



ALBAOLAREN 25. URTEURRENA

KOMUNIKAZIO
KANPAINA



Publizitatea eta Harreman Publikoak
2021 - 2022. ikasturtea
Gradu Amaierako Lana
Nerea Intxausti Castiñeira

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea





ITSAS
KULTUR
FAKTORIA

Albaolaren 25. urteurrenerako komunikazio kanpaina

Egilea: **Nerea Intxausti Castiñeira**

Zuzendaria: **Paula Pineda Martinez**

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

PUBLIZITATEA ETA HARREMAN PUBLIKOAK

Gradu Amaierako Lana

2021-2022 IKASTURTEA

2022ko maiatzaren 17a

“Gradu Amaierako Lanaren egileak adierazten du lan original eta propio honetako datuak benetakoak direla, eta hala izan ezean bere gain hartzen duela jokabide ez-egokien (plagioen, irudien erabilera bidegabeen eta abarren) erantzukizuna. Irudien copyrighta haien jabeena edo lizentziadunena da. Dibulgazio helburuekin baino ez dira erabili hemen, lanaren marko teorikoa edo analisia ilustratze aldera.”

AURKIBIDEA

1. SARRERA	6
2. LABURPEN EXEKUTIBOA	8
3. EGOERAREN AZTERKETA	9
a) Kanpo-egoeraren analisia	9
3.1 MAKROINGURUNEA	9
3.2 MIKROINGURUNEA	10
3.2.1 Sektorea	10
3.2.2 Lehiakideak (Benchmarking)	11
b) Barne-egoeraren analisia	15
3.3 ALDERDI KORPORATIBOAK	15
3.3.1 Elkartearen ikuspegia, misioa eta balioak	15
3.3.2 Helburu eta estrategia orokorrak	16
3.3.3 Elkartearen barne-antolaketa	16
4.4 KOMUNIKAZIO-AUDITORETZA	17
4.4.1 Hedabide tradizionalak (gureganatuak)	19
4.4.2 Sare sozialak eta webgunea (propioak)	20
4.4.3 Ekitaldiak	25
c) EGOERAREN DIAGNOSIA (AMIA)	27
4. HELBURUAK	33
4.1 Orokorrak	33
4.2 Hedabideak	34
4.3 Sare sozialak	34
4.4 Webgunea	35
4.5 Ekitaldiak	36

5. XEDE-TALDEAK	37
5.1 Lehen mailako xede-taldeak	37
5.2 Bigarren mailako xede-taldeak	39
5.3 Buyer Personak	41
6. ESTRATEGIA	44
6.1 Posizionamendu estrategia	44
6.2 Hedapen estrategia	45
6.3 Fidelizazio estrategia	45
6.4 Ardatz kreatiboa	45
6.5 Transmittituko diren gako-mezuak	46
7. EKINTZAK	49
7.1 Testuingurua	49
7.2 Teknikak	50
7.3 Edukien antolaketa estrategikoa	51
7.4 Ekintzen azalpena	53
8. KONTROLA ETA EBALUAZIOA	62
9. EKINTZEN KRONOGRAMA	64
10. AURREKONTUA	66
11. ONDORIOAK	72
12. BIBLIOGRAFIA	73
13. ERANSKINAK	76

1. SARRERA

Gradu Amaierako Lan honen helburua Albaolaren 25. urteurrenean **hogeita bost urte luzetako istoria kontatzea** da. Haietan Albaolak antolatutako eta parte izan den gertaera garrantzitsuenak gogoraraziko dira ekintza ezberdinak burutuz, hala nola, prentsaurrekoak edota hitzaldiak. Gertaera hauen bilduma urte beten komunikatuko da, **hilabetero gai nausi bati eutsiz**. Albaolako komunikazio arduradunaren esanetan, sekula ez zaie elkartearen urteurrenei behar duten garrantzia eman eta, are gutxiago, proiektuari esker itsas ondareak izan duen ibilbideari. Balioa eman behar zaiola dio Enara Novillok, **Pasaia itsas ondarearen portu** bilakatu bada “Albaola sortu zelako” izan baita (Novillo, 2022).

