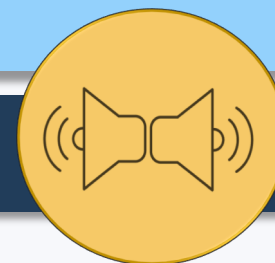




## PLA DE COMUNICACIÓ



## Consideracions prèvies

### 1. On estem?

- El punt de partida del Pla de Comunicació són els objectius de comunicació del **Pla Estratègic** i l'anàlisi **DAFO elaborat amb aportacions d'onze sèniors de diferents Àrees i Centres, i de tots els membres de la Junta Directiva**. Les línies estratègiques del Pla de Comunicació aprovades per la Junta Directiva es van presentar al Comitè Operatiu, amb l'objectiu que des dels Centres i les Àrees es poguessin incorporar els suggeriments de millora que proposessin els sèniors.
- Com a punt de partida, cal destacar també que els resultats assolits en matèria de comunicació durant el curt període de vida de l'Associació han estat més que satisfactoris. I això s'ha aconseguit al bell mig d'una pandèmia!

### 2. On volem anar?

- El Pla de Comunicació té com a objectiu contribuir a assolir els reptes del Pla Estratègic i satisfer alhora les necessitats dels associats. I la millor manera d'aconseguir-ho, i més en una associació de voluntaris, és que la comunicació sigui multidireccional, i que **tant els objectius com les actuacions siguin consensuats per la majoria de sèniors en els respectius Centres**.

### 3. Com hi volem arribar?

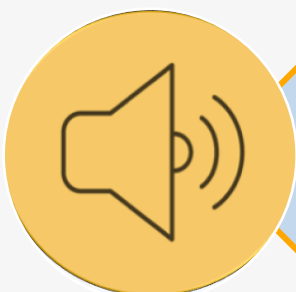
- **Amb la participació i al compromís dels socis, alineant les activitats amb les capacitats i preferències dels mateixos**. Els objectius de comunicació s'han de traduir en actuacions **a curt termini que siguin concretes, possibles i mesurables**.

## Introducció



Si la **VISIÓ** d'Asencat és ser una associació valorada a Catalunya pel món empresarial, l'ensenyament, l'administració i la societat, com a referent d'assessorament, formació i mentoratge...

