



CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS

INFORMACIÓN PARA CREAR CAMPAÑAS

Incorporamos toda la información posible para obtener los puntos más importantes logrando un paneo general del tópico a comunicar.

¿Cuál es la temática o cuestión específica que te gustaría comunicar?

.....
.....

¿En qué contexto sucede (a nivel local/regional/nacional)?

.....
.....

¿Tienen una estrategia de incidencia a largo plazo?

.....
.....
.....

¿La comunicación del tema beneficiará a un sector determinado? ¿Cuál?.

.....
.....
.....

En la actualidad, ¿ A quiénes afecta y cómo?

.....
.....
.....





CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS



¿Qué cambios son necesarios para mejorar la situación?

.....
.....
.....

¿Quiénes (individuos, organizaciones, instituciones, etc) deben ser convencidos para hacer estos cambios posibles?

.....
.....
.....

1. OBJETIVO

¿Cuál es el objetivo de nuestra campaña?

Debe ser claro, medible, alcanzable en el tiempo.

.....
.....
.....

¿Cómo se inserta la campaña a corto plazo con la estrategia de incidencia a largo plazo?

.....
.....
.....

2. EL MENSAJE

¿Cuál es el mensaje que queremos comunicar y cómo?

.....
.....
.....





CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS



¿A quién va dirigido nuestro mensaje?

.....
.....
.....

¿Qué recursos, tácticas y herramientas están disponibles para armar una campaña eficiente para la solución de este problema?

.....
.....
.....

3.DATOS

¿Nuestra campaña busca potenciar una iniciativa de recolección de datos o es una campaña de incidencia a partir de datos ya recolectados?

.....
.....
.....

¿Con qué datos ya contamos?

.....
.....
.....

¿Qué otros datos necesitamos?

.....
.....
.....





CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS

4. RECURSOS

Recursos humanos: cuántas personas pueden trabajar en nuestra campaña, expertise de cada una, cuánto tiempo le puede dedicar.

.....
.....
.....

Recursos comunicacionales: qué canales tenemos disponibles, cuánto alcance tienen.

.....
.....
.....

Recursos económicos

¿Con cuánto tiempo contamos para realizar nuestra campaña? ¿Tenemos una fecha límite?

.....
.....
.....

5. ALIADOS

¿A quiénes reconocemos como aliados?

.....
.....
.....





CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS



¿Quiénes pueden no tener aún una posición tomada al respecto?

.....
.....
.....

¿A quiénes beneficiaría la campaña?

.....
.....
.....

¿Cuál es la posición oficial del gobierno en torno a la cuestión?

.....
.....
.....

6.PROTOPERSONA

Imaginamos la persona a la que dirigimos nuestro mensaje:

Edad:

Género:

Características sociodemográficas:

.....
.....
.....





CAMP CAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS



¿Qué medios consume?

.....
.....
.....

¿En qué momentos del día?

.....

¿Hace otras cosas mientras tanto?

.....

¿Cuál es su canal de comunicación favorito?

.....

¿Qué piensa?

.....
.....
.....

¿Qué siente?

.....
.....
.....

¿Con qué sueña?

.....
.....
.....





CAMPCAMP

CAMPAMENTO DE CAMPAÑAS

¿Qué es lo que realmente hace?

Consigue una imagen que represente a tu protopersona.

¿Cuál es el lenguaje, estilo, tono ideal para esta persona?

.....
.....
.....

SI CREES QUE FALTA ALGO DE INFORMACIÓN Y PENSAS QUE PUEDE APORTAR CONTENIDO A TU CAMPAÑA, NO DUDES EN AGREGARLO EN ESTE ESPACIO QUE DEJAMOS A CONTINUACIÓN.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

