



PLA DE COMUNICACIÓ

# ESCOLA AGRÀRIA DE MANRESA

# ESTRUCTURA DEL PLA DE COMUNICACIÓ

1. Diagnosi
2. Públic objectiu
3. Objectius del pla de comunicació
4. Missatges / Argumentari
5. Pla d'acció
6. Seguiment
7. Pressupost
8. Calendari

1.

DIAGNOSI.

LA SITUACIÓ

ACTUAL DE LA

COMUNICACIÓ

## Què és l'Escola Agrària de Manresa?

*\*Missió, visió i valors extrets del Pla Estratègic 2019-2022*

### MISSIÓ

L'Escola Agrària de Manresa és un **centre de formació, dinamització i innovació** en producció agrària ecològica (PAE), sobirania rural i acció climàtica. La seva tasca s'adreça a les persones del món rural, amb un **equip implicat i motivat**.

### VISIÓ

Volem facilitar processos **d'aprenentatge i emprenedoria** per contribuir a un medi rural i agroecològic pròsper. Volem avançar cap a les diverses **sobiranies** (alimentària, energètica, etc.), amb **Can Poc Oli** com a finca pedagògica i demostrativa.

### VALORS

#### **Acolliment**

- Cap als alumnes: transmetre coneixement, il·lusió i motivació pel món rural i ecològic, contribuir al seu creixement personal i professional.

#### **Compromís**

- Amb l'entorn: alumnat, productors, sector PAE, entitats afins, territori.

#### **Eficiència**

- Fer la feina ben feta, optimitzar recursos, aconseguir que el projecte sigui sostenible econòmicament.

## 1.1.

# FORTALESES

1. Trajectòria, arrelament
2. Equip cohesionat, dinàmic i expert
3. Oferta formativa de qualitat: tant de cicles com formació contínua
4. Bon funcionament de la comunicació interna
5. Especialització en producció ecològica i energies renovables
6. Centre pioner en els seus àmbits d'expertesa
7. Esperit innovador i voluntat d'anar un pas més enllà de la PAE
8. Relació amb les empreses i possibilitat de fer transferència tecnològica
9. Trajectòria dels alumnes un cop surten de l'escola
10. Programes de mobilitat internacional
11. Instal·lacions, tant de la FUB (entorn universitari) com de Can Poc Oli
12. Noves propostes formatives: cicle de grau superior
13. Contactes externs: institucions, l'Era...
14. Ja disposem d'eines de comunicació: butlletí, xarxes, web...

## 1.2.

# DEBILITATS

1. Fora del sector (ciutat de Manresa i entorn) no se'ns coneix prou
2. Una part del sector tampoc ens coneix
3. Ens costa explicar els casos d'èxit sortits de l'escola
4. Imatge corporativa poc reconeixible
5. Hi ha molt marge de millora en les eines de comunicació que s'utilitzen actualment: web, xarxes, mitjans de comunicació. A això cal sumar-hi una manca de coneixements tècnics i circuits poc sistematitzats (fer fotos, enviar, classificar, etc.)
6. Eines de comunicació (sobretot web) no adaptades a l'activitat internacional
7. La ubicació dins de la FUB fa que l'escola no sigui prou visible
8. Manca de coneixements tècnics en comunicació
9. Poca implicació de les famílies en el dia a dia de l'escola

## 1.3.

# OPORTUNITATS

1. Celebració dels 50 anys com a oportunitat de projecció
2. Projecte de renaturalització del sector de Can Poc Oli que impulsa l'Ajuntament de Manresa
3. Expectatives de creixement de l'escola: més oferta formativa, participació en projectes internacionals
4. Creixement del sector ecològic i polítiques públiques que l'impulsen
5. Transició energètica
6. Ecoviure i altres iniciatives que es porten a terme al territori
7. Més interès social pel medi ambient, l'alimentació, els productes de proximitat...

## 1.4.

# AMENACES

1. Baix nivell d'interès de la societat pel sector agrari
2. El nostre públic professional no està "connectat" (ordinador, xarxes, etc.). Això implica dificultats a l'hora de fer arribar els missatges

## 1.5.

# ANÀLISI DE LES EINES DE COMUNICACIÓ

### Pàgina web

#### **3 llocs web possibles (xtec, moodle i gencat)**

- Certa dispersió: web corporativa, Moodle i apartat a web Departament
- Visualment poc atractiva
- Estructura estàndard de la plataforma xtec. Explorar possibilitats de personalitzar-la
- Per a algú extern a la comunitat educativa, costa trobar la informació
- Inclou informació poc actualitzada
- Només en català
- Gestió del perfil de Google millorable (Maps porta a la FUB però les fotos són de Can Poc Oli)

### **Xarxes socials**

#### Twitter

- Activitat molt irregular
- Segueix a pocs perfils, es genera poca interacció

#### Facebook

- Publicacions més regulars, comparticions...
- Manera de presentar els continguts poc visual (programes dels cursos)

#### Instagram

- Contingut poc atractiu
- Baix nivell d'interacció
- No es treu profit dels stories, organització en highlights, etc.