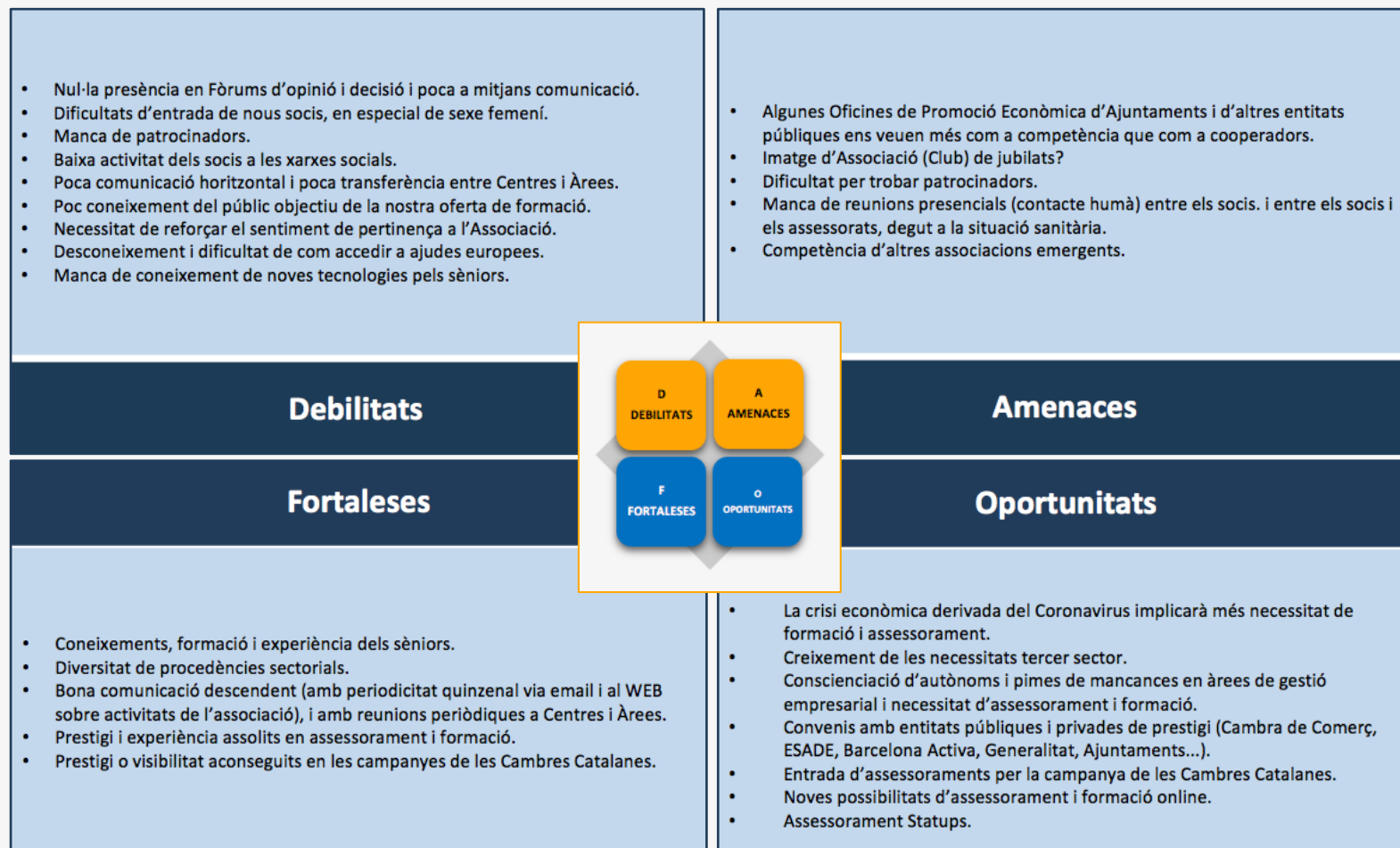
**La comunicació de cara enfora** hauria de tenir com a objectiu la visibilitat i el prestigi de la marca ASENCAT: donar a conèixer «*qui som*» i «*què fem*» a Institucions, Centres de Formació, Organitzacions Empresarials, Col·legis Professionals, així com a socis potencials i a la societat en general.