Proiektu handi honen oinarrian Xabier Agote (Donostia, 1964) dago, egurrezko itsasontzien mireslea eta, egun, faktoriako presidentea. Euskal itsas historia da Agotek mantendu nahi duena, eta horretarako itsas ondarea eta haren zabalkundea balioesten ditu. Gaztetan, grin horri jarraiki, Maine-n (Estatu Batuetan) ontzi tradizionalak egiten irakatsi eta,aldi berean, museoa zen leku bat deskubritu zuen, *Apprenticeshop* izeneko. Bertara joan eta hiru urte pasa zituen ontzigintza ikasten; traineru baten erreplika ere egin zuen. Eskola-politika zela medio, arazoak izan zituen Agotek ontzia Euskal Herrira ekartzeko, baina Ameriketako euskal diaspora batu eta dirua jartzea lortu zuen, hala, **Ameriketatik trainerua** Euskal Herrira ekartzeko. Traineru hori **dinamizatzeko eta kudeatzeko sortu zen Albaola elkarte** eta, bertatik, gaur egun direna.

Kulturaren potentzialean sinesten dut eta baita ondasun ez-materialek gizakiari ematen diguten ongizatean ere. Albaolak Oarsoaldeako eskualdeari eskaintzen dion balioa eta memoria azpimarragarria iruditzen zaidan aldetik, aukera izan dudana momentutik egin naiz proiektuaren parte. Ondoren datozenezat ereduazko bidea egin nuela uste dut gainera, museoko gida modura hasi baintzen, proiektuaren historia, balio eta publikoarengan duen interesa gertutik ikasiz. Gerora, komunikazio sailaren parte izateko aukera izan dut, eta aurretik ikasitakoa publiko zabalago batera komunikatzeko bidean egiten dugu lan.

Orain, beraz, Albaolako komunikazio sailaren enkargu berezi honen aurrean, **komunikazio plan egituratu eta neurtu bat eskainiko diot elkarteari**. Izan ere, ideiak bultzada eta babes sozial handia du, eta ekintza planifikatuen bidez erreferente handiago bat bilaka daiteke komunikazio digitalari dagokionean, baita jendearen burmuinetan ere.



ALBAOLAREN

25. URTEURRENA

brifina

BEZEROA:

Albaola Itsas Kultur Faktoria

ESKARIA:

Hogeita bost urte luzetako historia komunikatu nahi da

DENBORA TARTEA:

2022ko uztailetik 2023ko ekainera arte

XEDE-TALDEA:

Euskal herritar zein inguruko 45-75 urte bitarteko jendea. Ekintzailea eta historian interes minimoa duena.

KOMUNIKAZIO BIDEAK:

Hedabideak, sare sozialak eta ekitaldiak

AURREKONTUA:

Ahalik eta murriztena



2. LABURPEN EXEKUTIBOA

Jarraian datorren **komunikazio kanpainaren plangintzak Albaola Itsas Kultur Faktoriaren 25. urteurrenerako** komunikazio integratua aurkezten du. Elkartearen testuingurua eta baliabideak kontuan hartuta urte beterako garatutako proposamena da, elkartek izan duen **historia oparoa balioan jartzeko eta itsas ondarea agertoki publikora bideratzeko**.

Albaolak erreferentzia positiboak jaso ohi ditu publiko orokorrarengandik eta jada ezaguna da, beraz, urteurrena **agerpenak areagotzeko eta jendearen burmuinetan posizionatzeko** aitzakia izan daiteke. Albaolaren bezero edo bezerogaiei zuzentzeaz gain, horren beharrezko diren boluntariei ere zuzentzen da eta diru edo material iturri diren babesleengana baita ere. Ekintza definituen bidez hedabideetako agerpenak, sare sozialetako eta webgunerako ezarritako helburuak, eta ekitaldietarako helburuak betearaziko dira eta, bide batez, elkartearen marketin helburuak lortzen ere lagunduko da.