## 1.5.

# ANÀLISI DE LES EINES DE COMUNICACIÓ

### Butlletí

- Trimestral, 800 destinataris
- Funcional
- Informació molt completa, llarg
- Disseny poc atractiu (fotos petites, molt text)
- En ser trimestral, algunes informacions queden desfassades

### Mitjans de comunicació

- L'Escola surt poc als mitjans de comunicació local
- Els periodistes, per norma general, no ens coneixen
- Necessitat de coordinació amb el gabinet de premsa del Departament

### Imatge corporativa

- El logo és unificat per totes les escoles agràries de Catalunya, amb un manual d'identitat comú
- El manual preveu la convivència d'aquesta imatge amb un logo propi de l'escola
- Els espais no estan identificats com a tal (entrada de la FUB, senyalització, etc.)

### Material de difusió (catàlegs, programes dels cursos, etc.)

- Per a la informació de cursos i cicles cal seguir el manual d'imatge del Departament
- La posada en marxa de nous cursos requerirà fer material nou



## 1.5. ANÀLISI DE LES EINES DE COMUNICACIÓ

### Material audiovisual

- Arxiu de fotos molt ampli de les activitats de l'Escola
- No disposem de material professional, tant en foto com en vídeo
- Poc material en vídeo i el que hi ha és antic

### Recursos humans

- Actualment, les tasques de comunicació es troben repartides entre els diferents membres de l'equip
- Els professors són els responsables de recollir material audiovisual de les diferents activitats que es fan a classe

### Relacions públiques i institucionals

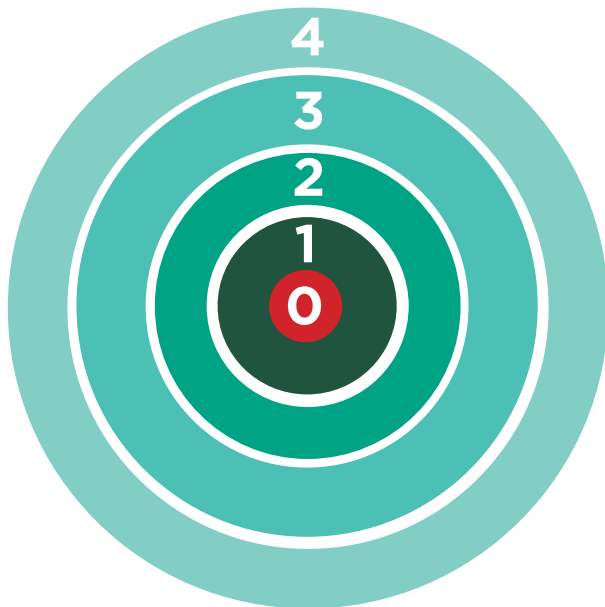
- En general, bona relació amb institucions afins: Departament, Ajuntament, FUB, instituts...
- Participació anual a la Fira de l'estudiant
- Participació a la Fira Ecoviure
- Es fan jornades de portes obertes i reunions informatives per a alumnes i famílies

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

## A qui adreçem la comunicació de l'Escola?



### NIVELL 0: EQUIP

- Professors, personal administratiu i col·laboradors
- L'Era
- Serveis centrals i altres escoles

### NIVELL 1: PÚBLIC INTERN

- Alumnes de formació reglada i famílies
- Alumnes de formació contínua
- Empreses de formació centres de treball en dual, joves incorporants, socis locals (Boscat, Escola Tracció Animal, Homologacions), etc.

### NIVELL 2: SECTOR AGRARI

- Socis internacionals
- Empreses i explotacions
- Exalumnes
- Nous emprenedors

### NIVELL 3: INSTITUCIONS AGRÀRIES

- Oficines comarcals
- CCPAE
- Sindicats
- Altres entitats del sector

### NIVELL 4: MÓN EXTERIOR

- Societat en general
- Entitats i institucions fora del sector agrari: Ajuntament, FUB...
- Mitjans de comunicació

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

### PÚBLIC NIVELL 0: EQUIP

- Professors i col·laboradors
- Personal administratiu
- L'Era
- Serveis centrals i altres escoles

#### Com és?

- Forma part de l'escola i per tant n'és també la imatge
- En té una percepció positiva i està implicat amb el projecte
- Assumeix tasques de comunicació (fer fotos, publicar a xarxes, etc.)

#### Què necessita?

- Sistematitzar i organitzar tot allò que té a veure amb la comunicació
- Adquirir coneixements tècnics
- Disposar de la informació necessària per poder fer bé la seva feina i transmetre-la a alumnat, famílies, etc.

#### Què busquem com a Escola?

- Que se senti part del projecte i en sigui el primer ambaixador
- Que contribueixi en la tasca de comunicar i recollir informació, detectar necessitats, etc.
- Que projecti una bona imatge de l'escola a l'exterior



**IMPLICACIÓ I COMPLICITAT**

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

### PÚBLIC NIVELL 1: INTERN

- Alumnes de formació reglada i famílies
- Alumnes de formació contínua
- Empreses de formació centres de treball en dual, joves incorporants, socis locals (Boscat, Escola Tracció Animal, Homologacions), etc.

