

Estableciendo Compromiso en Comunicaciones para Campañas Anuales

**Building Communications Engagement
For Annual Campaigns**

**Caso de Estudio:
Semana de Buenas Acciones (S.B.A.)
Scouts de Canadá**

**Case Study:
Scouts Canada's Good Turn Week**

Interamerican Region Communications Network
April 2016

Bienvenida y Presentación

Welcome and Introduction

- Un poco sobre mí
A Little About Me

Twitter:
@stephenkent

Facebook:
Facebook.com/stevekentpc

Instagram:
SteveKentNL

- Un poco sobre usted
A Little About YOU



Agenda

Agenda

- Información general
- Elementos de un Plan de Comunicación
- Presentando la Semana de Buenas Acciones (S.B.A.)
- Reto 2016 para la S.B.A.
- Desarrollo de un nuevo enfoque
- Comparación de nuestros resultados con el Plan de Campaña 2016
- Resumen

- Overview
- Elements of a Communications Plan
- Introducing Good Turn Week
- 2016 Challenge for Good Turn Week
- Developing a New Approach
- Compare Our Results with 2016's Plan
- Summary

Información General

Overview

- Campañas anuales presentan un gran reto en el área de comunicación
Annual campaigns present a special communications challenge
- Fatiga durante la campaña se empieza a sentir
Campaign fatigue sets in
- El seminario de hoy ofrece un antídoto para esta fatiga en la campaña
Today's workshop offers you an antidote to this campaign fatigue
- Nuevos objetivos en comunicación + mensajes claves y contundentes pueden renovar la campaña
New communications objectives and strong key messages can renew campaign

Elementos de un Plan de Comunicación

Elements of a Communications Plan

1. Análisis de la situación

Situational Analysis

2. Investigación

Research

3. Análisis

Analysis

4. Comunicar

Communicate

5. Evaluación

Evaluation

Presentando la Semana de Buenas Acciones

Introducing: Good Turn Week

Nuestra mayor campaña nacional

- 2010 C Lanzamiento de S.B.A.
- 2012-2013 – Inicio de campaña multicanal (publicidad, relaciones públicas y asociaciones)
- 2014 – Expandirnos más allá de la comunidad de Scouts
- 2015 – Se consigue el patrocinador nacional, RBC (Royal Bank of Canada)

Our biggest national campaign

- 2010 – Launched Good Turn Week
- 2012-2013 – Started multi-channel campaign (advertising, public relations and partnerships)
- 2014 – Expanded beyond Scouting community
- 2015 – Signed on national sponsor, RBC

Semana de Buenas Acciones

Good Turn Week

[2013 GTW Video](#)



**GOODTURN
WEEK 2014**



2013 - Año de Mayor Expansión

2013 – Major Expansion Year

- Mostró que la S.B.A. podría atraer influyentes
- Ayudó a empujar el interés a nivel nacional
- Llamó la atención de los medios de comunicación
- Lanzó la asociación nacional con Corus Entertainment
- Aumentó el interés de los medios de comunicación un 183% comparado con 2012

- Showed Good Turn Week could engage influencers
- Helped drive engagement on a national scale
- Grabbed national media attention
- Launched National media partnership with Corus Entertainment
- Media interest increased 183% over 2012



Estrategia 2015

2015 Strategy



1. Aumentar el número de proyectos durante la S.B.A. en todo Canadá

Increase the number of Good Turn Week projects across Canada

2. Vincular las actividades de los medios de comunicación a los lugares de proyectos mayores

Tie media activities to locations of major projects

3. Dar un impulso importante en el mercado de medios más grande de Canadá – Toronto

Make a major push in Canada's largest media market – Toronto

4. Vincular un patrocinador nacional

Sign on a national sponsor



Tácticas 2015

2015 Tactics

- Herramientas de medios:
Comunicado de prensa, historia mate, avisos a los medios, hoja mensaje clave, hoja informativa
- Jóvenes Portavoces : Sólo se usaron para entrevistas (T.V., radio, prensa)
- Entrenamiento de portavoces en relaciones públicas, más repaso antes de las primeras entrevistas. Se les dieron preguntas y respuestas situacionales
- Se suspendió el uso de brazaletes (campaña usada en Canadá)

- Media Tools: Media release, Matte story, Media advisories, Key message sheet, Fact sheet
- Youth Spokespeople: Only used youth spokespeople with media
- Spokespeople Training: Agency training and refresher before first interviews. Provided question and answer scenarios.
- Discontinued bracelets

Resultado 2015: fuerte crecimiento en participación

2015 Result: Strong engagement growth



Resultado 2015: fuerte crecimiento en participación

2015 Result: Strong engagement growth



Reto 2016

2016 Challenge

1. El equipo de comunicación de Scouts Canadá se centró en mantener la historia fresca y actualizada
Scouts Canada communications team focused on keeping story fresh
2. Buen modelo, pero, al igual que otras Asociaciones de Scouts, limitado por presupuesto
Great model, but like other NSOs, are constrained by budget.
3. Cómo mantener el interés a través de una amplia zona geográfica y una extensa variedad de medios de comunicación?
How to maintain interest across such a large geographic area and fragmented media environment?

