PASO 1 · 10 MIN

Ficha 4.1 · Diagnóstico y públicos

Paso 1 · Completad las tres columnas sobre vuestra comunicación actual. Colocad vuestros públicos en el mapa (un pos-it por público) y elegid uno prioritario para la mini campaña.

ENTIDAD

Seguir

Lo que funciona

Dejar

Lo que consume tiempo y no aporta

Empezar

Lo que falta para comunicar el reto

IMPORTANCIA PARA EL RETO

Empezar aquí

Trabajar con tiempo

Mantener informado

No ahora

fácil — DIFICULTAD PARA LLEGAR — difícil

Públicos habituales: personas usuarias y familias, equipo y voluntariado, socias y donantes, administración, otras entidades, medios, barrio.

Nuestro público prioritario

¿Qué le preocupa?

¿Dónde está? (canal)

¿Qué queremos que haga?

Público secundario (opcional):

PASO 2 · 15 MIN

Ficha 4.2 · Historia de cambio

Paso 2 · Rellenad las cinco piezas con lo trabajado en las sesiones anteriores. Después resumid la historia en dos o tres frases y leedla a la mesa.

ENTIDAD

1 · Protagonista
Una persona o un grupo, no la entidad

2 · Situación
El problema, desde su experiencia

3 · Obstáculo
Lo que lo hacía difícil · causa raíz (sesión 1)

4 · Cambio
Qué pasó gracias a la idea · sesión 3

5 · Llamada a la acción
Qué queremos que haga quien escucha

NUESTRA HISTORIA EN DOS O TRES FRASES

¿Es una historia digna?

- [ ] Tenemos consentimiento para nombres, imágenes o testimonios
- [ ] La persona cuenta su historia con sus palabras
- [ ] No busca provocar lástima
- [ ] Cuidamos a menores y datos sensibles
- [ ] La entidad acompaña; no es la heroína

Sin consentimiento: historia anónima, compuesta (avisándolo) o contada desde el equipo.

PASOS 3 Y 4 · 20 MIN

Ficha 4.3 · Lienzo de campaña

Pasos 3 y 4 · Escribid el objetivo del sprint, planificad de 4 a 6 piezas en las dos semanas y elegid tres métricas. Poned fecha a la revisión: ahí decidiréis qué cambiar en el siguiente sprint.

ENTIDAD

_____

OBJETIVO DEL SPRINT (DOS SEMANAS)

_____

Día	Canal	Formato	Mensaje	Responsable	Hecho
Sem. 1					☐
Sem. 1					☐
Sem. 1					☐
Sem. 2					☐
Sem. 2					☐
Sem. 2					☐

Alcance

¿Cuántas personas lo ven?

Métrica: _____

Interacción

¿Cuántas reaccionan?

Métrica: _____

Acción

¿Cuántas hacen lo que pedíamos?

Métrica: _____

Fecha de la revisión del sprint: _____

Mejor 4 piezas publicadas que 20 planificadas.

fundaciónesplai · Ciudad de Málaga