#### Com és?

- És l'usuari final de l'escola: el nostre client
- Coneix bé l'escola perquè hi treballa o hi estudia
- En general té una percepció positiva
- Les famílies tenen un baix nivell de participació al centre
- Majoritàriament són persones que fan ús de les eines digitals

#### Què necessita?

- Informació pràctica, que li sigui útil per treballar o estudiar
- Que la informació es transmeti de manera àgil i eficient
- Sentir-se implicat amb el projecte de l'escola

#### Què busquem com a Escola?

- Generar confiança
- Que aquest públic ens recomani
- Que col·labori amb nosaltres a l'hora de comunicar: compartint contingut a xarxes, publicant-ne de propi i mencionant, etc.



**SENTIMENT DE PERTINENÇA**

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

## PÚBLIC NIVELL 2: SECTOR AGRARI

- Socis internacionals
- Empreses i explotacions
- Exalumnes
- Nous emprenedors

### Com és?

- Ens coneix i és probable que en algun moment hagi tingut relació amb l'escola
- És un usuari potencial dels nostres serveis
- En el cas dels exalumnes, la seva trajectòria és una mostra del que els ha aportat l'escola
- Per la feina que fa, pot ser que no estigui connectat a l'ordinador permanentment, però sí al mòbil

### Què necessita?

- Conèixer què fem i què li podem oferir
- L'expertesa de l'Escola li pot ser útil en el seu dia a dia

### Què busquem com a Escola?

- Tenir-hi una relació fluida, de col·laboració mútua
- Que s'apunti als cursos, que aculli alumnes en pràctiques...
- Que parli bé de nosaltres i ens vegi com un agent de suport
- Detectar les necessitats de formació que té el sector



**PROXIMITAT I RECONeixEMENT**

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

### PÚBLIC NIVELL 3: INSTITUCIONS AGRÀRIES

- Oficines comarcals
- CCPAE
- Sindicats
- Altres entitats del sector

#### Com és?

- Ens coneix i ha tingut relació amb l'escola
- És la vessant institucional del públic de nivell 2
- La majoria té xarxes socials i és també una font d'informació

#### Què necessita?

- Tenir una comunicació fluïda amb nosaltres. Aquest nivell de públic ens comunica coses i viceversa

#### Què busquem com a Escola?

- Comunicar el què fem i conèixer informació d'interès per a nosaltres o els nostres públics de nivell 1 i 2: ajuts, normatives, etc.
- Ser percebuts de manera professional
- Interactuar-hi i que ens tinguin en compte com un agent important del sector
- Detectar les necessitats de formació que té el sector

⇒ **PROFESSIONALITAT I INTERACCIÓ**

2.

PÚBLIC

OBJECTIU

## PÚBLIC NIVELL 4: MÓN EXTERIOR

- Societat en general
- Entitats i institucions fora del sector agrari: Ajuntament, FUB...
- Mitjans de comunicació

### Com és?

- Molt divers. Majoritàriament no té contacte amb el sector agrari i el desconeix
- A nivell de Manresa i el Bages, pot ser que hagi sentit a parlar de l'Escola
- Un sector d'aquest públic està preocupat pel medi ambient, pels productes de proximitat... Ens serà més fàcil apropar-nos-hi
- Institucions i mitjans de comunicació actuen com a influenciadors, ens poden ajudar a arribar a altres públics

### Què necessita?

- Conèixer l'oferta formativa que hi ha a la ciutat i a la comarca
- Saber coses del món del camp, l'alimentació eco, etc.

### Què busquem com a Escola?

- Donar-nos a conèixer, aconseguir notorietat
- Que ens percebin com un agent de divulgació i promoció del sector agrari
- En el cas instucional, relacionar-nos-hi i que ens tinguin en compte
- Incrementar la nostra presència en la societat local

⇒ **NOTORIETAT I DIVULGACIÓ**

**3.**

## **OBJECTIUS DEL PLA DE COMUNICACIÓ**

### **1. SISTEMATITZAR LA COMUNICACIÓ**

- Que totes les persones implicades en tasques de comunicació disposin dels coneixements tècnics necessaris
  - Establir circuits de comunicació clars, àgils i eficaços
- 

### **2. ACONSEGUIR NOTORIETAT**

- Donar a conèixer l'escola als seus públics objectius
- Incrementar el coneixement de l'escola entre la població de Manresa i el Bages
- Incrementar el coneixement de l'escola entre empreses i famílies vinculades a la pagesia de tot Catalunya
- Donar a conèixer l'oferta formativa

### **3. MILLORAR EL POSICIONAMENT**

- Situar l'escola com un referent del sector agrari català, potenciant les seves àrees d'especialització i la seva voluntat innovadora
- 

### **4. FER XARXA**

- Guanyar implicació per part dels col·lectius més vinculats al centre (alumnes, exalumnes, famílies, empreses)
- Intercanviar informació amb altres agents del sector (institucions i empreses)
- Millorar la relació i la comunicació amb els socis internacionals



4.

