



ROTARY ABRE OPORTUNIDADES

En imagen y relaciones públicas



Rotary abre oportunidades

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COMUNICAR

- TRANSFORMANDO Y SIMPLIFICANDO LAS COMUNICACIONES

Usando las tecnologías a nuestro alcance de forma eficaz, ahorramos tiempo y esfuerzo

- LLEGANDO A TODOS LOS RINCONES DEL MUNDO

Por medio de los canales digitales rompemos las fronteras y multiplicamos nuestro alcance

- ANALIZANDO EL IMPACTO DE ROTARY EN NUESTRA COMUNIDAD

Gracias a internet podemos conocer cuando alguien habla de Rotary o de nuestro club



OBJETIVOS DEL COMITÉ DE IMAGEN PÚBLICA

El comité de imagen pública del distrito ha agrupado los objetivos para este año rotario en 3 grupos

“Un objetivo conlleva un resultado que perseguir y un tiempo marcado para llegar a el”

- Objetivos a corto plazo (de 1 a 3 meses)
- Objetivos a medio plazo (de 3 a 6 meses)
- Objetivos a largo plazo (de 6 a 12 meses)





OBJETIVOS A CORTO PLAZO

Tanto si construimos una casa, como cuando creamos un plan de comunicación, la base, el primer paso, marcará el éxito del proyecto. En Rotary, somos líderes, y lo somos gracias a haber dado ese primer paso cuando decidimos entrar en la organización. Es ahora, cuando debemos recordar lo que nos llevó a dar ese paso, puesto que ahora tenemos que volver a dar ese primer paso, con el Rotary del siglo XXI



Rotary abre oportunidades

ESTOS SON LOS OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- **Recuperar los accesos a todos los medios digitales y centralizarlos en el comité de imagen pública de nuestro Club**

De esta forma, cualquier miembro del comité podrá publicar de forma efectiva todas las acciones que realiza nuestro club sin dilatar los tiempo

- **Crear una lista actualizada de medios locales**

Todos los medios locales son altavoces de nuestras acciones en la comunidad, debemos tenerlos en cuenta e informar a todos por igual para generar el máximo impacto

- **Configurar un servicio de alertas digitales**

La mejor forma de saber que medios son más afines y dónde se habla de nosotros, es gratuita, además, nos notifica por email cada vez que alguien nos menciona en algún medio digital



OBJETIVOS A MEDIO PLAZO

Una vez tomado el control de nuestra presencia digital, el siguiente paso, es poner en práctica una forma de comunicar que nos ahorre tiempo y que nos garantice los resultados. ¿Es esto posible? En el Rotary del siglo XXI, si.

La tecnología actual ha simplificado enormemente la comunicación en 3 direcciones

- **Comunicación entre socios**, para que la información llegue a todos los socios
- **Comunicación con los medios**, para garantizar que nuestras acciones lleguen a nuestras comunidades
- **Comunicación con la sociedad**, para crear curiosidad, crecer en calidad de socios, llevar el mensaje de Rotary a la vez que escuchamos las demandas de nuestra comunidad



ESTOS SON LOS OBJETIVOS A MEDIO PLAZO

- **Recabar datos de asociaciones y colectivos a los que podamos ayudar o con los que podamos colaborar**

Dar a conocer a todas las asociaciones y colectivos los objetivos de Rotary y conseguir los datos de contacto, permite informar de cada iniciativa o proyecto y los animará a contar con nosotros

- **Crear un calendario de publicaciones**

Internet requiere que seamos activos, saber que publicar y cuando, tanto si tenemos un proyecto en marcha como si no, nos mantendrá en el punto de mira y reforzará nuestra marca

- **Establecer un presupuesto para las acciones publicitarias**

Aunque podamos aparecer en internet sin pagar, el hecho de realizar pequeñas campañas publicitarias multiplica el alcance de nuestras acciones, les permite interactuar y nos hace llegar a todo el mundo. No es necesario destinar una gran cantidad para obtener resultados



OBJETIVOS A LARGO PLAZO

Pensar a largo plazo permite a la organización avanzar, con paso firme, siempre en la misma dirección. La **Marca Rotary**, debe adaptarse y consolidarse a nivel estético, igual que las multinacionales unifican los criterios **para transmitir un mismo mensaje**, Rotary también lo hace.

Unificar los criterios estéticos, la forma de publicar, las notas de prensa, las fotografías y nuestro mensaje, convierte a cada club en un altavoz de la organización. Como un repetidor de señal, si no unificamos estos criterios, la señal se diluye y perderá fuerza y alcance

Todos nos beneficiamos de una Marca solida, ya que todos los éxitos de Rotary, son éxitos de nuestro club



NUESTROS OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- **Usar la imagen de la Marca Rotary de forma correcta**

Los tipos de letra, logotipos y colores están tipificados en un manual de marca para agrupar a todos los clubes

- **Formatos de notas de prensa y plantillas**

Todas nuestras acciones se pueden agrupar en alguna de las avenidas de servicio de RI, aprovechar nuestras acciones para informar sobre las avenidas de servicio o sobre los programas relacionados, transmitirá la esencia de Rotary.

- **Fotografías e Imágenes**

En Rotary, somos “Gente de acción”, por lo que las imágenes que usemos para comunicar, deben dejar patente esto sin que quepa la menor duda



¿CÓMO VAMOS A IMPLEMENTAR ESTE PLAN DE COMUNICACIÓN?

Aunque contamos con diferentes cursos y manuales, desde el distrito vamos a acompañaros en todo este proceso, estableciendo metas en cada uno de los objetivos, mediante formación online y presencial, y basándonos en vuestras necesidades como clubes rotarios.

¿Qué vais a obtener?

- Formación específica
- Plantillas y recursos
- Manuales actualizados y centrados en las necesidades de cada club



UN ÚLTIMO PASO

Queremos conocer tu opinión, tus intereses en materia de comunicación y qué podemos hacer para mejorar el comité de imagen pública de tu club.

Para ello, **escanea el código con la cámara de tu teléfono móvil** y rellena el formulario. No te llevará más de dos minutos y nos ayudará a entender las necesidades específicas de tu club y del distrito para organizar las formaciones, de esta forma nos centraremos en conseguir el mejor resultado



MUCHAS GRACIAS

Luis Andreu Orenes - Pte. Imagen Pública