



## COM ORGANITZAR LA COMUNICACIÓ PER OPTIMITZAR EL PROCÉS DE VENDA



### OBJECTIUS

En els respectius marcs laborals de les associacions de persones amb discapacitat intel·lectual i desenvolupament (DID) s'ofereixen un gran ventall de serveis o productes. Són propostes comercials que tenen un valor social afegit i suposen una important font d'ingressos per a la sostenibilitat econòmica de les entitats. Sovint, però, hi ha la dificultat de trobar els nínxols de mercat per poder-los comercialitzar.

Es planteja una formació per donar a conèixer els aspectes motor en la definició del pla estratègic de l'entitat, el pla de comunicació i el pla comercial, a fi de saber construir eines útils per organitzar-se millor internament i augmentar en promoció i venda, sense perdre l'essència de l'entitat i l'atenció als usuaris.

La formació s'il·lustrarà amb exemples que siguin propers al sector de la discapacitat intel·lectual. Es plantejaran casos pràctics i d'utilitat i s'impulsaran dinàmiques de grup i tècniques participatives per facilitar el debat i el consens.



### CONTINGUTS

#### 1- L'ESTRATÈGIA DE L'ENTITAT

- Introducció a la definició d'estratègia de l'entitat
- Causes, conseqüències i projecció
- Aspectes fonamentals del pla estratègic
- Elaboració de la missió, visió i valors
- Identificació dels actius estratègics
- Elaboració d'objectius
- Definició d'atributs

#### 2- L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA

L'encaix del tractament de la comunicació en les entitats del tercer sector.

Definim l'estratègia:

- Definició de públics objectiu
- Proposta de valor
- Construcció del posicionament
- Detecció de la competència i nínxols d'oportunitats



Utilitzem les eines:

- Les eines de comunicació
- Elements necessaris per a un pla de comunicació
- En línia i el fora línia: vasos comunicants
- Canals, missatges, imatges i materials comunicatius

Tractament per àmbits (des de les realitats de les entitats):

- Comunicació corporativa
- Relacions públiques i creació d'esdeveniments
- Comunicació interna i acompanyament de les àrees
- Publicitat i promoció d'activitats
- Gabinet de premsa o generadors d'opinió
- Aspectes clau del màrqueting digital
- Apunts sobre la figura gestora de comunicació

### 3- L'ESTRATÈGIA DE VENDES

- Construcció de projectes amb causa
- Objectius de vendes: per productes i per serveis
- Accions de vendes per assolir els resultats
- Recursos necessaris
- Previsions periodificades
- Taller de tècniques de vendes



## FORMADORS

- / **Elena Rovira**, consultora en estratègies de comunicació per a entitats.
- / **Jordi Boixadós**, consultor en màrqueting i vendes.



## DADES IMPARTICIÓ DEL CURS

**Dies:** 13, 20 i 27 de juny 2019

**Horari:** de 9:30 a 13:30h

**Lloc:** Seu de Dincat. C/ Joan Guell, 90-92 – 08028 Barcelona (pendent de confirmar)

/ **Total hores curs:** 12h



## INSCRIPCIÓ AL CURS

- / **Període de preinscripció:** fins esgotar les places.
- / **Preu de la inscripció: 165 €** (formació bonificable)
- / **Per formalitzar la inscripció, cal:**

1. Omplir el formulari d'inscripció que trobareu al següent link (amb totes les dades que es demanen): [Formulari d'inscripció](#)
2. Fer l'ingrés al compte del Banc Santander:  
**IBAN ES51 0049 1878 9022 1029 9514**,  
amb el concepte: Nom participant + **VENDA**,  
i enviar el rebut de pagament, via mail a Roger Edo  
[redo@dincat.cat](mailto:redo@dincat.cat)

- / Per a qualsevol consulta, podeu contactar amb Roger Edo:  
[redo@dincat.cat](mailto:redo@dincat.cat)

*\*(No es considerarà inscrit el participant que no hagi formalitzat la matrícula d'acord amb aquestes instruccions: [inscripció i pagament](#)).*



## INFORMACIÓ D'INTERÈS

- / Dincat AEES es reserva el dret d'anul·lar o canviar les dates del curs. L'avís sempre serà amb una setmana d'antelació abans de l'inici.
- / A la finalització del curs, es farà lliurament del certificat d'aprofitament que acreditarà la realització de la formació, sempre i quan s'hagi assistit al 75% de les hores totals del curs.