## ARGUMENTARI I MISSATGES CLAU

Quins valors volem transmetre i associar a l'Escola Agrària de Manresa?



*\*Núvol de paraules sorgit durant la sessió de treball amb l'equip de l'Escola en preguntar "amb quins conceptes definiries l'Escola?"*

## 4.

# ARGUMENTARI I MISSATGES CLAU

### **FORMACIÓ DE QUALITAT, PIONERA, INNOVADORA I AMB VISIÓ INTERNACIONAL**

- L'Escola Agrària de Manresa ofereix formació de qualitat en l'àmbit agroecològic.
- Compta amb un equip de professionals amb un alt nivell d'expertesa i una trajectòria reconeguda.
- L'Escola ha estat pionera en l'àmbit de la producció ecològica i les energies renovables.
- Continuem avançant per estar sempre al capdavant de les darreres tendències, amb visió internacional i col·laborant amb agents de dins i fora del nostre país.

### **IMPLICACIÓ AMB EL TERRITORI, SOSTENIBILITAT, ACTIU SOCIAL**

- L'Escola és un actiu per a Manresa i la comarca del Bages.
- Som un agent a tenir en compte en tots aquells projectes relacionats amb agricultura, medi ambient, preservació del territori, alimentació de proximitat, etc.
- Volem ser una escola oberta a la societat.

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

Organitzem el pla d'acció en 6 àmbits d'actuació, cadascun dels quals inclou unes accions determinades. En les properes pàgines s'expliquen en detall cadascuna de les accions.

### ÀMBIT 1 - COMUNICACIÓ INTERNA

1. Manual de comunicació interna
2. Formació
3. Jornada alumnes i famílies
4. Seguiment exalumnes

### ÀMBIT 2 - IMATGE CORPORATIVA

5. Senyalització
6. Rollups
7. Merchandising

### ÀMBIT 3 - MITJANS DE COMUNICACIÓ

8. Media kit
9. Gabinet de premsa
10. Esmorzar amb periodistes
11. Mitjans especialitzats
12. Publicacions a Ruralcat

### ÀMBIT 4 - DIGITAL I XARXES

13. Renovació web
14. Pla de xarxes socials
15. Butlletins
16. Canal de Whatsapp
17. Canal de YouTube

### ÀMBIT 5 - EXTERN

18. Arxiu de fotos professional
19. Vídeo de presentació
20. Vídeos projectes d'interès
21. Publicitat
22. Fires
23. Jornada ciutadana

### ÀMBIT 6 - SECTORIAL I XARXA

24. Enquesta a connectors
25. Reconeixement a empreses col·laboradores

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

### CASOS ESPECIALS A TENIR EN COMPTE

Hi ha dos esdeveniments que requeriran accions de comunicació pròpies i independents de les assenyalades anteriorment.

A continuació plantegem una proposta d'accions:

#### 50È ANIVERSARI

- Logo 50è aniversari
  - Acte institucional
  - Activitats obertes a la ciutadania: jocs, portes obertes a Can Poc Oli, tallers, etc.
  - Gabinet de premsa específic posant en valor l'escola i donant a conèixer les activitats
  - Butlletí especial 50è aniversari
  - Vídeo "50 anys d'escola" recollint testimonis de gent que hi ha passat
- \*Totes les accions que es facin hauran de quedar reflectides a xarxes, web, etc.

#### INICI NOU CICLE DE GRAU SUPERIOR

- Mailing i enviament de WhatsApp a contactes
- Fullet informatiu
- Enviament de material informatiu en format paper i digital a centres de secundària. Proposta de fer-hi xerrades informatives
- Presència a Fira de l'Estudiant
- Campanya a xarxes socials: contingut i publicitat
- Publicitat a mitjans
- Publicitat exterior: mupis, busos, etc.
- Gabinet de premsa

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 1 COMUNICACIÓ INTERNA

### 1. MANUAL DE COMUNICACIÓ INTERNA

#### Què és?

Elaborar un document que reculli la informació següent:

- Persones i funcions en temes de comunicació
- Procediments a seguir en diferents supòsits: publicació a xarxes, notícia a web, elaboració de material informatiu, etc.
- Reunions de comunicació

Donar a conèixer aquest manual entre tots els professionals de l'escola.

#### A qui s'adreça?

Públic nivell 0: equip.

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 1: sistematitzar la comunicació.

#### Qui ho fa?

Equip intern de comunicació, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Curt termini.

#### Pressupost

Baix (- 500 €) en el cas que calgui suport extern (pressupost 0 si es fa únicament amb recursos propis).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 1 COMUNICACIÓ INTERNA

## 2. FORMACIÓ

### Què és?

Formació a les persones que intervenen en comunicació sobre aspectes bàsics com ara gestió de xarxes socials, funcionament d'un gabinet de premsa, disseny amb Canva, funcionament de WhatsApp Business, etc.

