

Comunicació i difusió d'esdeveniments

29 juny 2022



Aquest article forma part d'una sèrie d'articles sobre esdeveniments. Consulta la resta d'articles a ['Organització d'esdeveniments: tot el que cal saber'](#) (CRAJ).

L'èxit d'una activitat no només depèn de la seva qualitat. Per més que una proposta sigui potent, **si no la fem arribar al públic per al qual ha estat pensada no aconseguirem el seu objectiu**. Per tant, perquè una activitat sigui realment un èxit, s'ha d'haver definit a quin públic es dirigeix, els missatges que volem transmetre, els canals més adequats per a fer-ho i com i quan usarem aquests canals. Això és comunicar i difondre.

Al cap i a la fi, **la comunicació i difusió d'activitats ha de ser un dels pilars a tenir en compte** des de l'inici de la preparació, per poder tenir una visió global

de totes les fases i que la comunicació externa hi sigui present. En aquest article us expliquem **què cal tenir en compte per a plantejar una bona difusió** de les vostres activitats.

Idees clau

Per començar, cal tenir en compte 5 aspectes clau:

- És bàsic que l'activitat que proposeu **cobreixi una necessitat, sigui de qualitat i pugui tenir un públic objectiu** que hi estigui interessat. Si no teniu clar que l'activitat pugui tenir potencials receptors, cal que us plantegeu si val la pena tirar-la endavant. Caldrà, doncs, que quedin reflectits aquests pilars **en les accions comunicatives** que farem i que veurem més endavant.
- En el moment de definir l'activitat també cal tenir molt present **com la comunicareu**. Plantejar-se la comunicació en el moment de la definició de l'activitat pot ajudar a millorar-la. Són processos paral·lels.
- Cal **definir molt bé quin és el públic** al qual li pot interessar la vostra proposta, per tal de poder concentrar bona part dels esforços comunicatius en fer-li arribar la informació. Voler arribar a tothom no és possible i correu el risc que ningú se senti interpel·lat pel vostre missatge. Això es transforma en estudiar els **diferents canals comunicatius** i espremer aquells que més interessin.
- De la mateixa manera que amb els canals, també cal pensar bé els **tipus de materials de difusió que utilitzareu i el missatge a transmetre**, per tal que sigui el més adequat per arribar a aquests públics.
- Si ja heu realitzat altres esdeveniments similars, podeu **partir de l'avaluació realitzada** per millorar les mancances detectades en aquell cas.
- **Un cop feta l'activitat i/o durant aquesta**, també és recomanable explicar el que succeeix i comunicar-ho. Si no expliques el que fas és com si no ho fessis i, per tant, cal fer-ho per incidir socialment, fer-se visibles i demostrar la feina feta. Aquesta comunicació, però, també caldrà planificar-la abans de l'esdeveniment.

Públics

Molt sovint, les activitats de les associacions juvenils estan dirigides a la població jove en general. Això vol dir que s'ha d'aconseguir fer arribar la informació a través d'espais i ecosistemes on realment es pugui **arribar a un ventall divers de joves**.

Prèviament, però, cal **concretar el perfil** d'aquest públic, per exemple preguntant-vos:

- A quin territori voleu arribar? A tots els i les joves de la ciutat? O només als del vostre barri o districte?
- A quina edat o edats?
- Quins interessos i necessitats tenen?
- ...

Tenir aquesta informació clara us permetrà arribar amb més facilitat a aquells públics potencialment interessats en les vostres activitats.

És important **no oblidar els públics interns** a l'hora de fer difusió, sobretot si sou una entitat gran, ja que seran les primeres persones interessades a participar de l'esdeveniment i una potencial via de difusió a terceres persones. Alhora, és interessant donar a conèixer l'acte a altres entitats properes a la vostra (del barri, de la mateixa tipologia...) perquè també poden estar interessades a assistir-hi.

Suports i canals

Amb el públic clar, haureu de **decidir els suports i canals comunicatius** on difondreu els vostres actes i activitats. N'hi ha molts i de molt diversos i per això és important saber on pot tenir més repercussió el missatge i on es troba el vostre públic, per centrar els esforços en aquests canals.

