

Campaña de comunicación

Una campaña de comunicación es un proceso continuo de educación y de promoción de un cambio de actitud en la población. Con ello se procura crear un clima de confianza y colaboración entre los consumidores (clientes) y la entidad prestadora del servicio de agua potable.

Fases de una campaña comunicacional



Primera fase

Programación donde se formula un plan estratégico de medios y se determina una línea de base que ha de permitir su monitoreo y evaluación de impactos (indicadores).

Segunda fase

Producción de mensajes de educación y promoción.

Tercera fase

Difusión y evaluación. Se ejecuta la campaña y se evalúa la actitud del público objetivo frente a la campaña.

La campaña en su conjunto debe describir:

- Objetivos generales y específicos
- Población beneficiada
- Componentes y metas por cada uno
- Impactos esperados
- Proyectos específicos
- Cronograma de actividades y responsabilidades
- Presupuesto

Idealmente, las campañas de comunicación nacen de un plan de comunicación que debe ser continuo (ej. anual) y apoyado en un manual de procesos del área de comunicación del prestador del servicio que incluya indicadores de proceso y de impacto, permitiendo así un seguimiento y la medición de las actividades realizadas.