

# PLA DE COMUNICACIÓ

# Continguts

1

DAFO

5

Canals

2

Objectius

6

Pla d'accions

3

Públics

7

Cronograma

4

Relat

## 1-DAFO

### DEBILITATS

- Visió arcaica i avorrida dels museus.
- Públic objectiu molt concret.
- Equip petit
- Comunicació poc fluida
- Comunicació no prioritària per l'equip.
- Mitjans de comunicació no responen.
- Poc compromís social

### AMENACES

- Competidors dins del sector, comunicativament més potents.
- Falta de visibilitat
- Excés d'expectatives
- Perill de caure en la banalització. Búsqueda de l'equilibri.

### FORTALESES

- Patrimoni singular
- Una persona dedicada a comunicació
- Molta visibilitat i constància
- Museu molt actiu
- Cattus (humor blanc)
- Personal multitasca

### OPORTUNITATS

- Jaciment viu amb potencial de creixement.
- Nova web i nou Museu (pròxims anys)
- Aposta per la professionalització de l'àrea de comunicació
- Oferta àmplia (Ludi Iesso, Scape Room, ruta de la romanitat, recursos 3D, etc.)
- Nou pla estratègic Turisme de Girona



# Objectius de comunicació

## Augmentar

Augmentar els visitants i usuaris del Museu de Guissona.

## Posicionar

Posicionar-nos com a referent digital dins del món de l'arqueologia a Catalunya.

## Implicar

Implicar i seduir els visitants i usuaris del Museu a convertir-se en prescriptors.



# Objectius de comunicació

## Comunicació interna

Crear una bona comunicació interna que impliqui tot l'equip en la comunicació externa.

## Cattus

Fer créixer la influència i importància del Cattus en el món digital.

# Mapa de públics

## Públic que tenim

Estatus mitjà - alt local  
Familiar (+ 50 anys)  
Familiar (fills petits)  
Especialitzat i interessat  
Captiu (escolars i BonÀrea)

## Públic que volem

Estatus baix - mitjà local  
Familiar (fills més grans)  
Mitjans de comunicació  
Diversitat local

## Xarxa de confiança

Grup de recerca  
XMTLLA  
Arqueoxarxa  
Treballadors Museu



# Qui som

El Museu de Guissona és arqueologia i història, és patrimoni i recerca, és paisatge i sostenibilitat, és Guissona i Segarra, és aprendre i compartir, és reflexió i comunicació. I per damunt de tot, és compromís amb les persones.

# Valors

## CONEIXEMENT

Conservació  
Recerca  
Innovació  
Col·laboració  
Mètode  
Intervenció preventiva

## COMPROMIS

Diversitat  
Participació  
Atenció  
Accessibilitat  
Gènere  
Salut

## ECOLOGIA

Sostenibilitat  
Territori  
Proximitat  
Medi Ambient  
Paisatge

## EDUCACIÓ

Formació  
Experimentació  
Didàctica  
Diàleg  
Valors

## COMUNICACIÓ

Projecció  
Obert  
Transparència  
Acció  
Transversalitat

## COMUNITAT

Identitat  
Poble  
Pluralitat  
Inclusió  
Cohesió

## EQUIP

Confiança  
Responsabilitat  
Respecte  
Complementarietat  
Expertesa



# Canals

## Xarxes socials

Instagram  
Facebook  
X  
YouTube  
Telegram  
WhatsApp  
TikTok  
Google MyBusiness

