



Pla Comunicació Corporativa



ÍNDEX

1 Introducció

| | |
|------------------|---|
| Missió | 2 |
| Públic | 2 |
| Mètriques d'èxit | 2 |
| Objectius SMART | 3 |

2 Principis de comunicació

| | |
|-------------------|---|
| Valor de la Marca | 4 |
| Posicionament | 4 |
| Missatge Clau | 4 |

3 Estratègia comunicació

| | |
|-------------------------------|---|
| Creació de contingut | 5 |
| Activitats Xarxes Socials | 5 |
| Col·laboracions estratègiques | 5 |
| Esdeveniments i patrocinis | 5 |

4 Canals de comunicació

| | |
|-----------|---|
| INSTAGRAM | 6 |
| FACEBOOK | 7 |
| YOUTUBE | 8 |

5 Etiquetes o Hastags

| | |
|-----------------------|---|
| #Etiquetes o #Hastags | 9 |
|-----------------------|---|

6 Calendari publicació

| | |
|-----------|----|
| Calendari | 10 |
| Definició | 11 |

7 Contingut

| | |
|----------|----|
| Format | 12 |
| Exemples | 16 |

8 Comptes i Perfil

| | |
|-----------------------|----|
| Nomenclatura i usuari | 17 |
| Comptes Creats | 18 |



HEY!

El nostre pla

Mitjançant el pla de comunicació, Hey Campers busca establir i consolidar la nostra presència a les xarxes socials, connectant amb el nostre públic i compartint la nostra passió i principis.

Amb una combinació de contingut atractiu i interacció activa, busquem no només augmentar el reconeixement de la marca, sinó també a generar una comunitat compromesa i entusiasta al voltant de la nostre filosofia de vida.

1.Introducció

Missió

El coneixement de la marca, compartir el projecte i els principis. Fomentar la participació i creació d'una comunitat així com generar interès i compromís amb el model de viatge sostenible.

Públic

Les campanyes de comunicació aniran adreçades al públic en general. Per defecte, un usuari consumidor del món camper ja està fidelitzat, treballem en ampliar horitzons i fer accessible el nostre concepte a tot tipus de perfil.

Dins el nostre catàleg no només disposem de productes, sinó que també trobem articles del dia a dia, que per l'atractiu o la identitat poden ser desitjats per altre perfil de consumidor extern al nostre ecosistema.

Mètriques d'èxit

- Assolir l'estatus de marca de referència i obtenció de prestigi
- Augment del nombre de seguidors i compromís amb el projecte
- Repercussió i interès dins l'ecosistema camper
- Creació de comunitat/moviment per a interconnectar usuaris.

Objectius SMART

Partint d'una visió objectiva i realista les nostres fites proposades han de ser les següents:

Específic

Disseny i comercialització de diferents línies d'accessoris i mobiliari enfocat al món camper.

Mesurable

Obtenir una gamma de productes inicials, aquest han de dissenyar-se i ser fabricats d'acord a un compromís ambiental i sostenible.

Assolible

Plantejament de la marca i la seva identitat i dimensionament del catàleg de productes d'acord a les nostres opcions.

Rellevant

Crear una marca reconeguda, amb identitat, respectada dins el sector. Oferir productes atractius i funcionals que millorin l'experiència

Termini Definit

Definir la nostra marca, el projecte, el catàleg i els elements de comunicació dins el marc de temps definit en el TFG

2.Principis de Comunicació

Amb el fi de buscar establir un vincle directe i permanent amb el client destacant els valors i principis de la marca cercarem assolir els següents principis.

Valor de la Marca

- Declarar i fer patents els principis de la marca, que la fa única i destacable respecte a la resta de marques.
- Fer patent els principis de disseny i elaboració destacant la qualitat, funcionalitat i innovació de cada producte.

Posicionament de la Marca

- Assolir el concepte desitjat dins el pensament del client.
- Emfatitzar el posicionament i compromís de la marca amb la natura i sostenibilitat.
- Posicionar-nos com a marca de confiança referent en el sector.

Missatges Clau

- Elaborar i establir els missatges fonamentals de comunicació per ajudar a identificar la nostra marca.

