
CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Cómo llevarlas a cabo de manera
efectiva y con eficiencia de recursos

WORKSHOP

8 de octubre - Recuwaste - Mataró

PREGUNTAS CLAVE PARA DESARROLLAR UNA CAMPAÑA



ALGUNAS REFLEXIONES PRÉVIAS

Cómo pasar de lo que
decimos a lo que
hacemos

La importancia de
segmentar

¡Todo
comunica!

Contenedores y recibos
como elementos de
comunicación

¿Cuanto cuesta
(realmente) la gestión
de los residuos?

ETAPAS CLAVE PARA DESARROLLAR UNA CAMPAÑA CON ÉXITO



ELEMENTOS CLAVE PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA EFICAZ



**NECESIDADES
Y RECURSOS**



Disponibilidad de recursos



**Definición de los objetivos y
necesidades**

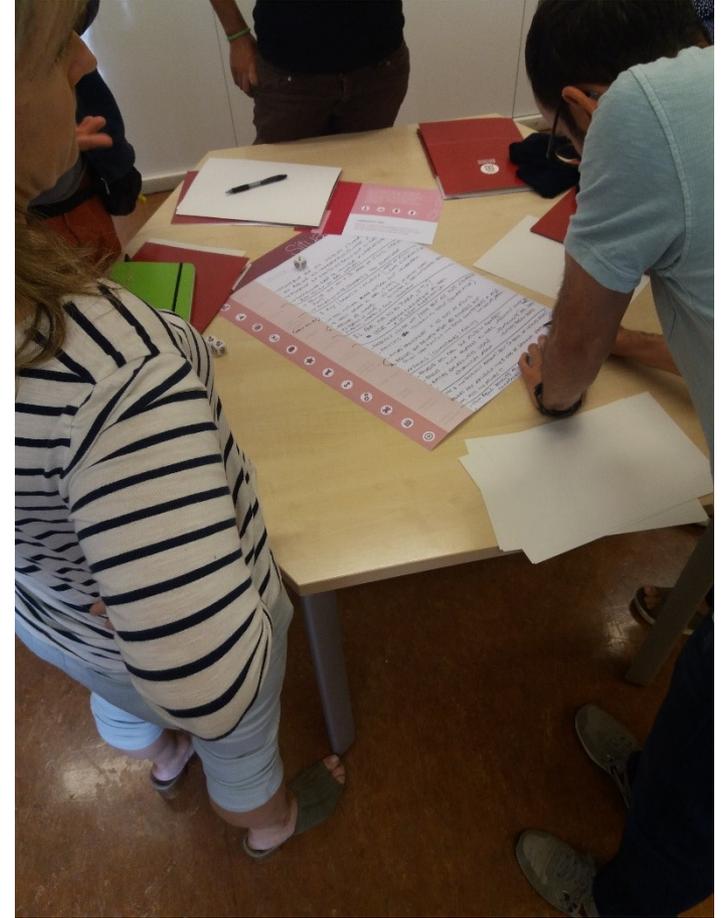


Segmentación de públicos



**Definición del argumentario y
mensajes**

LA IMPORTANCIA DEL BRIEFING



SEGMENTACIÓN DE PUBLICO

“No segmentar públicos es como matar moscas a cañonazos”

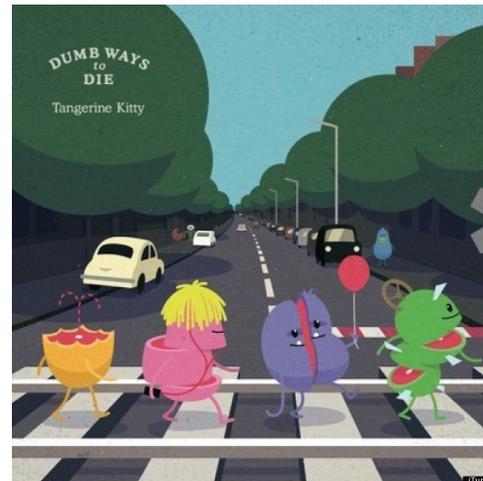
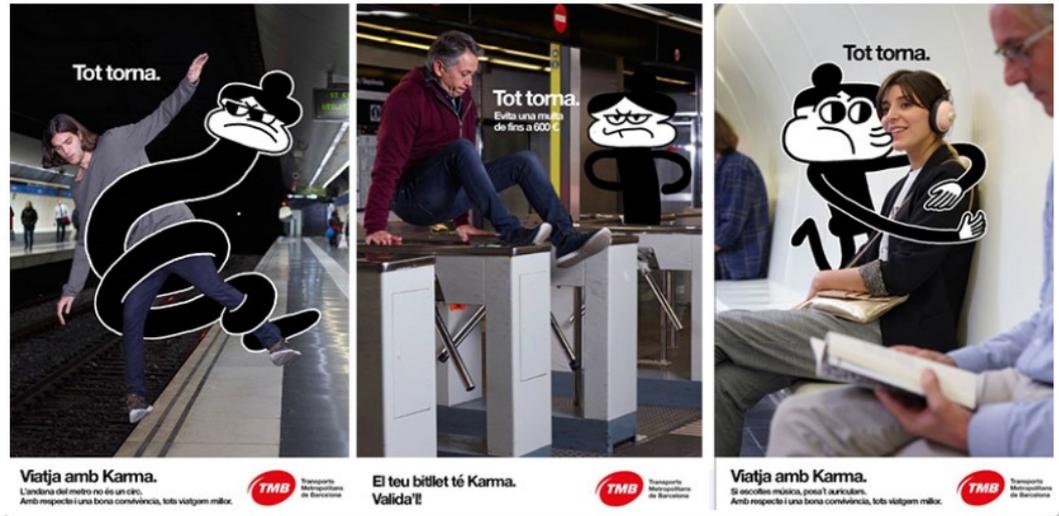
“Volkswagen ha logrado conectar con su público utilizando la segmentación por momentos de vida”