### A qui s'adreça?

Públic nivell 0: equip.

### Amb quin objectiu?

Objectiu 1: sistematitzar la comunicació.

### Qui ho fa?

Empresa externa.

### Quan?

Curt termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €). En funció de les hores de formació necessàries.

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 1 COMUNICACIÓ INTERNA

### 3. JORNADA ANUAL ALUMNES I FAMÍLIES

#### Què és?

Una jornada anual per als alumnes i les seves famílies, on puguin conèixer l'escola i els projectes que s'hi fan i establir vincles amb l'equip de professors. Proposem que la jornada es faci a final de curs i serveixi per presentar els projectes que han fet els alumnes. Més a llarg termini, es podria plantejar fer-ne una altra a inici de curs per donar la benvinguda a alumnes i famílies.

La jornada ha de tenir una part més institucional (benvinguda del director, presentació de l'escola, etc.) i una de més lúdica (esmorzar, tallers, etc.).

#### A qui s'adreça?

Públic nivell 1: públic intern.

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Llarg termini (final del curs 2022-2023).

#### Pressupost

Mitjà (500-1.000 €). Tenir en compte proveïdors (càtering, so, etc.).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 1 COMUNICACIÓ INTERNA

### 4. SEGUIMENT EXALUMNES

#### Què és?

Selecció d'un mínim de 4 exalumnes cada any amb una trajectòria interessant per càpsules informatives amb els següents formats:

- vídeos de 30 segons per xarxes socials
- notícia a web parlant de la trajectòria
- entrevista al butlletí

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions agràries) i 4 (extern).

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat), 3 (posicionament) i 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Mitjà termini.

#### Pressupost

Mitjà (500-1.000 €). En funció de si es fa internament o amb suport extern.



## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 2 IMATGE CORPORATIVA

### 5. SENYALITZACIÓ

#### Què és?

Revisar la senyalització de les aules i espais de l'escola. Unificar la imatge gràfica i assegurar la presència i visibilitat del logotip.

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 0 (equip) i 1 (intern).

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari i proveïdor d'impremta per cartells indicadors.

#### Quan?

Llarg termini.

#### Pressupost

Mitjà (500-1.000 €)\*.

*\* En funció de la quantitat de materials que calgui imprimir.*

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 2 IMATGE CORPORATIVA

## 6. ROLLUPS

### Què és?

Imprimir 2 rollups d'imatge genèrica de l'Escola. Per instal·lar al vestíbul de l'Escola i utilitzar en actes, jornades, rodes de premsa, etc.

### A qui s'adreça?

Públic nivells 0 (equip), 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Supervisa l'equip de l'escola. Executen professionals externs (dissenyador i impressor).

### Quan?

Mitjà termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

ÀMBIT 2

## IMATGE CORPORATIVA

## 7. MERCHANDISING

### Què és?

Fer elements de merchandising amb la imatge de l'escola, per a la utilització de professionals i alumnes. Proposem inicialment els següents materials:

- samarreta
- dessuadora o forro polar

A banda d'aquests, es pot valorar algun element més relacionat amb el sector agrari (guants de jardineria, tisores de podar, etc.).

### A qui s'adreça?

Públic nivells 0 (equip) i 1 (intern).

### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Supervisa l'equip de l'escola. Executen professionals externs (dissenyador i proveïdors d'impressió).

### Quan?

Mitjà termini.

### Pressupost

Mitjà (500-1.000 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 3 MITJANS DE COMUNICACIÓ

## 8. MEDIA KIT

### Què és?

Elaborar un paquet de material bàsic per als mitjans de comunicació. Aquest paquet ha d'incloure:

- dossier de premsa: amb informació bàsica sobre l'Escola, trajectòria i principals projectes de present i de futur
- material audiovisual: fotografies i vídeos

### A qui s'adreça?

Públic nivell 4 (extern).

### Amb quin objectiu?

Objectius 1 (sistematitzar), 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Gabinet de premsa extern.

### Quan?

Curt termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €)\*.

*\*Inclòs dins de la quota d'un gabinet de premsa.*

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 3 MITJANS DE COMUNICACIÓ

## 9. GABINET DE PREMSA

### Què és?

Contacte periòdic amb els mitjans de comunicació per explicar fets noticiables relacionats amb l'Escola. Proposem començar amb un mínim d'una nota de premsa al mes (ajustar segons necessitats) i amb la promoció de reportatges i entrevistes sobre temes concrets d'interès.

### A qui s'adreça?

Públic nivell 4 (extern).

### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Gabinet de premsa extern.

### Quan?

Curt termini, amb continuïtat en el temps.

### Pressupost

Alt (+ 1.000 €)\*.

*\*La quota mensual aproximada d'un gabinet de premsa extern se situaria entre els 400 i els 700 €.*

5.