3.Estratègia de comunicació

Creació de contingut

- Desenvolupar contingut visual atractiu, incloent-hi fotografies i vídeos d'alta qualitat que mostrin els productes de Hey Campers.
- Incorporar experiències i històries de consumidors dels productes.

Activitat Xarxes Socials

- Mantenir una presència activa a les principals plataformes com Instagram, YouTube i Facebook.
- Incorporar experiències i històries de consumidors dels productes.
- Interactuar amb l'audiència, llançar quiz a xarxes socials, respondre comentaris d'usuaris amb missatges dinàmics i amigables.

Col·laboracions estratègiques

- Establir relacions amb influencers del sector, proporcionar material de prova per a la seva valoració i review.

Esdeveniments i patrocinis

- Participar en esdeveniments en botigues físiques, fires o trobades de càmping per oferir demostracions de productes, i activitats.
- Patrocinar esdeveniments i trobades del sector i/o relacionats amb la muntanya per augmentar la visibilitat de la marca respecte al públic objectiu.

4. Canals de Comunicació

INSTAGRAM

Canal principal per a compartir fotos i vídeos, tant de contingut inspirador tant del nostre projecte com dels productes del nostre catàleg.

Aprofitarem les funcions d'aquesta plataforma per a captar l'atenció del públic, afegit als elements visuals aprofitarem les capacitats musicals que ens permet per a utilitzar fonts d'àudio adequades per cada tipus de contingut.

Per a explotar aquest canal n'utilitzarem:

Mur (Timeline): Les publicacions al mur han de ser estèticament atractives, presentar els productes HC i contingut relacionat.

Utilitza fotografies i vídeos d'alta qualitat amb una bona composició i edició.

Hem d'incloure descripcions i hashtags personalitzats per augmentar la visibilitat de la publicació

Fonts musicals suaus, orgàniques i agradables.

Històries (Stories): Utilitza les històries per compartir contingut més casual i immediat com a compartir vídeos curts o fotos espontànies mostrant la utilització dels productes o fent un darrer avís sobre promocions o esdeveniments pròxims.

Aprofitarem les funcions interactives que ens permet a formular preguntes, enquestes per a fomentar la participació i adhesió de nous usuaris al canal i comunitat.

Fonts musicals animades i d'actualitat d'acord a la popularitat.

Reels: Vídeos curts i creatius mostrant situacions divertides relacionades amb el món camper i els nostres productes.

Fonts musicals animades i d'actualitat d'acord a la popularitat.

FACEBOOK

Plataforma per a compartir contingut informatiu, notícies i promocions especials. Enfocada en gran part a crear i fer créixer la comunitat de consumidors i d'amics de la marca.

Per a explotar aquest canal n'utilitzarem:

Mur (Timeline): Publicacions principalment en format text, variades i informatives, notificar promocions, participació en esdeveniments o informació d'actualitat.

Directes (Live): Sessions en directe on a mode de ponència mostrarem contingut, el funcionament, detall, trucs o entrevistes i opinions amb altres creadors de contingut o usuaris.

Aprofirarem per a crear comunitat i poder respondre preguntes en temps real.

Anuncies de Facebook: La plataforma ens permet disposar d'un canal d'anuncis i venda que ens permet arribar a un públic molt més ampli. (Valorarem l'opció)

Grups: Creació d'un grup dedicat a la comunitat on tots els membres podran compartir contingut i experiències. En aquest cas no cal estar relacionat directament amb la marca o els productes sinó que obrirem una línia de comunicació per a tots els usuaris, amants i interessats en aquesta temàtica.

Històries (Stories): Mitjançant els [Stories de Instagram](#) vincularem el contingut. De manera que Facebook mostrarà el contingut que originalment es publicarà a Instagram.

YOUTUBE

Canal per on publicarem contingut tipus vídeo detallat. S'utilitzarà per a compartir contingut explicatiu, didàctic i testimonis tant d'usuaris com d'amics i entrevistes.

Per a explotar aquest canal crearem contingut d'acord a els següents principis:

Vídeo de Presentació: Crea contingut on presentem la nostra marca, els nostres principis i com treballem.

Vídeo de Producte: Crea vídeos detallats que mostrin els productes, les característiques i la seva utilització.

Vídeo d'Experiències: Crea vídeos amb contingut amateur propietat de la marca o cedits per a usuaris on mostrem l'experiència i opinió dels nostres productes.

