

Comunicaciones y planes de comunicaciones

Presentador: Mark Peterson, director de
Comunicaciones
Departamento de Servicios al Consumidor y a



Comunicación: ¿qué es?

El proceso activo de intercambio de información e ideas

La comunicación eficaz va más allá de eso

- Proceso de intercambio de información e ideas para que el mensaje se reciba y comprenda con claridad e intención
- Incluye lenguaje sencillo, accesibilidad, etc.

Comunicaciones eficaces

Las 7 C

1. Clara
2. Concisa
3. Concreta
4. Correcta
5. Coherente
6. Completa
7. Cortés

Las 7 C: clara, concisa, concreta y correcta

1. Clara: Sea claro sobre su objetivo o mensaje
2. Concisa: Vaya al grano y sea breve
3. Concreta: Detalles (no demasiados) y datos elocuentes
 - El mensaje es sólido
 - La audiencia tiene una imagen clara de lo que les está diciendo
4. Correcta: Asegúrese de que los términos que utiliza sean adecuados para el nivel de educación o conocimiento de la audiencia; evite la jerga; no cometa ortográficos ni gramaticales

Las 7 C: coherente, completa, cortés

5. Coherente: Use la lógica

- Todos los puntos deben estar conectados y ser relevantes
- El tono y el flujo son uniformes

6. Completa: La audiencia tiene todo para estar informada

- Llamado a la acción: Debe ser claro
- Incluya toda la información relevante

7. Cortés: amistosa, abierta, sincera

- Sin insultos ocultos ni tono pasivo-agresivo
- Tenga en cuenta el punto de vista del lector

Las comunicaciones en comparación con el marketing

No son lo mismo

- Marketing
 - Se ocupa de alcanzar audiencias específicas
 - Tiende a centrarse en el cliente y a impulsar las ventas
- Comunicaciones
 - Se centran en el mensaje a las audiencias
 - Ayudan a la audiencia a comprender el producto o servicio

Planes de comunicaciones

¿Qué es?

- Un documento estratégico que describe los objetivos, mensajes clave, canales y actividades de comunicación de una organización

¿Por qué es importante?

- Ayuda a todos a estar en sintonía
- Puede prevenir o mitigar el efecto de posibles crisis
- Garantiza que la información se comparta de manera efectiva y eficiente

Creación de un plan de comunicaciones: Pasos 1 a 5

1. Establecer objetivos
2. Identificar a sus audiencias
3. Realizar un análisis de SWOT: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)
4. Planificar y diseñar sus mensajes clave
5. Considerar sus recursos

Creación de un plan de comunicaciones: Pasos 6 a 9

6. Determinar los canales de comunicación que se utilizarán (medios, correo electrónico, publicaciones, presentaciones)
7. Crear un plan de alcance táctico
8. Especificar un plazo para avanzar
9. Decidir cómo se evaluará el plan y se ajustará según sea necesario

Ejemplo de plan de comunicaciones

Audiencia	Entregable	Plazo	Descripción	Métodos de entrega	Propietario
Pequeñas empresas	Recomendación de estructura financiera	Junio de 2025	Comunicar la recomendación sobre estructura financiera del Comité de Finanzas e Ingresos	Sitio web, correo electrónico, redes sociales	Comunicaciones de UHPGB, DCBS
Grandes empresas					
Proveedores de atención médica					
Compañías de seguros					

¿Tiene preguntas?

Mark Peterson

Director de comunicaciones

Departamento de Servicios al Consumidor y a

Empresas

mark.peterson@dcbs.oregon.gov