comunicatiu caldrà fer un esforç especial amb aquest motiu. A banda de difondre les activitats pensades expressament per a l'ocasió amb un especial èmfasi, a nivell comunicatiu es proposen una sèrie de propostes que estan recollides en un quadre adjunt.

Com a fil conductor, es crearà un logotip del 10è aniversari, que acompanyarà totes les comunicacions que es duguin a terme durant el 2017, siguin o no activitats pròpies de l'aniversari. Amb això es vol anar creant un "clima d'aniversari", i fer així que no es tracti només d'unes activitats temporals, sinó que s'estengui aquesta filosofia al llarg de l'any.

El logo del 10è aniversari el crearà un dels dissenyadors de la Casa (s'ha fet un petit concurs a nivell intern): el dia 1 de desembre es rebran les 3 propostes i, entre la junta i l'equip tècnic, s'escollirà el guanyador. Aprofitant l'assemblea de desembre es presentarà aquesta imatge als socis.

Algunes de les accions comunicatives plantejades per a la celebració del 10è aniversari són les següents (algunes estan repetides al pla d'acció 2017):

- Creació d'una secció específica al web, amb actualització constant
- Campanya de captació de socis
  - Incloure *banner* al web
- Vídeo viral per xarxes socials
- Parada informativa activa (22 d'abril)
  - Equip de voluntariat
- Estovalles per a l'ocasió (Cafè Orlandai)

- App Casa Orlandai
  - Taller de creació col·lectiva de l'aplicació
- Actualització i renovació de les pancartes de la Casa
- Fulletons específics
- Cartellisme, roll ups
- Lona per cobrir l'escenari / altaveus
- Encartament a revista del barri
- Campanya de Facebook

\*\* Es preveu fer un mini pla de comunicació/acció per al 10è aniversari

## **9.- Pressupost**

\*\* Consultar pressupost previst.