Komunikazio kanpaina pentsatzeko elkartearengatiko komunikazio etengabea mantendu da, ikerketa egin da eta hau aurrera eramateko Albaolako **komunikazio departamentuan jada lanean dauden eta eginbeharrekoa ezagutzen duten Enara Novillo eta Nerea Intxaustik** egingo dute lan. Lehena komunikazio arduraduna da eta momentuko erabaki garrantzitsuenak hartuko ditu, aldiz, bigarrenak komunikazio plan hau abiaraziko du.

Kanpaina **baliabide pertsonaletan inbertsioa** egiteko pentsatuta dago, jakinak baitira elkartek finantziario aldetik dituen murriztapenak eta baliabide pertsonaletan egiten da apostua, baliabide materialetarako inbertsioa ahalik eta murriztuz mantenduz. Agerpen publiko handiko, baina, aldi berean, egingarria den kanpaina garatu da, **hogeita bost urtetan egin dena eta egiteko geratzen dena plazaratzeko**.

3. EGOERAREN AZTERKETA

Kanpaina burutzeko alde zuzentzeko ikerketa egiteko bigarren mailako iturriak erabili dira (ikerketak, txostenak, artikulak...), eta baita **lehen mailako iturri** izan diren elkarrizketa pertsonalak. Zehatzagoak izateko, hiru elkarrizketa pertsonal egin dira **Enara Novillo Albaolako komunikazio arduradunarekin, Xabier Agote Albaolako presidentearekin eta Mikel Leoz ondare teknikariarekin**. Gainera, Pasaiaiko Udalarekin, Oarsoaldeako turismo bulegoarekin eta Erme Pedroso Albaolako gerentearekin hitz egin da datuei eta ikuspegi zuzentzeko aspektu batzuk argitzeko.

a) Kanpo-egoeraren analisia

3.1 MAKROINGURUNEA

Makroinguruneko analisia PESTLE ereduaren oinarritu da eta jarraian agertzen den taulan haren laburpen bat aurkezten da, azpimarragarriak diren puntuak faktoreka sailkatuta. Analisi garatua ikusi nahi bada **1. eranskinera** jo daiteke.

1. taula: Makroingurunearen laburpen taula

Datu esanguratsuenen laburpen taula	
Faktore demografikoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bai Euskal Herrian eta bai Pasaian biztanleriak gainzahartze-maila gaitzen du. - Familia-nukleo gehienak Albaolatik gertu bizi dira.
Faktore ekonomikoak	<ul style="list-style-type: none"> - Zerbitzuek Balio Erantsi Gordinaren %85,9 suposatzen dute Pasaian.
Faktore soziokulturalak	<ul style="list-style-type: none"> - Turismoa nabarmena da Gipuzkoa kostaldean eta helduen artean.

	<ul style="list-style-type: none"> - Pasaia museoetara bertartzen direnen gehiengoaren jatorria Frantzia da. - Pasaian gazte gutxi dago eta ez dute museoetara joateko ohiturarik.
Faktore teknologikoak	<ul style="list-style-type: none"> - Internet konexio murrizta dago Albaola dagoen tokian.
Ingurumen-faktoreak	<ul style="list-style-type: none"> - Pasaia ingurumena zaintzeko bidean aurrerapausoak ematen ari da, baina ez turismoa bere horretan tratatzeko orduan.
Faktore politiko-legalak	<ul style="list-style-type: none"> - EAEn jarduten duten eta irabazi-asmorik gabekoak diren elkarten legedia erregulaturik dago eta diru-laguntza publikoak jasotzen dituzte.

Iturria: Norberak egina

3.2 MIKROINGURUNEA

3.2.1 Sektorea

Elkartearen izenari zor, **Albaola faktoria-museoaren** sektorea konplexua da: aldi berean barne hartu behar ditu ontzigitza tradizionalako lantegiak, museoak eta ondare babesle diren elkarteak. **Izaeraren zehaztasunagatik ez dago munduan antolakunde asko gauza bera egiten duenik** eta, gainera, (itsas) ondarearen abstrakzioak eta publikoak gaien duen ezagutza murrizak ez du laguntzen.