## PLA D'ACCIÓ

### ÀMBIT 3 MITJANS DE COMUNICACIÓ

## 10. ESMORZAR AMB PERIODISTES

### Què és?

Organitzar una trobada anual amb periodistes del territori a la finca de Can Poc Oli per explicar un projecte amb el qual s'estigui treballant. Amb la participació de l'equip directiu de l'Escola i els professionals implicats en el projecte.

### A qui s'adreça?

Públic nivells 4 (extern).

### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Gabinet de premsa extern.

### Quan?

Curt termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €)\*.

*\*Inclòs dins de la quota d'un gabinet de premsa.*

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 3 MITJANS DE COMUNICACIÓ

### 11. MITJANS ESPECIALITZATS

#### **Què és?**

Elaborar una base de dades de mitjans especialitzats en el sector agrari.

#### **A qui s'adreça?**

Públic nivells 2 (sector agrari) i 3 (institucions).

#### **Amb quin objectiu?**

Objectius 1 (sistematitzar), 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

#### **Qui ho fa?**

Gabinet de premsa extern.

#### **Quan?**

Curt termini.

#### **Pressupost**

Baix (- 500 €)\*.

*\*Inclòs dins de la quota d'un gabinet de premsa.*

5.

## PLA D'ACCIÓ

### ÀMBIT 3 MITJANS DE COMUNICACIÓ

## 12. PUBLICACIONS A RURALCAT

### **Què és?**

Publicar les informacions més destacades de l'escola al portal Ruralcat.

### **A qui s'adreça?**

Públic nivells 2 (sector agrari) i 3 (institucions).

### **Amb quin objectiu?**

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### **Qui ho fa?**

Equip de l'escola.

### **Quan?**

Mitjà termini (amb continuïtat).

### **Pressupost**

Baix (- 500 €).



**5.**

## **PLA D'ACCIÓ**

ÀMBIT 4

**DIGITAL I XARXES**

### **13. RENOVACIÓ WEB**

**Què és?**

Redissenyar el web de l'Escola per fer-lo visualment més atractiu, endreçar i actualitzar la informació i posicionar-lo per a la seva cerca en buscadors. Traduir-lo al castellà i l'anglès. Dinamitzar l'apartat d'actualitat amb nou contingut cada mes (notícies, cursos, activitats, etc.).

**A qui s'adreça?**

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

**Amb quin objectiu?**

Objectiu 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

**Qui ho fa?**

Supervisa l'equip de l'escola. Executa un proveïdor extern.

**Quan?**

Mitjà / llarg termini.

**Pressupost**

Alt (+ 1.000 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 4 DIGITAL I XARXES

### 14. PLA DE XARXES SOCIALS

#### Què és?

Elaborar un document on s'indiqui què, quan i com publicar a les diferents xarxes socials de l'escola i es proposi la posada en funcionament de nous perfils corporatius (LinkedIn i YouTube). El pla ha d'incloure també una recerca de hashags i de perfils interessants amb els quals interactuar.

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

#### Amb quin objectiu?

Objectius 1 (sistematitzar) 2 (notorietat), 3 (posicionament) i 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Curt termini.

#### Pressupost

Baix (- 500 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 4

### DIGITAL I XARXES

## 15. BUTLLETINS

### Què és?

Revisió del disseny i continguts del butlletí i reorganització de la seva periodicitat, a partir de la següent proposta:

- un butlletí informatiu amb periodicitat mensual o bimestral. Continguts seleccionats i ben treballats
- un butlletí setmanal amb formació, cursos i jornades, informació pràctica, etc.

### A qui s'adreça?

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari) i 3 (institucions).

### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat), 3 (posicionament) i 4 (xarxa).

### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

### Quan?

Curt termini, amb continuïtat en el temps.

### Pressupost

Baix (- 500 €)\*.

*\*Pressupost unitari estimat per butlletí.*

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 4

### DIGITAL I XARXES

## 16. CANAL DE WHATSAPP

### Què és?

Obrir un canal de WhatsApp Business per comunicar-nos amb alumnes, famílies i agents externs. Organitzar contactes per llistes de difusió: alumnes, empreses, ex-assistents a cursos, etc. S'utilitzarà per informar de nous cursos, activitats, resoldre consultes, etc.

### A qui s'adreça?

Públic nivells 1 (intern) i 2 (sector agrari).

### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat), 3 (posicionament) i 4 (xarxa).

### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern per a la seva posada en marxa si és necessari.

### Quan?

Mitjà termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 4 DIGITAL I XARXES

### 17. CANAL DE YOUTUBE

#### **Què és?**

Obrir un canal de YouTube de l'Escola, on s'aniran publicant tots els vídeos propis del centre (veure la resta d'accions d'aquest pla).

#### **A qui s'adreça?**

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

#### **Amb quin objectiu?**

Objectius 1 (sistematitzar), 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

#### **Qui ho fa?**

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### **Quan?**

Curt termini.

#### **Pressupost**

Baix (- 500 €).