Depèn dels recursos i el volum de l'entitat es podrà assumir més o menys. L'important és ser-ne conscients i planificar. **Diversificar és crucial**, però sense que això ens suposi perdre temps preparant accions comunicatives en canals i suports que no són d'interès pel nostre públic.

Per enumerar-ne alguns, dividim els canals i suports en els següents:

<p>En línia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pàgina web • Correu electrònic • Butlletí electrònic • Agendes digitals (CRAJ, Xarxanet, QuèDeQuè...) • Xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok...) • Aplicacions de missatgeria (WhatsApp, Telegram, Signal...) • Mitjans de comunicació digitals (locals, especialitzats...)
<p>Tradicionals</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ràdio i televisió • Premsa impresa • Publicacions especialitzades • Agendes en paper • Cartelleria <ul style="list-style-type: none"> - Punts d'informació juvenil - Biblioteques - Centres d'ensenyament - Espais d'oci nocturn juvenil - Espais joves / Casals de joves - Centres cívics - Entitats o locals afins - Lloc on fem l'esdeveniment - Taulells d'Anuncis Municipals (TAM) de l'Ajuntament de Barcelona - Banderoles - Columnes publicitàries (<i>pirulís</i>) • Boca-orella • Marxandatge

Amb aquest llistat, podeu fer una revisió d'on heu fet difusió d'esdeveniments altres vegades, i **on podríeu reforçar el vostre missatge per arribar a més gent**, centrant-vos en el públic destinatari acotat anteriorment.

Planificació, fases i accions

Sabent a qui us voleu dirigir i a través de quins mitjans ho fareu, toca planificar les diferents accions comunicatives, dividides en fases.

Planificar amb el temps suficient és la base per a una bona difusió de les

activitats. Si això no ho garantiu, haureu d'improvisar amb poc temps i això us pot complicar molt la difusió. Una forma molt útil de planificar la difusió d'una activitat és **fer un compte enrere des del dia que la planifiquen fins al dia de realització de l'activitat en si.**

En aquest compte enrere podeu preveure les accions que realitzareu cada dia concret. Us pot anar molt bé per saber quan heu de tenir llestos els materials, quin dia els heu d'enviar, quan fareu recordatoris, quins dies fareu servir les xarxes socials, etc.

Si ho feu cronològicament, estaran més clares les dates on heu de dur a terme cada acció i **evitareu concentrar tota la difusió en un sol dia.** Un bon criteri seria començar la difusió dues o tres setmanes abans de l'activitat, per donar temps a fer-ne ressò i a poder explicar bé el que es farà.

A continuació podeu trobar un exemple d'un concert previst pel 17 de juny. Com veureu, estan previstes **accions comunicatives per abans, durant i després de l'activitat.**

Abans

Dates	XXSS	Cartelleria	Altres
20 de maig			Materials de difusió (cartell, flyer, etc...) llestos Notícia i banner a la web de l'entitat Nota de premsa per a les agendes culturals i mitjans de districte
23 de maig	Tuit + Post a Instagram anunciant l'esdeveniment. Cartell general.		1r mailing a tots els nostres associats/des i contactes
24 de maig		Cartells als Espais Joves del Districte i als Punts d'Informació Juvenil de la Ciutat	Passar els cartells al CJB i al CRAJ perquè en facin difusió a través dels seus canals
25 de maig			Enviament del cartell als grups que tocaran perquè en puguin fer difusió
26 de maig			Correu a totes les entitats joves del districte convidant-les i animant-les a que convidin als seus associats/des
1 de juny	Primer desglossament de les activitats Twitter i Instagram		
3 de juny		Encartellada pel barri	
6 de juny	Segon desglossament de les activitats a Twitter i Instagram		Recordatori a totes les persones associades per correu electrònic
13 de juny	Tercer desglossament de les activitats a Twitter i Instagram		Nota de premsa als mitjans de comunicació locals
15 de juny	Recordatori a Twitter i Instagram	Segona encartellada pel barri	

Durant

Dates	XXSS	Cartelleria	Altres
17 de juny	Stories a Instagram i Tuits narrant l'acte		Vídeo en temps real per YouTube de la lectura del manifest

Després

Dates	XXSS	Cartelleria	Altres
19 de juny	Publicació a Instagram i Twitter amb imatges de l'acte i agraïments		Crònica a la pàgina web de l'entitat
20 de juny			Correu electrònic d'agraïment a les persones que han col·laborat a la festa
22 de juny			Notícia sobre l'esdeveniment al butlletí electrònic de l'entitat

És important que aquesta eina de treball **us la feu vostra i l'adapteu** a les vostres necessitats i així totes les persones que us ocupeu de la comunicació pugueu ser conscients de les dates previstes en l'àmbit comunicatiu. Alhora, és recomanable que la resta de persones de l'organització tinguin accés a aquesta planificació i ajudin a fer-ne difusió.