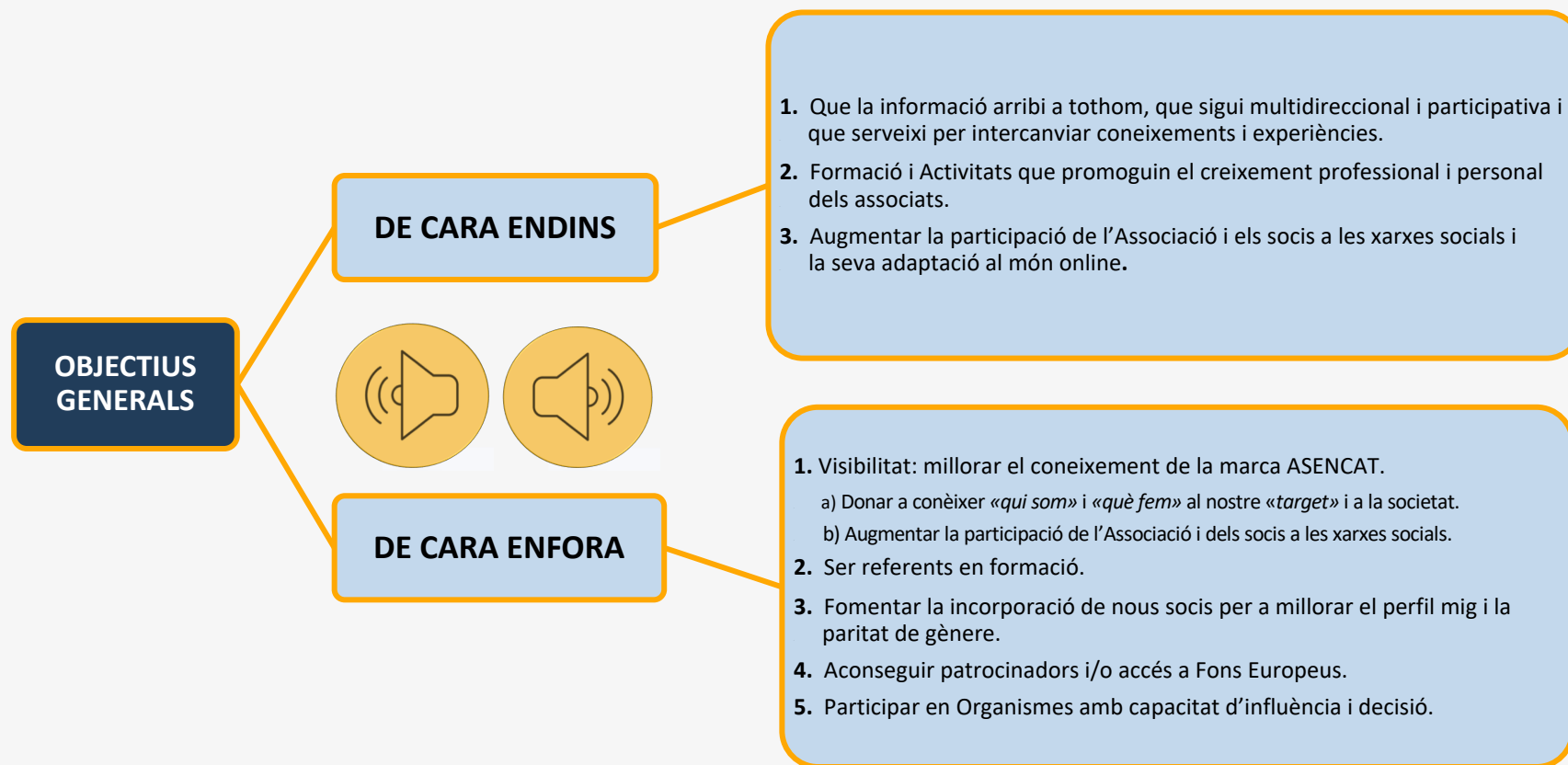


Si la **MISSIÓ** dels socis és formar part d'un grup de persones compromeses amb una causa comuna i posar el seu talent, la seva expertesa i els seus coneixements al servei de la societat...

**La comunicació de cara endins** hauria de contemplar un doble objectiu: d'una banda, que els socis se sentin realitzats i que gaudeixin amb la tasca a desenvolupar. I això passa per alinear les actuacions amb les expectatives dels associats i contribuir —segons reflecteixen els estatuts—, al creixement personal dels sèniors mitjançant l'exercici d'activitats intel·lectuals; d'altra banda —també com diuen els estatuts—, a millorar llur capacitat per a un millor desenvolupament de les seves actuacions.

## Matriu DAFO







## Objectius de cara endins:

1. Que la informació arribi a tothom, que sigui multidireccional i participativa i que serveixi per intercanviar coneixements i experiències.

### Situació actual:

- La informació i acords de la Junta Directiva i el Comitè Operatiu arriba als sèniors a través dels responsables de Centres i Àrees en les seves respectives reunions i mitjançant una nota informativa de periodicitat quinzenal que es publica a la WEB interna i s'envia als associats via *email*. També s'informa via *email* des de la plataforma PRISMA sobre aspectes d'interès pels associats.
- La informació i propostes dels sèniors a la Junta Directiva es fa mitjançant els responsables de Centre i Àrea, preferentment a les reunions del Comitè Operatiu.
- La comunicació horitzontal —intercanvi de coneixement i experiències entre els socis—, es dona de manera habitual a les respectives reunions de Centre i Àrea, però molt esporàdicament entre Àrees i Centres.

