

Mapa de PÚBLICOS



¿Cuál es tu objetivo?

Imaginario

Objetivo: Identificar los públicos de interés con los que tu compañía se relaciona.



1 ¿Cómo identifico mis públicos de interés?

En la parte superior define un objetivo que esté relacionado con tus públicos. Recuerda que debe comenzar con un verbo en infinitivo (cambiar, contactar, transformar, conectar, etc) y que debe ser medible.

2 En la lista de públicos identifica todos aquellos que se verán impactados con tu objetivo.

3 Ubica el grupo de interés en el cuadrante según el nivel de impacto en el alcance de tu objetivo, de esta manera podrás segmentar la estrategia de comunicación según el impacto.

Lista de públicos

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Comunidades cercanas | <input type="checkbox"/> Agremiaciones |
| <input type="checkbox"/> Empleados | <input type="checkbox"/> Gobierno |
| <input type="checkbox"/> Proveedores | <input type="checkbox"/> Entes reguladores |
| <input type="checkbox"/> Clientes | <input type="checkbox"/> Estudiantes |
| <input type="checkbox"/> Socios | <input type="checkbox"/> Comunidad académica |
| <input type="checkbox"/> Profesionales | <input type="checkbox"/> Inversionistas |
| <input type="checkbox"/> Detractores | <input type="checkbox"/> Competencia |
| <input type="checkbox"/> Líderes de opinión | <input type="checkbox"/> Medios de comunicación |