Vídeo de Fabricació: Donar als usuaris una visió real de com funciona per darrere Hey Campers, demostrar a l'espectador que els principis que fomentem son reals mostrant l'origen del producte i el procés de fabricació.

Vídeo de Col·laboració i LiveVideo: Vídeos extrets d'altres plataformes, resums d'esdeveniments i entrevistes o directes.

5. #Hastag o #Etiquetes

La #Etiqueta (#hastag) és una paraula, que s'utilitza en les xarxes socials per categoritzar contingut i fer-lo més accessible i visible per als usuaris.

D'acord amb els principis del pla de comunicació utilitzarem algunes etiquetes definides per a establir una xarxa de connexió entre tot el nostre contingut.

A continuació llistem un exemple de etqueutes, resrepresentatives:

*#HeyCamper, #Camping, #HCFreser, #VidaNomada, #NomadLife
#VidaAirelliure, #Aventura, #ExploraLaNatura, #FurgonetaCamping,
#ViatgeEnFurgoneta, #MoblesCamper, #CampCar, #HCCadaques,
#EquipamentCamping, #FurgonetaCotxe, #HCMontserrat, #Viatge,
#FesCamping, #HCPedraforca, #VidaAlAireLliure, #Exploracia, #HC
#VidaHC, #HCCollbaix, #Adventure, #HCLaSeu, #EquipamentHC,
#HCTrucker, #ExplorarAirelliure, #HCAran, #CampingAmbFamilia,
#HCExplorer, #RutesNaturals, #Natura, #AutoVan, #AC #CamperHC*

6. Calendari d'activitat RRSS

Calendari

A continuació proposem un calendari de publicació de contingut. Aquest s'ha elaborat a partir de mètriques d'acord a el públic objectiu, la localització i franja horària d'aquest i les estadístiques de consum.

Originalment, la nostra marca està orientada a oferir contingut per a públic localitzat a la península el calendari s'ha ajustat a l'horari de Europa Central (UTC) i a horaris de consum habituals per a poder obtenir un major abast.

| DIA | HORA | CONTINGUT | FORMAT | PLATAFORMA |
|--------------------------------|-------|-------------|--------|------------|
| DILLUNS | 10:00 | Video | Storie | Instagram |
| | 12:00 | Foto | Mur | Instagram |
| | 15:00 | Text | Mur | Facebook |
| DIMARTS | 11:00 | Video | Reel | Instagram |
| | 13:00 | Foto | Storie | Instagram |
| | | | | |
| DIMECRES | 9:00 | Enquesta | Storie | Instagram |
| | 16:00 | Text + Foto | Mur | Facebook |
| | | | | |
| DIJOUS | 10:00 | Video | Mur | Youtube |
| | 12:00 | Text | Grup | Facebook |
| | | | | |
| DIVENDRES o PREVI FESTIU | 10:00 | Video | Reel | Instagram |
| | 12:00 | Text+Foto | Mur | Facebook |
| | 20:00 | Video | Live | Instagram |
| DISSABTE o FESTIU | 9:00 | Foto | Mur | Instagram |
| | 15:00 | Text | Grup | Facebook |
| | 21:00 | Video | Live | Youtube |
| DIUMENGE | 12:00 | Foto | Storie | Instagram |
| | 15:00 | Text+Foto | Mur | Facebook |
| | | | | |

Definició

Dins l'estructura del calendari dividim el contingut en diferents formats, a continuació mostrem la descripció del contingut i formats.

Dia: Dia de la setmana, entenem el calendari de dilluns a diumenge.

Contemplem que l'activitat prèvia al cap de setmana en previsió de major temps d'oci no pot ser la mateixa que un dia normal, per aquest motiu emparem el divendres i diumenge com a dies especials. Aquest comportament és el mateix per a dies festius entre setmana. On aplicarem la mateixa lògica

- Previ festiu: Contingut especial per a un dia previ a un dia de festa.
- Festiu: Contingut especial per a un dia de festa.

Hora: Hora de referència en la qual s'ha de publicar el contingut.

Contingut: Tipus de material a compartir.

