

**Mòdul 4**
**Comunicació i Màrqueting social**
**Estudi de cas d’Espanya**

En el mòdul 4 hem vist la importància de definir el nostre objectiu per saber quin tipus de persona pot comprar els productes i serveis que ofereix la nostra empresa social. També hem après a identificar els diferents grups d'interès per triar un idioma i un canal de comunicació adequats per comunicar-nos amb ells i fer-los arribar el nostre missatge.

La nostra empresa social ha de comunicar missatges diferents. Aquest esquema t'ajudarà a organitzar la comunicació per saber què estem comunicant, amb quin objectiu estem comunicant, quin és el contingut i el format de la comunicació.

1	Que se comunica	Para que sé comunica	Cómo se comunica	En qué formato se comunica	
Lunes	Características del producto n1º	para aumentar ventas	mostrando su comodidad de uso	infografía	
Martes	Consecuencias problema social	para concienciar	Lenguaje emocional	Video banner	
Miércoles					
Jueves					
Viernes					
SEMANA	TWITTER				
1	Que se comunica	Para que sé comunica	Cómo se comunica	En qué formato se comunica	
Lunes					
Martes					
Miércoles					
Viernes					
SEMANA	INSTAGRAM				
1	Que se comunica	Para que sé comunica	Cómo se comunica	En qué formato se comunica	
Lunes					
Martes					
Miércoles					
Viernes					



Erasmus+

S U Y S E