## Web

Pàgina Web  
Blog  
Newsletter  
Webs externes  
Agenda municipal

## Offline

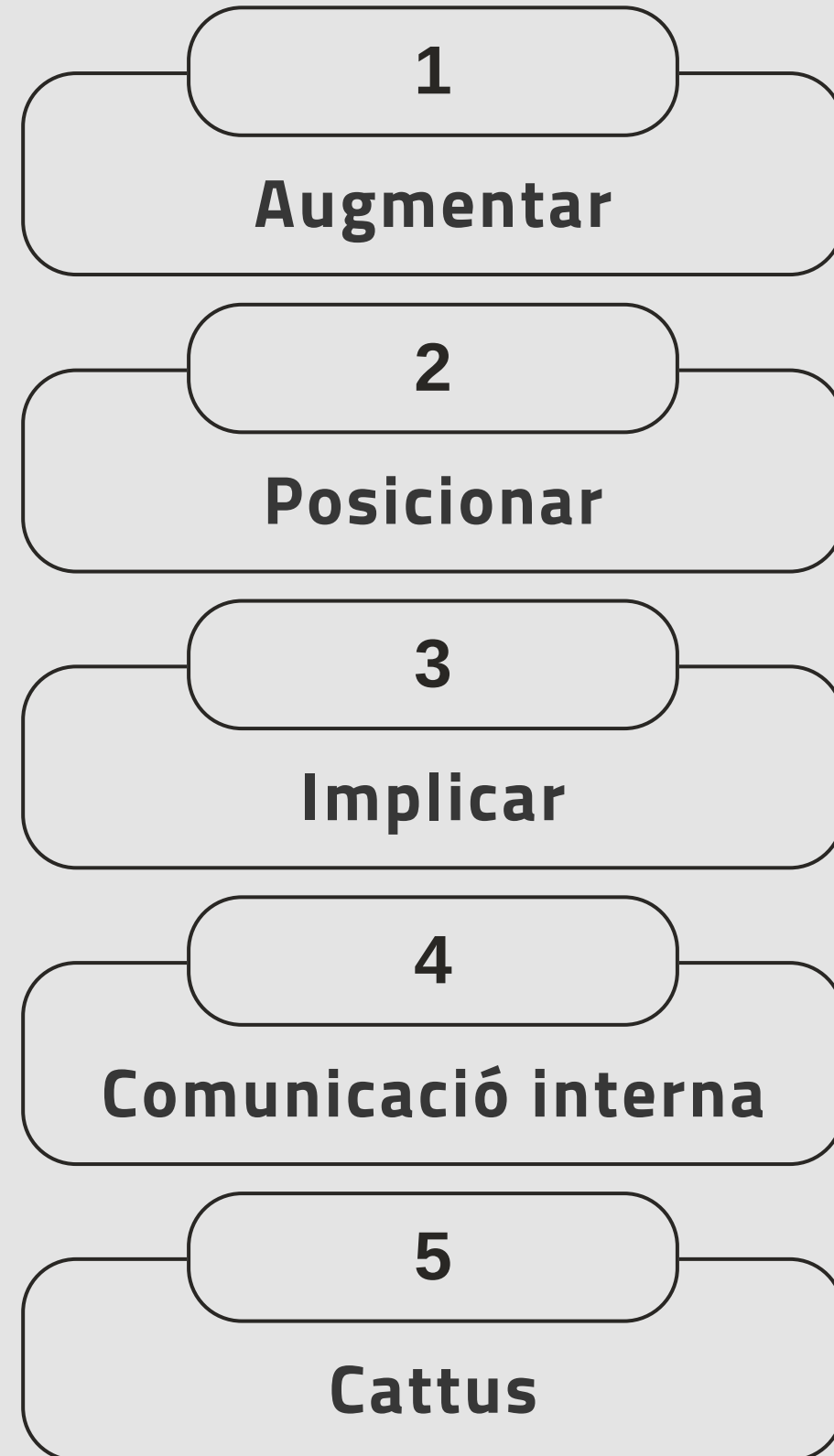
Prensa comarcal  
Prensa territorial  
Cartells i flyers  
Revista "Sota les pedres"  
Llibre de visites  
Doc. recollida dades

## Face to face

Jornades  
Actes culturals  
Presentacions  
Festes  
Formacions  
Fires  
Conferències  
Reunions  
Cartelleria  
Marxandatge

