

A photograph of four young adults (three women and one man) sitting around a table, looking at a laptop screen. They are all smiling and appear to be engaged in a collaborative activity. The image is partially covered by a large red diagonal overlay on the left side.

# Material específico Objetivos, estrategias y tácticas PR



**UTN.BA**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

**Centro de  
e-Learning**  
Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria

# Objetivos, estrategias y tácticas

**Los 3 elementos funcionan de manera secuencial y lógica de ida y vuelta (retroalimentación)**

- De los objetivos (lo que quiero conseguir concretamente), elaboro una estrategia (un camino que propongo para unir de donde parto y adónde quiero llegar, es decir, cómo alcanzar los objetivos).
- Esta estrategia por si sólo no sirve para concretar objetivos (es conceptual), necesito de una serie de acciones denominadas tácticas (son operativas)
- Debe considerarse la coherencia y consistencia entre objetivos, estrategias y tácticas, y con respecto del perfil y política de comunicación de la organización

# Públicos

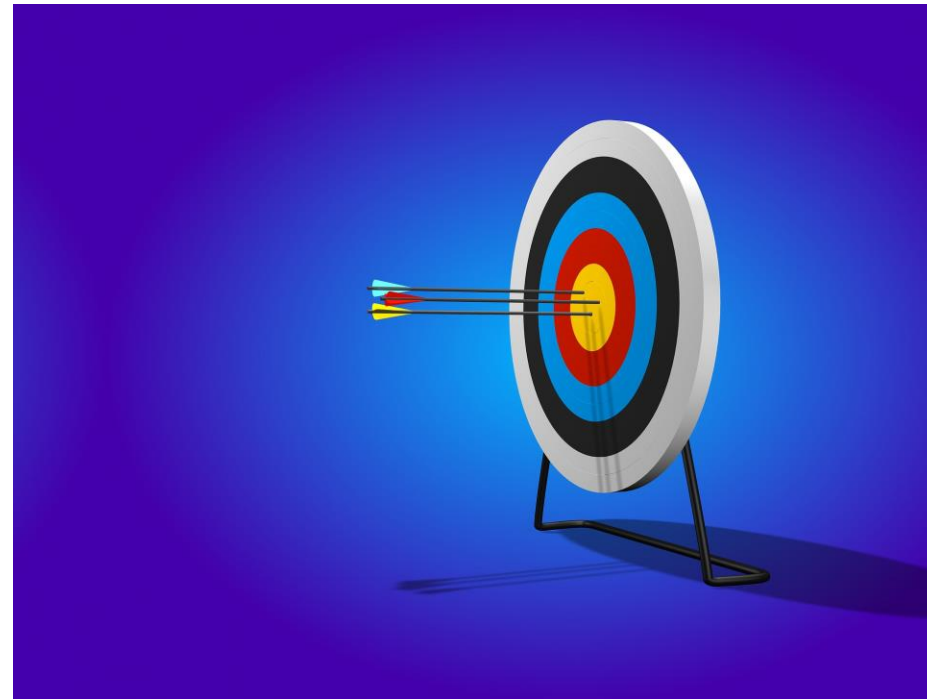
- Definir la situación y los grupos de interés es una muy buena idea para empezar
- Podemos determinar objetivos y estrategias de comunicación generales
- Determinar objetivos, estrategias de vinculación y tácticas específicas por cada grupo de interés

# Objetivos

- ¿Qué, cuánto, cuándo, en qué tiempo es lo que deseamos mejorar, modificar, lanzar, etc.)?
- Permitirán que el plan que estamos elaborando pueda ser medible y por ende realizable

Wilcox propone preguntarse:

1. ¿Se ajusta realmente a la situación?
2. ¿Es realista y alcanzable?
3. ¿Puede medirse su efectividad?



# Objetivos de comunicación

En este curso trabajamos objetivos de comunicación, no así de ventas o marketing que requieren otro tipo de análisis.

- Tipos de objetivos (nivel superior)

1. Actitud y comportamiento (motivacional): generar adhesiones, apoyos, votos, etc.

2. Notoriedad: qué tan presente está la organización en la mente de los públicos

3. Imagen/Reputación: generar buena, mejor, diferente imagen/reputación de la organización

4. Información: generar conocimiento sobre algún tema puntual.

Estos objetivos constituirán el eje central del plan de relaciones públicas. Por ejemplo: Lograr que los públicos aumenten su conocimiento y generar un grupo de asociaciones concretas (notoriedad) respecto de un producto, una iniciativa social, etc. En el período de 12 meses.



# Objetivos de comunicación (gestión)

A fin de conseguir los objetivos anteriores, se recomienda “dimensionar” estas metas en objetivos de gestión enfocados en públicos específicos.

