



Guía: Crea tu plan de relaciones públicas en 10 pasos

La guía con la que podrás crear de forma rápida tu plan de relaciones públicas.

Ya sea que estés comenzando un negocio nuevo o actualizando la percepción pública de tu marca, un plan de relaciones públicas sirve para determinar los objetivos y guiar las actividades de tu empresa. Esta guía proporciona un punto de partida para desarrollar un plan efectivo para cualquier industria.

ClicTip: el plan de relaciones públicas debe considerarse un documento vivo. A medida que cambien las circunstancias externas o los objetivos internos, asegúrate de actualizar el documento.

Resumen Ejecutivo

Es recomendable incluir un resumen ejecutivo al comienzo de cualquier documento extenso, con el fin de proporcionar una visión general de todo el contenido **en no más de una o dos páginas**.

El resumen ejecutivo tiene la finalidad de que cualquier directivo o personal de alto rango de la empresa pueda leer rápidamente y comprender a grandes rasgos el contenido del plan de relaciones públicas.

ClicTip: escribir el resumen ejecutivo al principio o al final del proceso tiene distintas ventajas. Si lo escribes al principio, puede servir de guía a medida que desarrollas el resto del documento. Asegúrate de revisarlo al final, ya que es probable que algunos detalles cambien cuando culminaste el plan del proyecto. Alternativamente, puedes escribir el resumen ejecutivo después de terminar la redacción de todas las demás secciones del plan.

Análisis de la situación

Un plan bien realizado comienza con una investigación sobre el problema que se resolverá durante el proyecto. El análisis de situación debe incluir reuniones con las partes interesadas, entre ellos los principales líderes de tu empresa. También deberás evaluar a la competencia y el ramo de la industria a la que perteneces. Para esto te recomendamos que leas noticias y estudios.

Considera que has completado la investigación cuando puedas definir de manera integral la situación de marketing actual en tu empresa y lo que debe hacerse para mejorarla.

ClicTip: asegúrate de enfocar la investigación en las tendencias tanto dentro como fuera de tu organización.

Metas

En esta sección define los objetivos de alto nivel de tu plan de relaciones públicas. Si tu organización se ha enfrentado a un desafío de marketing específico, habla sobre eso. Describe lo que deseas lograr, asegurándote de que los objetivos que seleccionaste sean razonables y específicos.

ClicTip: la lista de objetivos no debería ser mayor a cinco puntos.

Objetivos

A partir de las metas que hayas definido, crea una lista de objetivos para el plan de relaciones públicas. Piensa en estos objetivos como los hitos que necesitas alcanzar para lograr tus metas.

Selecciona objetivos S.M.A.R.T., por sus siglas en inglés: específicos, medibles, alcanzables, relevantes y oportunos, que aborden el problema identificado en el análisis de la situación.

ClicTip: los objetivos deben vincularse al plan estratégico de la compañía.

Estrategias, tácticas y actividades

Divide los objetivos en estrategias, tácticas y actividades. Esta sección describe la manera en que se implementará el plan de relaciones públicas.

Horario de actividades

Incluye un calendario para indicar cuándo ocurrirán las actividades clave. Puedes usar un formato como la tabla a continuación.

Actividad	Descripción	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización

ClicTip: si identificas oportunidades de innovación, descríbelas en esta sección.

Público objetivo y canales

Define el público objetivo y describe sus necesidades. El público objetivo generalmente incluye a tus clientes actuales, clientes deseados, las personas que influyen en ellos y los medios de comunicación.

También debes identificar los canales de destino. Responde la siguiente pregunta: ¿cómo obtiene el público objetivo su información? La respuesta serán los canales que utilizan y en los que más confía la audiencia a la que quieres llegar.

ClicTip: al definir los canales de destino, asegúrate de centrar tu estrategia no solo en los medios tradicionales como la radio y la televisión, sino en medios digitales como sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles y podcasts.

Mensajes clave

Ahora que has definido tus metas, objetivos y público objetivo, diseña un mensaje que transmita lo que quiere que escuchen sobre tu organización. Los mensajes clave son las ideas centrales que darán forma a tu contenido de relaciones públicas en el futuro. Asegúrate de que estén diseñados para ser creíbles y directos.

d

ClicTip: la lista de mensajes clave no debería incluir más de tres elementos.

Inversión

Una vez que hayas determinado las estrategias, tácticas y actividades que llevarás a cabo para implementar el plan de relaciones públicas, considera los recursos necesarios. Estos pueden incluir horas de personal, equipos, instalaciones y otros materiales.

Usa una tabla como la siguiente para describir los recursos que necesitarás y cuál es su precio.

Recurso	Precio	Cantidad	Total
		Precio total:	

ClicTip: esta sección también puede llamarse «Presupuesto».

Evaluación y medición

La evaluación y la medición son cruciales para cualquier plan de relaciones públicas. La fase de evaluación te brinda la oportunidad de encontrar áreas que debes mejorar en el futuro.

Al diseñar el plan de evaluación, piensa en cómo se vería el éxito y cómo identificarías el momento en el que hayas alcanzado los objetivos establecidos. Describe la manera en que documentarás y demostrarás los resultados de las actividades de tu plan una vez que se hayan completado.

ClicTip: revisa el plan de relaciones públicas de manera regular; trimestralmente es el tiempo recomendado.

**Muchas gracias por realizar esta
descarga, espero que estos consejos te
hayan servido para empezar a crear y
desarrollar tu plan de relaciones
públicas.**

**Para más recursos e información de calidad
visita www.meimportaunclic.com o sígueme en
redes sociales.**

Un saludo
Margarita Esmeral