## 6- PLA D 'ACCIONS

# 5 OBJECTIUS



# PÚBLICS



# CANALS



# ACCIONS

## **Objectiu 1** AUGMENTAR ELS VISITANTS I USUARIS DEL MUSEU DE GUISSONA.

### **Revisió de la identitat visual i les seves aplicacions**

1. Revisar la identitat visual actual i crear el manual d'identitat corporativa que contempli la seva aplicació en tots els suports actuals i possibles.
2. Crear una nova imatge gràfica en la cartelleria segmentada segons el tipus d'activitat a promocionar des del Museu

### **Búsqueda de sinergies**

1. Buscar noves sinergies i consolidar les ja establertes amb entitats, associacions, grups de recerca, "amics de..." per augmentar el compromís de la ciutadania amb el Museu

### **Accions de difusió**

1. Treballar per la instal·lació d'un plafó informatiu o espai turístic al restaurant-supermercat bonÀrea.

## **Objectiu 2** POSICIONAR-NOS COM A REFERENT DIGITAL DINS DE L'ARQUEOLOGIA A CATALUNYA.

### **Anàlisi i benchmarking**

1. Analitzar i establir els espais on volem posicionar-nos com a referents. Delimitar.
2. Benchmarking de la competència local i internacional.

### **Pàgina Web**

1. Creació d'una nova pàgina web seguint els criteris d'accessibilitat i de la nova identitat visual.

### **Diferenciar-nos**

1. Establir les diferències i valors que ens defineixen i diferencien. Acció a escala d'equip.
2. Planificar en un calendari anual les formules per transmetre aquestes diferències.

### **Externalitzar**

1. Buscar col·laboradors externs especialitzats i amb reputació digital que col·laborin en la creació de continguts digitals dirigits als nostres públics.

## **Objectiu 3** IMPLICAR ELS VISITANTS I USUARIS DEL MUSEU A CONVERTIR-SE EN PRESCRIPTORS.

### **Accions físiques**

1. Creació de cartells informatius dels suports comunicatius digitals del Museu
2. Creació d'un formulari en paper (i en digital mitjançant Google Forms) per la recollida de dades per augmentar la base de dades del Museu. Recompensa per l'usuari/visitant.
3. Creació d'un photocall situat al final de l'exposició permanent.

### **Confiança**

1. Mantenir el contacte amb els usuaris que contacten o es relacionen amb el Museu: participants en el curs d'arqueologia, estudiants en pràctiques, professors i conferenciants, investigadors, etc. per establir possibles línies de col·laboració.
2. Engregar el contacte de cortesia amb les persones visitants o usuàries del Museu mitjançant correu electrònic. Missatge d'agraïment i de regal en forma de descompte, per exemple.

## Objectiu 4 MILLORA DE LA COMUNICACIÓ INTERNA.

### Treball en equip

1. Planificació d'una reunió mensual inamovible.
2. Trobades setmanals breus individuals (entre tècnica en comunicació i la resta de personal).
3. Correus interns de seguiment i planificació de les tasques individualitzades en l'àmbit comunicatiu de l'equip.
4. Buscar la implicació i complicitat de l'equip del Museu, tant en la consolidació (i compromís real de les accions ja iniciades: #fildelesso a X, article al Fòrum de Iesso de la web), com en la creació de noves (directes per xarxes socials, pòdcasts).
5. Formacions internes semestrals.
6. Aplicació d'un gestor de tasques virtual compartit
7. Aplicació d'estratègies organitzatives in situ.

## Objectiu 5 CATTUS

### Treball en equip

1. Aprofitar la seva influència i seguiment per comunicar mitjançant un to i fórmula diferenciada dels canals oficials del Museu.
2. Creació d'una línia de marxandatge en pro de l'associació de gats de Guissona.



# CRONOGRAMA

ACCIONS	2023	2024	2025	2026
Revisió de la identitat visual	■			
Búsqueda de sinergies		■		
Accions de difusió			■	
Anàlisis i benchmarking		■		
Pàgina web	■	■		
Diferenciar-nos		■		
Externalitzar		■	■	■
Accions físiques			■	
Treballar la confiança post visita		■	■	■
Treball en equip		■		



# **GUISSONA**

# **NOV 2023**

@MUSEUDEGUISSONA