**5.**

## **PLA D'ACCIÓ**

ÀMBIT 5  
**EXTERN**

### **18. ARXIU DE FOTOS PROFESSIONAL**

**Què és?**

Sessió fotogràfica amb un fotògraf professional amb l'objectiu de disposar d'un arxiu d'imatges de qualitat que es podran utilitzar en els diferents suports informatius de l'Escola (web, xarxes, programes de cursos, cartells, etc.). Aquest arxiu caldrà actualitzar-lo cada 2-3 anys.

**A qui s'adreça?**

Públic nivells 1 (intern) 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

**Amb quin objectiu?**

Objectiu 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

**Qui ho fa?**

Supervisa l'equip de l'escola. Executa un proveïdor extern (fotògraf).

**Quan?**

Curt termini.

**Pressupost**

Baix (- 500 €).

5.

## PLA D'ACCIÓ

ÀMBIT 5  
**EXTERN**

### 19. VÍDEO DE PRESENTACIÓ

#### **Què és?**

Vídeo professional de 2 minuts de durada que servirà per presentar l'escola: explicar qui som i què fem, ensenyar instal·lacions i projectes, etc. Hi apareixeran tant alumnes com membres de l'equip. D'aquest vídeo se'n poden extreure petits clips per ser utilitzats per xarxes socials. El vídeo quedarà publicat al web i al canal de YouTube i es podrà utilitzar en jornades de portes obertes, xerrades a instituts, etc. Aquest vídeo s'haurà de renovar cada 2 anys.

#### **A qui s'adreça?**

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

#### **Amb quin objectiu?**

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

#### **Qui ho fa?**

Supervisa l'equip de l'escola. Executa un proveïdor extern.

#### **Quan?**

Mitjà termini.

#### **Pressupost**

Mitjà (500-1.000 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 5 EXTERN

## 20. VÍDEOS PROJECTES D'INTERÈS

### Què és?

Fer petits vídeos (1 minut de durada màxim) sobre projectes d'interès en què treballi l'Escola. Poden ser fets a nivell professional o no, però han de tenir un mínim de qualitat. Inicialment plantegem que se'n faci un cada trimestre. La seva difusió es farà a través del web, xarxes socials, butlletins i enviaments de WhatsApp.

### A qui s'adreça?

Públic nivells 1 (intern), 2 (sector agrari), 3 (institucions) i 4 (extern).

### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

### Qui ho fa?

Supervisa l'equip de l'escola. Executa un proveïdor extern.

### Quan?

Mitjà termini.

### Pressupost

Baix (- 500 €)\*.

*\*Pressupost unitari estimat en cas que s'assumeixi externament.*



5.

## PLA D'ACCIÓ

ÀMBIT 5  
EXTERN

### 21. PUBLICITAT

#### Què és?

Destinació d'una partida pressupostària anual en concepte de publicitat. Selecció dels mitjans més adequats en funció de les necessitats: inici de les preinscripcions, cursos de formació continuada, etc. Caldria tenir en compte els següents suports publicitaris:

- mitjans en paper (Regió7 i altres diaris locals i comarcals)
- ràdios (Ràdio Manresa, Rac1)
- digitals (capçaleres del grup NacioDigital i altres)
- publicitat en xarxes socials: Instagram

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 2 (sector agrari) i 4 (extern).

#### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat) i 3 (posicionament).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Curt / mitjà / llarg termini (en funció de dates estratègiques).

#### Pressupost

Alt (+ 1.000 €).

5.

## PLA D'ACCIÓ

ÀMBIT 5  
EXTERN

### 22. FIRES

#### Què és?

Participar en fires de caràcter comarcal en les quals puguem contactar amb els nostres públics objectius. Es proposa valorar inicialment fires en format on line.

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 2 (sector agrari) i 3 (institucions).

#### Amb quin objectiu?

Objectius 2 (notorietat), 3 (posicionament) i 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Llarg termini.

#### Pressupost

Alt (+ 1.000 €)\*

*\*Pressupost variable en funció del nombre de fires, si s'ha de contractar personal extern, característiques de l'estand, etc.*

5.

## PLA D'ACCIÓ

ÀMBIT 5  
EXTERN

### 23. JORNADA CIUTADANA

#### Què és?

Col·laboració de l'Escola en jornades ciutadanes que s'organitzin a Manresa relacionades amb la pagesia, l'Anella Verda, etc. Obrir les portes de Can Poc Oli per a la realització d'activitats com tallers o xerrades i assegurar la visibilitat de l'Escola en aquests esdeveniments.

#### A qui s'adreça?

Públic nivell 4 (extern).

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 2 (notorietat), 3 (posicionament).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola, amb suport extern si és necessari.

#### Quan?

Llarg termini.

#### Pressupost

Mitjà (500-1.000 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 6 SECTORIAL I XARXA

### 24. ENQUESTA CONNECTORS

#### Què és?

Enviament d'una enquesta (amb una periodicitat trimestral o semestral) al grup de connectors per conèixer la situació i necessitats del sector agrari. Es farà a través de Google Forms i s'enviarà per correu electrònic. Amb possibilitat d'ampliar-la a d'altres destinataris (altres explotacions, participants a cursos, etc.). Buidatge i anàlisi dels resultats.