MENSAJES Y ARGUMENTARIO

“Viaja con Karma”

Mejorar la convivencia en las redes de transporte público que Transportes Metropolitanos de Barcelona

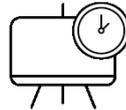


“Dumb Ways to Die”

Reducir el número de accidentes graves y mortales en la red ferroviaria del Metro de Melbourne

ELEMENTOS CLAVE PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA EFICAZ

1 DISEÑO Y PLANIFICACIÓN



Definición temporal y geográfica



Conceptualización de las acciones



Estructura organizativa



Planificación

DISEÑO Y PLANIFICACIÓN



DISEÑO Y PLANIFICACIÓN



ELEMENTOS CLAVE PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA EFICAZ



EJECUCIÓN



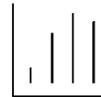
Acciones creativas y de impacto



Acciones y sinergias multicanal



Interacción directa



Datos de seguimiento

EJECUCIÓN



EJECUCIÓN



EJECUCIÓN



EJECUCIÓN





EJECUCIÓN



ELEMENTOS CLAVE PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA EFICAZ



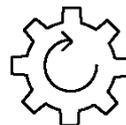
MEDICIÓN DEL RESULTADOS



**Valoración de resultados según
indicadores**

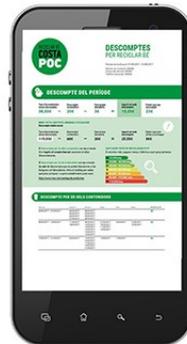


Retorno a la ciudadanía



**Planteamiento de futuras acciones
y continuidad**

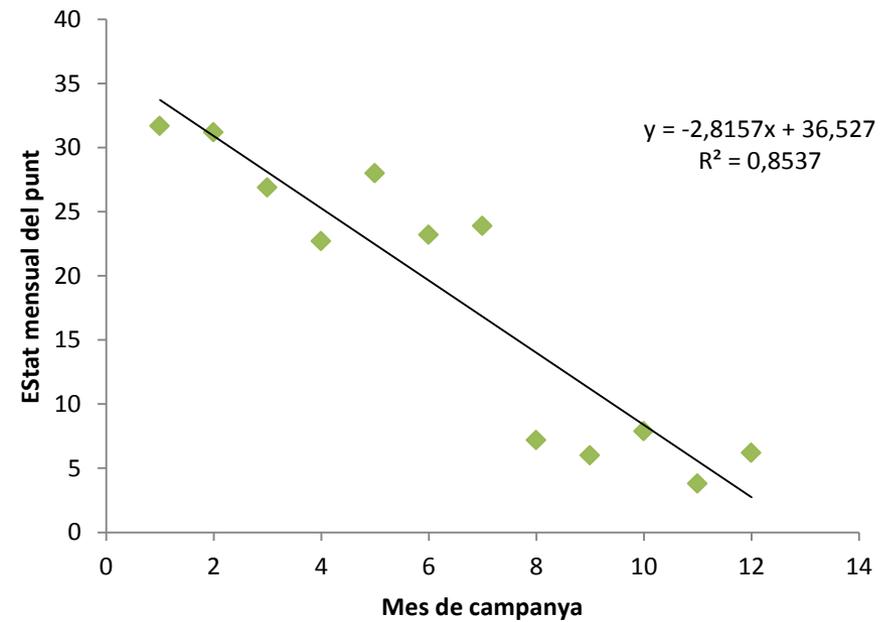
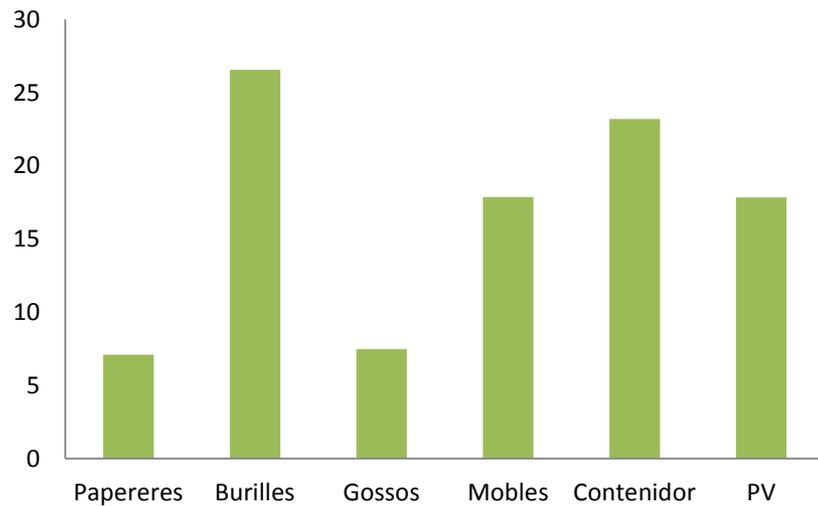
DATOS DE SEGUIMIENTO



