RECURS GRATUÏT · COMUNICACIÓ AMB POC TEMPS

Formulari únic de peticions de comunicació

Una sola porta d'entrada, uns criteris de prioritat i una guia d'una pàgina perquè comunicació deixi de ser el "departament de desinformació".

1 Els camps mínims del formulari

Una sola porta d'entrada per a totes les peticions de comunicació. Copia aquests camps a Google Forms, Microsoft Forms o el formulari del vostre web.

1. Qui fa la petició
Nom, equip o servei, i contacte.

2. Què vols comunicar?
Dues o tres frases: què ha passat o passarà, i què canvia per a les persones.

3. A qui va adreçat?
Persones sòcies, voluntariat, famílies, administració, mitjans, equip intern...

4. Per a quan?
Data de l'activitat i data límit de publicació.

5. Quin objectiu té?
Inscripcions, difusió, agraïment, sensibilització, rendició de comptes.

6. Material disponible
Fotos, textos o documents, i on són.

7. Hi surten persones?
Si és així: tenen el consentiment per escrit per a aquest ús? Hi ha menors?

8. Seguiment
Qui en fa el seguiment o pot fer de portaveu?

2 Proposta de criteris de prioritat

Adapta-la a la teva entitat. L'important és que els criteris siguin coneguts per tothom.

Prioritat	Quan
Alta	Vinculada directament a un objectiu del pla de comunicació o del pla estratègic, o amb data límit en menys d'una setmana i impacte en l'entitat (crides a voluntariat, campanyes, rendició de comptes, crisi).

Mitjana	Encaixa en algun canal extern i té un objectiu clar, però no és urgent.
Canal intern	Legítima, però sense interès per al públic extern. Va al butlletí intern, a la intranet o a la reunió d'equip.

> **Regla de resposta:** totes les peticions reben resposta en un termini fix (per exemple, 48 hores), encara que la resposta sigui "no hi cap" o "va al butlletí intern".

3 La guia de comunicació, en una pàgina

- **Com contactar amb comunicació:** sempre pel formulari, també si abans n'heu parlat de paraula o per WhatsApp.
- **Amb quanta antelació:** recomanat, 2 setmanes.
- **Què es pot publicar sense consulta:** el dia a dia dels projectes, amb les normes de consentiment.
- **Què passa sempre per direcció:** posicionaments, crisis i temes delicats.
- **Projectes nous:** si preveuen accions de comunicació, comunicació hi ha de ser des del principi.

Al cap d'uns mesos, el formulari et dona dades: quantes peticions arriben, de quin tipus, de quins equips i amb quanta antelació. Fes-les servir per prioritzar i per explicar a direcció on cal posar recursos.

Sóc l'Enric Guinart Mauri. Fa més de 20 anys que treballo en comunicació estratègica, mitjans de comunicació i direcció de comunicació. Ara acompanyo organitzacions amb propòsit a comunicar millor i a fer servir la IA amb criteri.
Primera visita d'obra · 30 minuts, sense cost. M'expliques com comunica avui la teva organització i et dic per on començaria: **enricguinartmauri.com/visita-obra** · egm@enricguinartmauri.com