Encontrar la Solución en Prácticas Optimas

Finding the Solution in Best Practices

Tanto en scouting como en Relaciones Públicas,
conozca su objetivo!

In Scouting, and in PR, know your goal!



Desarrollo de una solución en comunicaciones

Developing a Communications Solution

Elejir la opción de comunicación más importante y con mayor participación para esta campaña:

- Concientizar
- Conocimiento
- Percepción
- Comportamiento

Choose the most important communications engagement option for this campaign:

- Awareness
- Knowledge
- Perception
- Behaviour

Ejemplo de Reclutamiento

Recruiting Example

Concientizar

Awareness

El Movimiento Scout es una organización de jóvenes a nivel mundial

Conocimiento

Knowledge

El Movimiento Scout está abierto a los jóvenes, hombres y mujeres, de edades entre 5 a 26 años

Percepción

Perception

El Movimiento Scout es una gran oportunidad de ayudar a construir habilidades de liderazgo, confianza e independencia

Comportamiento

Behaviour

Inscriba a su hijo/hija hoy!



Creating a Better World

Planeación para el 2016

Planning for 2016

- Qué objetivos en comunicación debería considerar Scouts Canadá para la S.B.A. en el 2016?

What Good Turn Week communications objectives should Scouts Canada consider for 2016?



Intermedio

Break Time

Tome un descanso de
15 minutos



Comparta sus objetivos en comunicaciones para el 2016

Sharing Your 2016 Communications Objectives Ideas

Estrategia de S.B.A. para el 2016

Good Turn Week's 2016 Strategy

Enfoque

Focus

Comportamiento

Meta

Goal

Aumentar los recursos de patrocinio de RBC

Objetivo 1

Objective 1

Construir un movimiento nacional para mejorar la salud y capacidad de recuperación de la comunidad

Objetivo 2

Objective 2

Establecer regiones para el lanzamiento de la campaña -Occidente, Centro, Oriente, y la capital nacional

Objetivo 3

Objective 3

Conectar localmente a través de 30 proyectos basados en comunidad

Crear Mensajes Clave para la S.B.A. en 2016

Create Good Turn Week's 2016 Key Messages

Visión Vision	Valor Value	Diferenciador Differentiator	Llamar a la acción Call to Action
Mensaje núcleo de aspiración ó participación	Beneficio que el público recibirá	Proporciona el "por qué " para la participación de la audiencia	Lo que el público debe hacer ahora que sabe acerca de la campaña
Core aspirational or engagement message	Benefit that the audience will receive	Provides the “why” for audience participation	What the audience should do now that it knows about the campaign

Actividad en grupos pequeños

Small Group Activity

1. Escriban una serie de mensajes clave
Write at least one set of key messages
2. Deben ser breves y memorables
Keep them short and memorable
3. Si usted no cree que su abuela los recuerde, nadie lo hará
If you don't think your grandmother will remember them, no one will!
4. Tienen 20 minutos
You have 20 minutes

Comparta sus mensajes clave

Share Your Key Messages

Mensajes Clave para 2016

2016 Key Messages

Visión Vision	Valor Value	Diferenciador Differentiator	Llamar a la acción Call to Action
Todos los canadienses hacen una buena acción	Construye la capacidad de recuperación en comunidades e individuos	Volver a conectarse con la gente que lo rodea y sembrar las bases para formar comunidades más fuertes, más amables, y más saludables	Acepta el Reto! Haz una buena acción esta semana
All Canadians do a good turn	Builds resilience in communities and individuals	Reconnect with people around you and lay the foundation for stronger, friendlier and healthier communities	Join the Good Turn Challenge!

Resumen Semana de Buenas Acciones 2016

2016 Good Turn Week Summary

- Mantener la energía
- Inspirar el equipo de voluntarios a través de nuevos recursos y patrocinadores
- Mostrar el valor convincente de S.B.A.
- Proporcionar un rango de opciones para participar en la S.B.A.

[2016 GTW Projects](#)

[2016 GTW Video](#)

- Maintain energy
- Inspire team and volunteers through new sponsorship resources
- Show compelling value of Good Turn Week
- Provide range of options to participate in Good Turn Week

Comentarios

Feedback

- Qué cambiará en su forma de enfocar las campañas en el futuro?
What will change about how you approach campaigns in the future?
- Alguna sugerencia para nuestra campaña?
Any suggestions for our campaign?
- Y para esta presentación?
For this presentation?

Keep in touch with Steve!

- skent@scouts.ca
- Twitter: [@stephenkent](https://twitter.com/stephenkent)
- Facebook: facebook.com/stevekentpc
- Instagram: [SteveKentNL](https://www.instagram.com/SteveKentNL)