



DOCUMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPAÑA

FORMAR PARA

TRANSFORMAR



OBJETIVOS: IMPACTAR EN EL PÚBLICO



El presente documento busca enfocar la campaña de acciones para la difusión de cursos de Fundae, contribuyendo a definir el mensaje principal de la campaña, que guiará, así mismo, el resto de productos y acciones comunicativas.

Rescatamos en este marco lo establecido de inicio en la ficha de actuación del proyecto en lo referente a objetivos. El objetivo principal de la campaña es difundir los cursos formativos que ofrece Fundae en su plataforma formativa, y que se encuentran adaptados a las necesidades de los trabajadores y socios de empresas y entidades de la ESS.

De manera asociada a este objetivo divulgativo y formativo principal, la campaña espera contribuir a generar una imagen favorable de la ESS en términos generales, algo que redundará así mismo en el objetivo principal al resultar más atractivos estos cursos.

Desde este punto de arranque, se inicia un proceso creativo entorno al lema central con el objetivo de que éste impregne, de algún modo, el resto de acciones y campaña.

PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de la presente campaña son integrantes de la red (personas y socias de las empresas de la Economía Solidaria) así como otras que no forman parte de REAS pero que comparten sus valores y por ello recurren y siguen los canales de la organización así como de medios cooperativos y especializados en temáticas de economía alternativa y crítica.

Algunas de las premisas de arranque para definirlo y alcanzarlo son las siguientes:

01. Universalidad

El público de estos medios así como de los canales de la organización tiene índole universal. Encontramos así públicos de todas las edades y géneros, si bien hay un segmento de la población entre los 20 a los 50 que está más presente así como hay cierta predominancia de mujeres.

02. Ámbito estatal

La campaña tiene proyección estatal, tanto por la dimensión de la organización y sus canales como por los principales medios seleccionados. El público, por tanto, tendrá ese caríz y no uno más local.

03. Multimedia

Para llegar a estos públicos universales y distribuidos en todo el estado, la campaña se desarrollará a nivel multimedia para llegar por canales esencialmente online, que permiten dicho alcance y son estratégicos para el público objetivo.

LEMA

El lema debe conectar con el público objetivo de la campaña, que se caracteriza por una profunda voluntad de transformación social. La población a la que queremos que estos cursos lleguen son personas con un alto nivel de compromiso social y político que buscan transformar su entorno a partir de su trabajo así como de su activismo y forma de participar en la sociedad.

Por ello, el lema de la campaña debe poner en relación esta voluntad profunda de transformación con la adquisición de saberes y habilidades como los que ofrecen los cursos.

A partir del lema propuesto por la agencia:

AMPLÍA TU POTENCIAL

APRENDE, CRECE Y GENERA IMPACTO POSITIVO

desarrollamos otras opciones posibles que conecten mejor con el objetivo y base social de la red.

Idea fuerza: potencial

Partimos del lema central propuesto para ver otras posibilidades.

01. "Potencia tus habilidades y cambiar para cambiar"

02. "Descubre tu verdadero potencial en la esfera digital"

03. "Eleva tus capacidades y las de tu entorno"

LEMA

Idea fuerza: conexión

Buscamos ideas que resalten el elemento digital de los cursos, por considerarlo un valor con doble significado

- 01.** "Potencia tus Habilidades Digitales a golpe de click."
- 02.** "Conecta Ideas: Transformando el Aprendizaje Digital"
- 03.** "Conecta y Descubre: La Formación que te transforma"

Idea fuerza: empoderamiento

Buscamos ideas que resalten el elemento digital de los cursos, por considerarlo un valor con doble significado

- 01.** "Digitaliza tu impacto: Capacítate y haz la diferencia."
- 02.** "Aprender es crecer: Desarrolla tus competencias digitales para un cambio real."
- 03.** "Forma, conecta y transforma: ¡Las competencias digitales son el camino!"

A partir de esta lluvia de ideas creativas, nos quedamos con las dos ideas que nos parecen centrales: formación, digital y transformación. A partir de ahí, sacamos un lema y sublema, para poder condensar todas las ideas en un mensaje atractivo.

FORMA Y TRANSFORMA.

MULTIPLICA TU IMPACTO A GOLPE DE CLIK

CANALES

MEDIOS COOPERATIVOS Y ESPECIALIZADOS

Como quedó recogido en la propuesta base, para acercarse a la población objetiva resultan estratégicos los medios cooperativos y afines a las propuestas de la Economía Social y Solidaria (ESS). Las inserciones en estos medios serán, por tanto, mucho más eficaces que otro tipo de medios que, aunque puedan tener desde un punto de vista global más audiencia, el interés y perfil de la misma está más alejado del contenido a difundir.

Para visibilizar los cursos en estos medios, nos serviremos de las inserciones publicitarias del proyecto así como de un artículo promocional que enfatice en las potencialidades de formación

UN MEDIO PROPIO

El portal de la economía solidaria (economiasolidaria.org) se presenta así mismo como un espacio privilegiado para este tipo de difusión. Por ello se desarrollará una página específica con contenidos útiles de formaciones, contexto ideal para difundir los cursos del Fundae.

Para contribuir a la visibilización de este nuevo espacio se insertará un banner en la home del portal.

BOLETÍN A INTEGRANTES DE LA RED

Otra vía para dar a conocer este espacio en general y los cursos en concreto será a través de un boletín interno a la base social de la organización. El envío de información directamente por canales internos hará que el público objetivo otorgue más atención a dichos contenidos, esperando así un alto índice de aperturas.

REDES SOCIALES

Para complementar estas acciones y llegar tanto a estos públicos (de REAS y de los medios cooperativos) como para captar otras posibles capas sociales que siguen a la red pero que no son parte, nos serviremos de las redes sociales de la organización.

Con objeto de poder compartir los contenidos en varias ocasiones sin cansar al público por ser reiterativas, nos valdremos de distintos materiales y formatos (vídeos, cartelas, en stories, en muros...) así como difundiremos los cursos en concreto y el espacio web creado ad hoc para la campaña, de manera que el diseño y apariencia de estos mensajes quedarán diferenciados y podrán así atraer nuevamente la atención sin saturar.