Las herramientas digitales permiten conocer en tiempo real la evolución de los indicadores, además de que son ágiles para dar retorno a la ciudadanía y hacerla participe.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

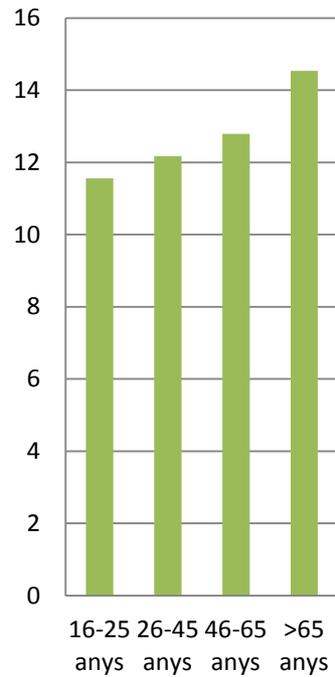
PROPORCIÓN DE MALS HÀBITS REGISTRATS



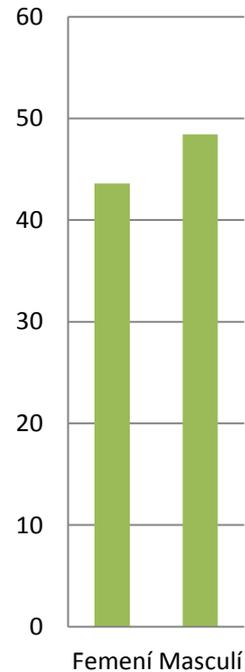
La valoración de los resultados nos permitirán medir el impacto de la campaña y la planificación de acciones futuras.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

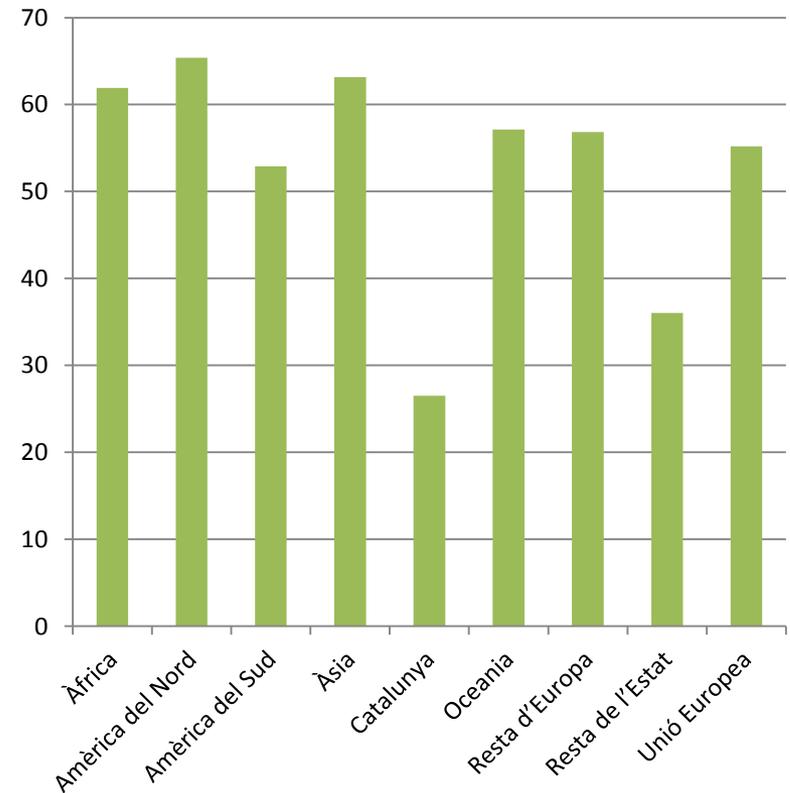
**NO RECULL ELS
EXCREMENTS DEL SEU
GOS**



**NO UTILITZA LES
PAPERERES PER APAGAR
I TIRAR LES BURILLES**



**NO UTILITZA EL PUNT
VERD DEL BARRI**



GRACIAS

tvidal@lavola.com

lavola
cosustainability®

www.lavola.com

info@lavola.com

@lavola1981

Barcelona - Manlleu - Madrid

Andorra - Bogotà

ETAPAS CLAVE PARA DESARROLLAR UNA CAMPAÑA CON ÉXITO