### Aspectes a millorar:

- La nota informativa quinzenal hauria d'incorporar les activitats que els Centres i les Àrees considerin d'interès general per a compartir. «Que tothom sàpiga que fa tothom» per tal de facilitar l'intercanvi de coneixements i experiències.
- Que els sèniors disposin d'un canal de comunicació a la Intranet per publicar experiències d'interès general, posts de consum intern, així com una bústia de suggeriments.
- Promoure polítiques de comunicació que fomentin la participació dels sèniors en les estratègies de l'Associació.

### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Adequar el Comunicat Quinzenal per tal que reflecteixi les activitats que els Centres i les Àrees considerin d'interès general per a compartir.	Comunicació / Àrees / Centres.	Publicació al WEB. Comunicació per <i>email</i> .	
Adequar les reunions del Comitè Operatiu perquè hi hagi temps suficient per comentar i debatre suggeriments i propostes de les Àrees i Centres.	Junta Directiva.	Que els membres del Comitè disposin d'informació prèvia.	
Creació d'un canal de comunicació a la Intranet per compartir experiències, publicar post de consum intern, bústia de suggeriments...	Relacions Internes (FET).	Empresa contractada.	
Participació pro-activa dels sèniors en les decisions estratègiques.	Junta Directiva / Comitè Operatiu / Centres.	Debats en els respectius Centres i Àrees	Sempre

FET o  
EN CURS

A CURT

A MIG

A LLARG



## Objectius de cara endins:

### 2. Formació i Activitats que promoguin el creixement professional i personal dels socis

- Que els socis se sentin realitzats, a gust i que gaudeixin amb la tasca a realitza (alinejar les actuacions amb les expectatives dels associats, reforçar el sentiment de pertinença i contribuir al creixement personal dels socis mitjançant l'exercici d'activitats intel·lectuals).
- Millorar la capacitat dels socis per a un millor desenvolupament de les seves actuacions d'assessorament i formacions.

#### Situació actual:

- Puntualment i des de l'Àrea de Formació Interna es planifiquen ponències d'interès personal i professional pels associats.
- Existeix un programa de formació per a nous associats.

#### Aspectes a millorar:

- Planificació de ponències i activitats amb participació dels Centres sobre temes que els socis considerin d'interès personal i impartits per experts en cadascuna de les disciplines: salut, economia, ciència, art, cultura...
- Actualització de la proposta de formació interna amb programes de reciclatge per a posar-se al dia i adaptar-se a les noves necessitats de l'entorn.

#### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Conferències i activitats d'interès pels associats.	Relacions Internes / Àrea de Formació.	Qualsevol proposta que hi hagi quòrum i compromís per part dels socis.	
Dissenyar i implantar un pla de formació per a l'actualització de coneixements dels socis.	Relacions Internes / Àrea de Formació.	A proposta dels Centres i Àrees.	



## Objectiu de cara endins:

### 3. Augmentar la participació de l'Associació i els socis a les xarxes socials i la seva adaptació al món online.

- Que el juny el 100% dels socis coneguin el funcionament i les possibilitats que ofereixen les plataformes Microsoft Teams i Zoom pels assessoraments i les formacions.
- Que al juny el 50% i a l'octubre el 90% dels socis estiguin presents i siguin proactius a les xarxes socials.

#### Situació actual:

- **Eines Online:** la situació provocada per la pandèmia ens ha obligat a fer de la necessitat virtut: hem fet reunions, conferències i assessoraments en el món online, però ho hem fet amb bastantes mancances, sense tots els recursos necessaris i sense treure tot el profit de les possibilitats que ofereixen les diferents plataformes. Podríem afirmar que en aquest terreny som encara semi-analfabets.
- **Xarxes Socials:** baix coneixements del funcionament i poca presència i activitat a les xarxes socials de bona part dels sèniors.