Ejemplo: prensa

1. Lograr la publicación de 6 gacetillas en medios nacionales durante 1 mes

Ejemplo: consumidores

2. Informar en 3 meses al consumidor sobre las características específicas de un Producto

Ejemplo: comunidad

3. Generar en 6 meses que 500 personas concurren a 3 eventos

# Estrategias

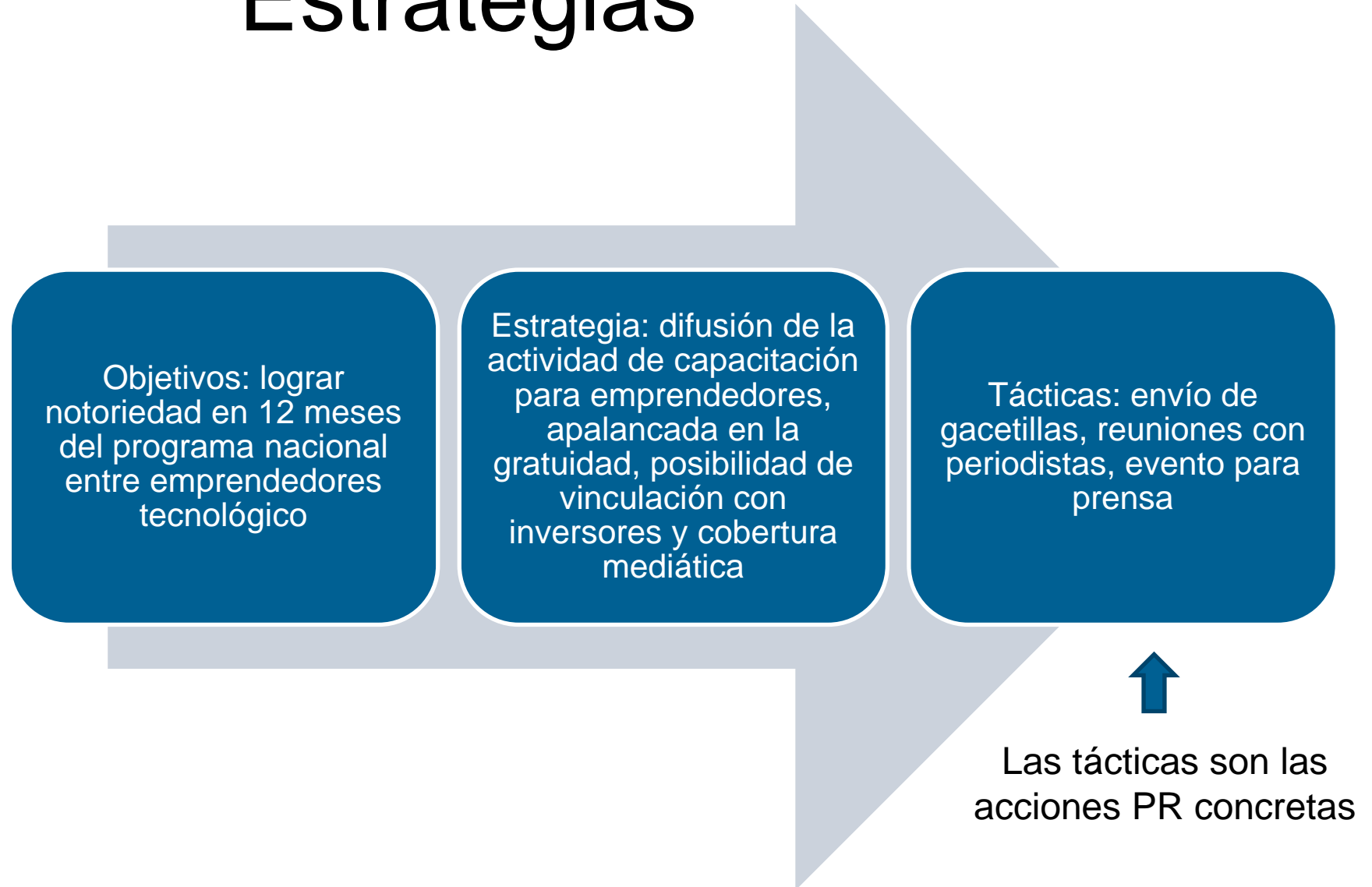
La estrategia es un concepto y establece la dirección, el camino, el foco o “conjunto de lineamientos que establecerán el carácter de los objetivos, orientarán la asignación de los recursos y señalarán la dirección de todas las acciones para el logro de las metas finales de la organización” (Capriotti). Algunas estrategias en relaciones públicas:

- Asociación
- Posicionamiento
- Reposicionamiento
- Reconocimiento
- Vinculación
- Diferenciación
- Aceptación

Chequear la definición concreta del estilo, código y el tono de la comunicación. Por ejemplo: informal, urbano adolescente y muy cercano; formal y moderno, corporativo industrial, cercano

# Estrategias

Las estrategias siempre deberán estar sustentadas con atributos del producto, actividad, empresa, etc. que le den fuerza, direccionamiento y materia prima para los contenidos a desarrollar (ver el ejemplo de la estructura en el siguiente ejemplo)





# Cómo lo mediremos?

Metodología cualitativa para indagar percepciones: focus groups, entrevistas, observaciones  
Metodología cuantitativa para dimensionar alcance: encuestas, visitas, métricas digitales, etc.



Gracias!!!