- Vídeo: D'acord amb el format de la plataforma.
- Foto: D'alta qualitat.
- Text: Dinàmic, agradable i sense faltes.
- Enquesta: Consulta interactiva a usuaris

Format: Canal sobre el que es reproduirà el contingut dins d'una plataforma

- Storie: publicacions temporals que desapareixen passades 24h
- Mur: Publicació permanent a la secció principal de la plataforma.
- Reel: Vídeo curt de fins a 60 segons per a compartir permanentment a la nostra plataforma.
- Grup: publicació permanent a la secció del grup específic de la plataforma
- Live: Emissió a temps real on es pot interactuar amb els espectadors.

7. Contingut

Format

A partir de l'enfoc i disseny de cada una de les plataformes, el nostre contingut haurà d'estar adaptat a aquesta en funció del format, per a obtenir-ne el millor rendiment possible. A continuació llistem les característiques de referència que tindrà cada tipus de contingut d'acord amb la plataforma on es reproduirà.

Instagram

[Instagram Help Center](#)

Foto perfil usuari:


| | | |
|------------|--------------------|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (1:1) 110 x 110 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Foto mur o timeline:


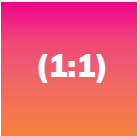

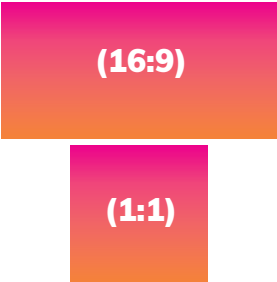
| | | |
|------------|--|---|
| Orientació | Horitzontal / Vertical |  |
| Mida | (1:1) 1080x1080 px (16:9) 1080x566 px | |
| Extensió | .jpeg o .png |  |

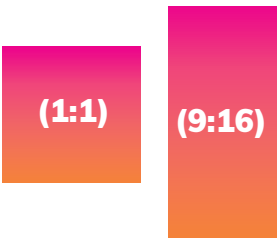
Foto Storie o Reel:

| | | |
|------------|-----------------------|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (9:16) 1080 x 1920 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Vídeo mur o timeline:

| | | |
|------------|--|---|
| Orientació | Horitzontal / Vertical |  |
| Mida | (1:1) 1080x1080 px (16:9) 1080x566 px (4:5) 1080x1350 px | |
| Extensió | .mp4 o .mov | |
| Duració | fins a 60 segons | |

Vídeo Storie o Reel:

| | | |
|------------|--|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (1:1) 1080x1080 px (4:5) 1080x1350 px | |
| Extensió | .mp4 o .mov | |
| Duració | Storie - fins a 15s Reel - fins a 90s | |

Facebook

[Facebook Help Center](#)

Foto perfil usuari:


| | | |
|------------|------------------|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (1:1) 176x176 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Foto capçalera:

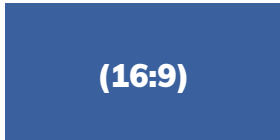
| | | |
|------------|--------------------|--|
| Orientació | Horitzontal |  |
| Mida | (16:9) 1200x900 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Foto mur o timeline:




| | | |
|------------|--|---|
| Orientació | Horitzontal / Vertical |  |
| Mida | (1:1) 1080x1080 px (16:9) 1200x900 px |  |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Foto Storie o Reel:

| | | |
|------------|-----------------------|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (9:16) 1080 x 1920 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Youtube

[Youtube Help Center](#)

Foto perfil usuari:


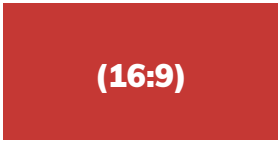


| | | |
|------------|------------------|---|
| Orientació | Vertical |  |
| Mida | (1:1) 176x176 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Foto capçalera:

| | | |
|------------|---------------------|--|
| Orientació | Horitzontal |  |
| Mida | (16:9) 2048x1152 px | |
| Extensió | .jpeg o .png | |

Vídeo mur o timeline:

| | | |
|---------------|--|---|
| Orientació | Horitzontal |  |
| Mida | (16:9) 1920x1080 px (4:3) 640x480px | |
| Extensió | .wmv, .avi, .mov, .flv | |
| Duració | Vídeo (30s a 10min) Live (20min a 1h) |  |
| Qualitat | HD (1920x1080) 4K (3840x2160) | |
| FPS | 24fps | |
| Velocitat bps | 80 Mbps | |

Exemples

A partir de les característiques del format anterior, passem a exposar alguns exemples.