#### Aspectes a millorar:

- Que els sèniors coneguin i dominin a la perfecció els recursos que tenim al nostre abast per impartir ponències, tallers de formació i fer assessoraments online.
- Que disposem dels recursos necessaris per operar amb la màxima qualitat i eficiència en el món online i a les xarxes socials.

#### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Tutorials i formació per a l'ús eficient de les plataformes per a les ponències, tallers i assessoraments. Formació per a un millor coneixement i us de la plataforma PRISMA.	Relacions internes / Àrea de formació.	Especialistes interns i externs.	
Tutorials per donar-se d'alta a twitter o LinkedIn i formació per conèixer les possibilitats de comunicació i ser proactius a les xarxes.	Relacions internes / Àrea de formació.	Especialistes interns i externs.	





## Objectiu de cara enfora:

### 1. Visibilitat: millorar el coneixement de la marca ASENCAT.

- Donar a conèixer «qui som» i «què fem» al nostre «target» en particular i a la societat en general.
- Augmentar la participació de l'Associació i els socis a les xarxes socials. (sèniors: 60 % al juny i 90% a l'octubre i 1.500 seguidors twitter 2021).

### Situació actual:

- Des de l'Àrea de Relacions Externes s'ha fet una molt bona labor de comunicació i d'activitat, signant convenis que han aportat alhora visibilitat i recursos.
- Les campanyes de les Cambres «*Que cap empresa tanqui*» i «*Aixeca el teu negoci*» ens ha donat visibilitat, prestigi i recursos.
- L'Àrea d'Acció Social ha fet una labor extraordinària amb entitats del tercer sector, el qual ha evidenciat el caire social de l'Associació i l'ha prestigiat.
- A l'apartat «*Testimonis*» de la WEB hi ha el testimoniatge d'assessorats satisfets gràcies a la pro-activitat d'algunes i alguns sèniors.
- Pel que fa a les Xarxes Socials, l'Associació ha aconseguit —en temps rècord i gràcies a l'actuació del **Community Manager**, uns resultats més que satisfactoris.
- La presència i activitat dels sèniors a les xarxes és escassa, salvant algunes excepcions. I també tenim pocs seguidors entre els assessorats.

### Aspectes a millorar:

- El testimoniatge d'assessorats i entitats amb qui col·laborem és la millor carta de presentació de l'Associació. I demanar-los-hi que ens segueixin a les xarxes.
- Recuperar i incrementar la presència a les XXSS, amb la creació d'un equip que doni suport al **Community Manager** i el puguin substituir si es dona el cas.
- Que des de les respectives Àrees i Centres s'informi de les activitats susceptibles de publicar, tant de les activitats pròpies com del respectiu territori.
- Creació dels «*Premis ASENCAT/VICENÇ BOMBARDÓ*» d'emprenedoria.

### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Generalitzar el testimoniatge d'assessorats i entitats satisfetes amb ASENCAT. Demanar a tots els assessorats que ens segueixin i seguir-los a les xarxes.	Sèniors / Centres.	Pro-activitat dels sèniors i seguiment als Centres.	
Creació equip de suport del <i>Community Manager</i> . Publicar a les xarxes els post del <i>blog</i> de la WEB etiquetant entitats amb qui col·laborem.	Relacions Externes/ Community manager	Seleccionar perfils adients.	
Informar al <i>Community Manager</i> de les activitats susceptibles de publicar a les xarxes.	Relacions externes / Centres / Àrees	Per <i>email</i> al C.M.	
Correus periòdics dirigits a entitats públiques i privades , Col·legis Professionals, instituts...	Relacions Externes	Agenda destinataris aprofitant Camerdata	
Implicació dels Centres de comarques en donar a conèixer ASENCAT, « <i>qui som</i> » i « <i>què fem</i> » a Entitats, Institucions i Centres de Formació dels respectius territoris.	Centres de comarques.	Entrevistes, convenis, catàlegs d'oferta de formació...	
Creació dels « <i>Premis ASENCAT-VICENÇ BOMBARDÓ de Projectes Emprenedors</i> ».	Relacions Internes/ Relacions Externes.	Mitjançant patrocinis.	