#### A qui s'adreça?

Públic nivells 2 (sector agrari) i 3 (institucions).

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola.

#### Quan?

Curt termini.

#### Pressupost

Baix (- 500 €).

## 5.

# PLA D'ACCIÓ

## ÀMBIT 6 SECTORIAL I XARXA

### 25. RECONeixEMENT A EMPRESES COL-LABORADORES

#### Què és?

Acte de reconeixement a les empreses que col·laboren amb l'Escola acollint alumnes en pràctiques. Es pot aprofitar l'acte anual amb alumnes i famílies per convocar les empreses i lliurar-los un diploma com a agraïment a la seva tasca. D'aquesta manera, també fomentem el networking entre escola, alumnes i sector.

#### A qui s'adreça?

Públic nivell 2 (sector agrari).

#### Amb quin objectiu?

Objectiu 4 (xarxa).

#### Qui ho fa?

Equip de l'escola.

#### Quan?

Curt termini.

#### Pressupost

Baix (- 500 €).

## 6.

# SEGUIMENT

Per avaluar que el pla estigui assolint els objectius plantejats, caldrà recollir i analitzar els següents indicadors. Proposem que durant el primer any la revisió es faci cada 6 mesos i posteriorment passi a ser anual.

### **Equip - alumnes - famílies**

- Nombre d'inscripcions a cicles i cursos de formació continuada
- Enquestes de satisfacció a alumnes i famílies
- Enquestes de satisfacció als professionals del centre
- Grau de participació en les activitats
- Incorporació de noves empreses que acullin alumnes en pràctiques

### **Eines de comunicació**

- Recull de premsa (aparicions en mitjans de comunicació) i peticions rebudes per part dels mitjans de comunicació
- Analítiques de xarxes socials
- Estadístiques de visites al web
- Cerques de Google
- Estadístiques dels butlletins
- Utilització del canal de WhatsApp

### **Altres**

- Feedback per part del grup de connectors i empreses col·laboradores
- Coneixement de la ciutadania i participació en activitats proposades
- Contactes fets en fires
- Peticions d'informació
- Relacions internacionals

## 7.

# PRESSUPOST

Pressupost aproximat per a cadascuna de les accions proposades al pla. El pressupost variarà notablement en funció de les característiques finals dels treballs i de si es fa amb recursos propis o bé es subcontracta a una empresa especialitzada.

ÀMBIT 1		
Comunicació interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Manual de comunicació interna / - 500 € / baix</li> <li>2. Formació / - 500 € / baix</li> <li>3. Jornada alumnes i famílies / 500-1.000 € / mitjà</li> <li>4. Seguiment exalumnes / 500-1.000 € / mitjà</li> <li>5. Senyalització / 500-1.000 € / mitjà</li> </ul>	
ÀMBIT 2		
Imatge corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>6. Rollups / - 500 € / baix</li> <li>7. Merchandising / 500-1.000 € / mitjà</li> </ul>	
ÀMBIT 3		
Mitjans de comunicació	<ul style="list-style-type: none"> <li>8. Media kit / - 500 € / baix</li> <li>9. Gabinet de premsa / + 1.000 € / alt</li> <li>10. Esmorzar amb periodistes / - 500 € / baix</li> <li>11. Mitjans especialitzats / - 500 € / baix</li> <li>12. Publicacions a Ruralcat / - 500 € / baix</li> </ul>	
ÀMBIT 4		
Digital i xarxes	<ul style="list-style-type: none"> <li>13. Renovació web / + 1.000 € / alt</li> <li>14. Pla de xarxes socials / - 500 € / baix</li> <li>15. Butlletins / - 500 € / baix</li> <li>16. Canal de Whatsapp / - 500 € / baix</li> <li>17. Canal de YouTube / - 500 € / baix</li> </ul>	
ÀMBIT 5		
Extern	<ul style="list-style-type: none"> <li>18. Arxiu de fotos professional / - 500 € / baix</li> <li>19. Vídeo de presentació / 500-1.000 € / mitjà</li> <li>20. Vídeos projectes d'interès / - 500 € / baix</li> <li>21. Publicitat / + 1.000 € / alt</li> <li>22. Fires / + 1.000 € / alt</li> </ul>	
ÀMBIT 6		
Sectorial i xarxa	<ul style="list-style-type: none"> <li>23. Jornada ciutadana / 500-1.000 € / mitjà</li> <li>24. Enquesta a connectors / - 500 € / baix</li> <li>25. Reconeixement a empreses col·laboradores / - 500 € / baix</li> </ul>	





PLA ELABORAT PER:



CATPRESS, SERVEIS DE COMUNICACIÓ SL - B63915466

- 📍 Ens trobaràs al carrer Àngel Guimerà 49 2n 1a, de Manresa
- 💬 Parla amb nosaltres al 93 872 14 22 o a comunicacio@catpress.cat
- ❓ Vols saber més coses? Entra a [www.catpress.cat](http://www.catpress.cat)