(1:1)



(9:16)



8. Comptes i Perfil

Nomenclatura usuaris

Per tal de poder facilitar la identificació i relació de la nostra marca entre les xarxes socials en les quals participem un factor essencial n'és la fàcil identificació i el concepte d'autoria.

Tot i tenir el registre o patent d'un nom o marca no sempre és simple (Sobretot quan s'inicia un projecte) poder disposar d'un nom d'usuari o compte que no estigui prèviament utilitzat per altre usuari.

Per aquest motiu cal definir uns principis a seguir que caldrà respectar a l'hora de crear qualsevol classe de perfil a internet.

Nom compost: qualsevol nom, àlies o nickname creat caldrà que estigui format per a les paraules "hey camper" amb totes les lletres i sense abreviatures.

Separació o espai: per a un usuari sempre que sigui possible utilitzarem el nom sencer sense espais, en cas de necessitar espaiar l'usuari utilitzarem el "."

"Àlies": Com a complement al nom sencer podem utilitzar les inicials "H" i "C".

A evitar: amb les indicacions prèvies hem de poder crear un usuari o nickname, cal evitar: Afegir números o caràcter no identificatius així com desordenar el nom

Exemples noms vàlids:

- hey campers
- heycampers
- hey.campers
- heycampers.hc

Exemples noms incorrectes:

- hey campers00
- heycampers24
- campers.hey
- hey.hc.campers

Comptes creats

Per a poder donar d'alta el nostre usuari a cada una de les xarxes socials necessitem un correu empresarial. Per ara s'ha donat d'alta un compte nominal amb el servei gatuït de Google.

Correu:

Servei: Gmail

Correu: heycampers.hc@gmail.com

D'acord amb els principis indicats s'ha creat el compte corresponent per a cada una de les xarxes socials indicades.

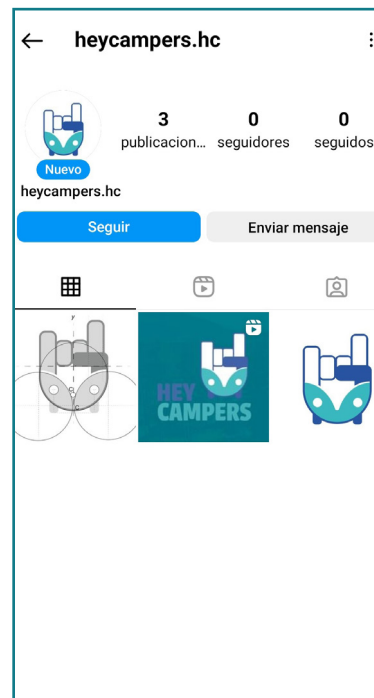
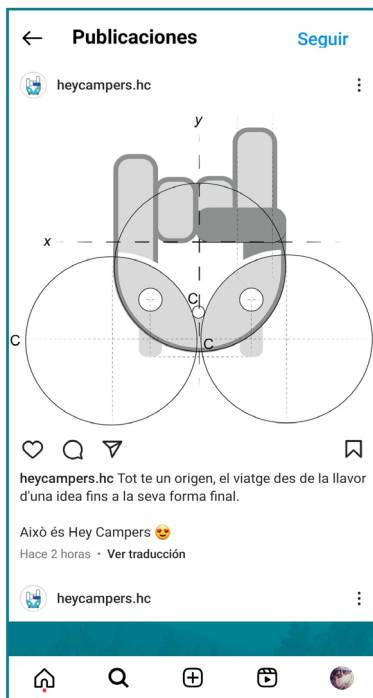
Instagram:

Correu: heycampers.hc@gmail.com

Usuari: [@heycampers.hc](https://www.instagram.com/heycampers.hc)

Nom: Hey Campers

Enllaç: <https://www.instagram.com/heycampers.hc/>



Facebook:Correu: heycampers.hc@gmail.comUsuari: [@heycampers](#)

Nom: Hey Campers

Enllaç: [Facebook](#)**Youtube:**Correu: heycampers.hc@gmail.comUsuari: [@hey.campers](#)

Nom: Hey Campers

Enllaç: [Youtube](#)