## Objectiu de cara enfora:

### 2. Ser referents en formació.

#### Situació actual:

- La nostra oferta formativa està exposada a la WEB i la seva comercialització és millorable, exceptuant l'oferta del programa READY.
- Manca actualitzar algunes de les ponències i tallers per adequar-les a les noves necessitats existents i a la formació online.

#### Aspectes a millorar:

- Impulsar la venda activa per part dels sèniors del curs de formació READY —i/o equivalent—, als emprenedors assessorats.
- Adaptar el READY —canvi de nom— per a comercialitzar-lo al marge de la Cambra.
- Formació adreçat a directius de microempreses i pimes
- Oferta personalitzada de la formació a Centres de FP, Col·legis professionals, Institucions, Universitats, agrupacions empresarials..., en especial per part dels Centres ubicats a comarques.
- Necessitat de més formadors i formats per a la formació online.

#### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Oferta del curs de formació READY (o equivalent) a emprenedors assessorats.	Sèniors. Seguiment reunions de Centre.	Mitjançant PRISMA	
Elaboració de formació específica per a directius de pimes i microempreses.	Àrea de formació (està en procés).		
Disposar de catàleg de cursos estàndard per oferir a empreses o entitats i directament al mercat de clients individuals directes. (opció online).	Relacions Externes / Centres de comarques.	Mailings, díptics + entrevistes.	
Disposar d'una unitat de formació amb capacitat i recursos per fer formació online.	Relacions internes / Àrea de Formació.		
Publicitar la formació periòdicament a les xarxes socials.	community manager		
Incrementar i formar la plantilla de sèniors formadors (presencial i online).	Relacions internes / Centres / Àrea de Formació		



## Objectiu de cara enfora:

### 3. Fomentar la incorporació de nous socis per a millorar el perfil mig i la paritat de gènere

#### Situació actual:

- Som 96 associats (90 homes i 6 dones); la majoria dels quals provenen de SECOT. Es necessita un increment d'entre el 8% i el 10% només per mantenir plantilla.
- L'entrada de nous socis es produeix pel sistema «boca-orella», per prescriptors i per la WEB. Manca un pla de captació de socis.
- S'ha millorat la ubicació i el missatge al segon pla del WEB, però l'enllaç condueix a un formulari amb errors, confús i gens comercial.

#### Situació desitjable:

- Que hi hagi una àrea responsable i un pla d'actuació per a la captació de socis i sòcies i que aquestes assoleixin més presència i protagonisme dins l'associació.
- En primer pla. I que a la pàgina d'enllaç hi hagi els perfils de «*consultor-sènior*» i de «*col·laborador*» i que la informació sigui descriptiva i a la vegada motivadora.
- Rejuvenir l'associació amb la figura del «*Col·laborador-Adherit*» segons Projecte aprovat per la Junta Directiva i el Comitè Operatiu i proposat als sèniors.
- Que hi hagi un programa d'acollida a tots els nivells, amb l'objectiu d'emocionar i motivar als sèniors entrants, convidant-los a participar en el màxim d'activitats.

#### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Elaborar Pla d'Actuació per a la captació de socis i sòcies.	Relacions Internes / Relacions Externes.		
Redissenyar WEB amb missatge aclaridor, atractiu i motivador.	Relacions Internes / Relacions Externes.	Descripció perfils + missatge motivadors + vídeo de sòcies i socis.	
Fomentar la gestió pro-activa de captació per part dels associats.	Centres / socis.	Contacte personal amb suport documental i vídeo.	
Publicitat recurrent a les xarxes socials (Linkedin i Twitter),	<i>Community Manager</i> .		
Crear la figura de « <i>Col·laborador Adherit</i> ».	Relacions Internes / Centres / Sèniors	Gestió dels sèniors amb els assessorats.	
Elaborar Programa d'Acollida amb informació i formació a diferents nivells.	Presidència, Responsable de Sèniors i Centres.	Que emocion i convidi a participar en el màxim d'activitats.	



