



Comisión de Comunicación

Objetivos

La comunicación de ADELEDE debe responder en todo momento a la estrategia general de la asociación, reforzando la acción de ADALEDE y contribuyendo a la difusión de su nombre y actividades y al objetivo principal de la misma, que no es otro que el impulso a la cultura de Defensa.

Para ello contamos con nuestras redes sociales, las relaciones personales con los diferentes medios de comunicación y el impulso de los socios, que deben convertirse en actores activos y participativos de esa comunicación, contribuyendo con sus propias redes como con su aportación cualitativa de cara a los medios de comunicación.

Vías de comunicación

Comunicación externa

Como elemento principal de nuestro objetivo de difusión de la cultura de Defensa, la comunicación externa ha de suponer el esfuerzo principal enfocado en dos líneas de acción:

Los medios de comunicación

El objetivo es que los medios de comunicación tengan en nosotros un referente sólido del ámbito de la Defensa.

- Actos abiertos a los medios con invitados especiales.
- Aporte de expertos como analistas en asuntos de Defensa.
- Refuerzo de la relación con la Asociación de Periodistas de Defensa.
- Blog en la web de ADALEDE en el que escriban nuestros asociados.

Acciones

- Encuentros del presidente con diferentes directores de medios de comunicación.
- Las redes sociales.



- Redimensionar nuestras redes sociales propiciando el crecimiento del número de usuarios.
- Generación de comunidad de la Defensa en torno a la asociación.
- Comenzar a seguir a todos nuestros socios presentes en redes sociales. Incrementar la comunidad propia.
- Interactuar con diferentes organismos y entidades vinculadas con la Defensa.
- Generar contenido propio en forma de artículos en LinkedIn y Facebook y promoción de los mismos en Twitter.

Comunicación interna

- Comunidad interior. Hacer a los socios partícipes de nuestras redes sociales, de manera que esa comunidad interior contribuya al redimensionamiento de la comunicación exterior.
- Newsletter. Informe periódico a los socios a través del correo electrónico de las actividades realizadas, la agenda de actividades y las opciones de colaboración de cara al exterior.
- Comunidad propia en Facebook. En vez de perfil público, tener un perfil dedicado sólo a nuestros socios. Para acceder al mismo hace falta un permiso del administrador. Permite incluir imágenes y vídeos de los actos que en la Newsletter es más complicado.
- Generar relaciones *empresariales* en LinkedIn. Incrementar nuestra cartera de relaciones profesionales.

Diego Mazón

Miembro de la Junta Directiva
Coordinador de la Comisión de Comunicación

com@adalede.org