

Planificación (J. Costa)

- ***Mirar hacia fuera***: preguntar a los públicos cómo es percibida la institución
- ***Mirar hacia adentro***: Cualquier cambio en la imagen debe partir de la realidad institucional
- ***Mirar hacia adelante***: El plan estratégico de imagen debe comprender los proyectos
- ***Decidir***: Sólo a partir de contar con la información derivada de los puntos anteriores.
- ***Evaluar***: Toda decisión de cambio implica una valoración del costo/beneficio del mismo, no sólo en el aspecto monetario, sino en cuanto al impacto social, las formas de control que se deberán ejercer, los daños que la modificación pueda ocasionar al nombre o a los productos, etc.

Planificación (J. Costa)

- **Concretar:** Se debe reflexionar acerca de qué es lo que se va a cambiar,. qué se puede conservar, qué se debe eliminar, qué se puede agregar y qué reforzar.
- **Dimensionar:** Es necesario establecer parámetros constantes de medición, de modo de transformar a los valores que generan la imagen en instrumentos de control de la estrategia empresarial.
- **Fijar tiempos:** Un cambio de imagen exige una planificación en el corto, en el mediano y en el largo plazo, que contemple tanto los aspectos financieros como los relacionados con los recursos humanos responsables del cambio.
- **Programar en forma global:** Los sistemas de actuación comprenden todos los aspectos de comunicación de la empresa, lo que exige una prolija coordinación de las acciones y un programa integral.
- **Controlar:** Cada uno de los pasos programados debe ser ejecutado y controlado. El programa de implantación debe contemplar los instrumentos de control y de retroalimentación.



Planificación: Etapas mínimas

- **Fase 1: Análisis de situación y diagnóstico**
 - Representación de la imagen ideológica, posicionamiento elegido
- **Fase 2: Creación**
 - Diseño, comportamiento y comunicación (Determinación de objetivos y metas).
- **Fase 3: Desarrollo**
 - Estrategia (enfoque general para la consecución de los resultados deseados);
 - Tácticas (modalidades de concreción de la estrategia);
 - Logística (elementos concretos para la implantación de las tácticas).
- **Fase 4: Presentación y aplicación.**