## Objectiu de cara enfora:

4. Aconseguir sponsors i/o accés a fons europeus.
5. Participar en Organismes amb capacitat d'influència i decisió.

### Situació actual:

- No tenim patrocinadors ni tampoc finançament amb fons europeus.
- No tenim presència en fòrums d'opinió i decisió;

### Situació desitjable:

- Aconseguir patrocinadors i/o accedir a ajudes europees que assegurin ingressos i donin estabilitat financera a l'associació per afrontar nous projectes.
- Aconseguir sponsors i/o F.E. per a projectes concrets (exemple: Premis ASENCAT per a projectes d'emprenedoria, Economia Biosistèmica —*Ecosite*—).
- Posar en valor el coneixement i l'expertesa acumulada de l'Associació i dels socis pel que fa a l'assessorament, la formació i l'emprenedoria. Seria desitjable que ASENCAT tingui presència i la seva veu sigui escoltada en Institucions (públiques i privades), que fomentin el creixement econòmic. I que l'opinió i/o les iniciatives que pugui presentar per a fomentar l'emprenedoria i el creixement econòmic es tinguin en consideració. Exemple: programa Catalunya emprèn, del Departament d'Empresa i Coneixement.

### Actuacions concretes:

QUÈ	QUI	COM	QUAN
Crear la figura d'especialista en Fons Europeus. Contactar empreses especialitzades en la tramitació de sol·licituds de F.E.	Relacions externes.		
Dissenyar Pla per aconseguir patrocinadors.	Relacions Externes.		
Contactar amb Entitats del món Social, Econòmic i Empresarial.	Presidència / Relacions Externes / Àrees de Comarques.		

## Cronologia

Activitat	Data límit
• Elaboració (feedback grup socis) de les línies estratègiques de Comunicació	
• Presentació línies estratègiques a la Junta Directiva	
• Presentació Comitè Operatiu	
• Recollida d'idees i suggeriments dels socis a través de les Àrees i Centres	
• Elaboració definitiva Pla de Comunicació	
• Aprovació Junta Directiva / Incorporació Pla Estratègic	
• Implementació i seguiment	

Fonts del Pla de Comunicació:

- Pla Estratègic ASENCAT: objectius estratègics comunicació.
- DAFO (aportacions i suggeriments de 22 sèniors).

**ASENCAT®**  
Per a l'Orientació del Talent Emprenedor

## Pla Estratègic 2021-2023

Missió, Visió, Valors, i  
Línies i Objectius  
Estratègics

### 6. Objectius Estratègics 2021-2023

**Línia Estratègica 2. Incrementar la visibilitat i capacitat d'influència d'ASENCAT.**

Objectiu Estratègic	Responsables
2.1. Millorar el coneixement de la marca.	Relacions Externes
2.2. Participar en Organismes amb capacitat d'influència i decisió.	Relacions Externes/Àrees/Centres
2.3. Dissenyar e implantar Pla Comunicació interna i externa	Relacions Externes/Relacions Internes
2.4. Dissenyar e implantar Pla de Màrqueting	Relacions Externes
2.5. Augmentar la participació de l'Associació i els socis a les xarxes socials.	Relacions Externes/Relacions Internes/Centres

### Línia Estratègica 4. Potenciar la formació interna i externa.

4.1. Disposar d'una unitat de formació amb capacitat i recursos per fer formació online directament al mercat.
4.2. Disposar de catàleg de cursos estàndards per oferir a empreses o entitats i directament al mercat de clients individuals directes. Cursos online en streaming i/o gravats
4.3. Dissenyar e implantar un pla de formació per l'actualització de coneixements dels socis.
4.4. Millorar els coneixements del socis en la digitalització d'empreses, les noves tecnologies TIC, la transició energètica i la sostenibilitat, l'economia circular