Material gràfic

Quan elaboreu els cartells i altres materials de difusió per l'esdeveniment és crucial que tingueu en compte les **informacions bàsiques que hi han de constar**, així com adaptar-los als diferents formats de cada canal. Per exemple, potser no cal la mateixa informació per les xarxes socials que per encartellar el barri.

Alguns dels elements que podrien aparèixer al cartell perquè aquest sigui autodescriptiu són:

- Nom de l'acte
- Organitzador
- Dia i hora
- Lloc
- Programació o horari
- Inscripcions o entrades
- Preu
- Hashtag de l'acte

- Enllaç o codi QR per a més informació
- Xarxes socials de l'entitat
- ...

Si incloeu tota la informació bàsica al cartell, facilitareu que la gent que el vegi s'interessi en el vostre acte. D'aquesta manera, en una sola publicació a les xarxes o en un sol cartell imprès, per exemple, podrem trobar tota la informació que necessitem saber. Això no és exclouent de poder fer altres publicacions o materials, però tenir-ne un amb la informació completa sempre facilitarà la difusió.

Alhora, és interessant mantenir la línia gràfica que utilitzeu a l'entitat per ser més fàcilment reconeixibles però, sobretot, que els diferents **materials gràfics de l'acte tinguin consonància entre si**, perquè les persones receptores puguin detectar visualment que es tracta del mateix acte.

Quan dissenyeu l'estètica dels cartells i materials de promoció, cal que siguin **coherents amb el missatge que voleu transmetre, el to de l'entitat i els valors amb els quals us identifiqueu**. Fer aquest exercici permetrà que hi hagi una consonància entre el que sou, el que dieu i el que la gent rep i percep de vosaltres amb els materials gràfics de difusió.

Quan reviseu aquests aspectes també pot ser un bon moment per tenir en compte la [comunicació inclusiva](#) i fer així del vostre acte un espai més acollidor i amb [perspectiva feminista](#).

Avaluació

Un cop passat l'acte, i havent fet el corresponent tancament comunicatiu pels diversos canals, només quedarà fer l'avaluació de tot el procés. D'aquesta manera, **recollireu les accions que més hagin funcionat o els errors que hàgiu comès** i podreu tenir-ho en compte en la pròxima activitat.

Avaluar la comunicació de l'esdeveniment us permetrà:

- Aprendre sobre aquesta
- Redreçar l'estratègia comunicativa de les properes activitats
- Detectar què ha funcionat i que no i les mancances i fortaleeses de la vostra estratègia

- Posar els fonaments per la següent estratègia comunicativa

Per dur-ho a terme, podeu fer-ho en el conjunt de l'avaluació de l'esdeveniment i seguint les bases que podeu trobar a l'article '[L'avaluació d'esdeveniments](#)' (CRJA).

Altres recursos d'interès

- [Tot el que cal saber per organitzar esdeveniments!](#) (CRAJ)
- [Planificació i disseny d'esdeveniments](#) (CRAJ)
- [Pla de comunicació de l'entitat](#) (CRAJ)
- [Drets d'imatge a l'entitat](#) (CRAJ)
- [Comunicació inclusiva a les entitats](#) (CRAJ)
- [Com elaborar el pla de comunicació de l'associació?](#) (Torre Jussana)
- [Com fer que els mitjans de comunicació parlin del teu projecte](#) (Xarxanet)

Si teniu dubtes o necessiteu un cop de mà, poseu-vos en contacte amb nosaltres o demaneu-nos un assessorament gratuït escrivint a info@crajbcn.cat, trucant al **93 265 52 17** o per [Telegram](#) o [WhatsApp](#).