

Planejamento da Comunicação Organizacional





Processo e formulação

- Etapas fundamentais:
 - Pesquisa e construção do diagnóstico estratégico da organização.
 - Planejamento estratégico da comunicação organizacional.
 - Gestão estratégica da comunicação organizacional.



1. Pesquisa e construção de diagnóstico da organização

- Utilização dos dados levantados no *briefing*, pesquisas e auditorias.
- Identificação da missão, visão e valores.
- Identificação da definição do negócio/ escopo de atuação.
- Análise do ambiente externo, setorial e interno.
- Diagnóstico da Comunicação Organizacional.



2. Planejamento da comunicação organizacional

- Definição da missão, da visão e dos valores da Comunicação.
- Estabelecimento de filosofias e políticas de Comunicação
- Definição de objetivos e metas
- Estratégia geral
- Projetos e programas específicos
- Orçamento geral
- Aprovação da cúpula diretiva



3. Gestão da Comunicação Organizacional

- Divulgação do plano.
- Implementação.
- Controle das ações.
- Avaliação de resultados.

Proposição de planos, projetos e programas de Relações Públicas





Fases do Planejamento de Relações Públicas

1. Conhecimento da organização

- valores, filosofia, política de negócios da empresa
- ambiente interno, externo e de negócios
- sistema de comunicação vigente
- posicionamento da empresa perante seus públicos

2. Identificação e determinação dos públicos caracterizar/ verificar grau de relacionamento.

3. Pesquisa com os públicos estratégicos

4. Diagnóstico e identificação de problemas

- Situações que afetam o conceito e o posicionamento da empresa.



Fases do Planejamento de Relações Públicas

5. Proposta de Relações Públicas

5.1. Fixação da política e diretrizes de RP

- Política da empresa é o conjunto de princípios e normas que guiam suas ações.
- Política de comunicação é o conjunto de normas em que se fundamenta a atividade de comunicação de uma empresa.



Fases do Planejamento de Relações Públicas

5.2. Definição dos Programas de ação

- Objetivos e metas
- Públicos
- Estratégias e planos de ação
- Recursos necessários
- Orçamento
- Avaliação

6. Aprovação / Implantação/ Controle e Avaliação



Plano

- Contém pressupostos para a tomada de decisão.
- Construído a partir da análise estratégica e das pesquisas.
- Características: clareza, objetividade.
- Estrutura:
 - objetivos,
 - diretrizes,
 - estratégia geral,
 - indicativo de ações,
 - recursos e prazos para implantação das ações propostas.



Projeto

- Proposta elaborada para uma situação ou problema específico.
- Desenvolvido a partir da análise do contexto organizacional
- Auxilia na tomada de decisão e na avaliação de um investimento
- Estrutura:
 - análise do contexto,
 - estratégia, objetivos, público(s)
 - proposição de ações,
 - estudos de viabilidade,
 - aprovação e ajustes,
 - implantação ,
 - avaliação.



Programa

- Voltado à operacionalização das ações um plano ou projeto.
- Pode ser realizado a partir de necessidade/ problema pontual
- Sistematiza as ações propostas ao responder
 - Como?
 - Quem? Quando?
 - Onde?
 - Porque?
 - Quais recursos?



Projetos de Relações Públicas

- Memória empresarial
- Responsabilidade social e ambiental
- Comunicação interna
- Gerenciamento de crise
- Relações Públicas em apoio ao Marketing



Programas de Relações Públicas

- Pesquisa
- Publicações
- Eventos
- Mídia digital e audiovisual
- Assessoria de imprensa
- Propaganda institucional



Considerações

- A elaboração de planos, projetos ou programas de Relações Públicas dependerá do contexto organizacional.
- O plano estratégico de Relações Públicas será desenvolvido internamente ou pode contar com suporte de consultoria.
- Os projetos e, especialmente, os programas poderão ser desenvolvidos por prestadores de serviço.