Mendez mende itsasoak garrantzia handia izan du bai biltzen dituen organismo-aniztasunagatik, munduko ekonomiarako garriobide moduan, oxigeno-hornitzaile bezala, klimaren moderatzaile edo uraren zikloaren funtsezko piezatza (Uriarte, 2022). Haren gaindi baina, euskaldunek itsas historian zehar bete duten eginkizuna ez da oraindik gizartean oso ezaguna, ezta maila teknologikoan egin dituzten ekarpenak ere. Euskaldunak denbora luzean zehar, hainbat garaitan, **ontzigitzaren teknologiaren abangoardian egon**

dira, eta berrikuntza ugari ekarri dituzte. Denboran zehar, jakinduria amalgama bat sortu da, eta pertsona askok hori mantentzen eta aberasten lagundu dute. Gaur egun, arkeologiak emandako informazioa dago, ikonografia garrantzitsua, ontzigintzari buruzko tratatuak eta dokumentazio ugari, eta horiekin guztiekin nahiko zirriborro zehatza egin daiteke euskal ontzigintzak izan duen bilakaerari buruz (Agote, 2009, 68).

Itsasoa izan da euskaldunok izan dugun herrialderik handiena, eta munduan zehar zabaltzea eta aberastasuna lortzea ahalbidetu digu. Oroimen kolektibo hori berreskuratuz gero ulertuko da ez dela kasualitatea inoiz egindako nabigaziorik harrigarrienaren protagonista euskal marinel bat izatea (Agote, 2009, 65).

Albaola baino lehen itsas ondareak ez zuen ondare trataerarik, orduan ondarea lehorrekoari eta materiala zena soilik kontsideratzen baizen. Baina, **ondare materiala ondorioa da, jakintza, ezagutza, hizkuntzak eta bestelako ondare ez materialaren ondorioz sortutako ondarea**, hain zuzen (Agote, 2022). Euskal jatorria duten eta ahaztuta dauden itsasontziak berreraikitzea ondare hori, bai material zein inmateriala, berreskuratzeko modua da Agoteren esanetan. Beraz, Albaola sortzea erabaki zenean Euskal Herriko itsas ondareari bere lekua egin eta aitortza emateko sortu zen.

3.2.2 Lehiakideak (Benchmarking)

Lehendik esan bezala, gutxi dira aldi berean ondare-babesle, faktoria eta museo diren elkarteak. Hortaz, alderdi bakoitzeko lehiakide garrantzitsuenak aztertuko dira, baina kokapen geografikoari emango zaio garrantzia, askok presentzia fisikoa dutelako eta bisitetatik bizi direlako. Hortaz, **geografikoki Albaolatik gertuen eta antzeko gaiak jorratzen dituzten bi museo** aztertuko dira eta lehiakide zuzen bezala tratatuko dira: Mater Ontzi Museo Ekoaktiboa eta Euskal Itsas Museoa.

- **Mater Ontzi Museo Ekoaktiboa**

Mater Ontzi Museo Ekoaktiboa Kantauri itsasoko atun ontzi klasiko bat da. Egurrez eraikia izan zen modu tradizionalak erabiliaz. Arrantzan ehunka bidaia egin ondoren, Itsas Gela elkarteak desegitetik libratu zuen, artisau-arrantzaren eta itsasoaren babesak duen garrantziaren inguruko ur gaineko museo bihurtzeko.

Ontzi - museo hau Pasaian porturatuta dago, Gipuzkoan, Albaolatik oso hurbil eta kostaldean zehar irteerak antolatzen ditu. Gainera **itsaso-kultura eta marinel-bizitzaren inguruko ekintzetarako deialdi irekiak** egiten dituzte. Jasangarritasuna eta planetaren zainketaren ingurukoak izaten dira asko, esaterako, zabor bilketa egunak edo ingurumen hezkuntza jardunaldiak.

Online komunikazioari dagokionez, webgune garatua dute, nahiz eta SEOa ez den oso ona. Facebook, Instagramen eta Twitteren hiru egunetik behin argitaratzen dute edukia, eta berdina edo oso antzekoa izaten da hiru sare sozialetan, Youtuben gutxiagotan. Informazioz beteriko argazkiak gailentzen dira, datu edo infografiekin hornituak. Bi hizkuntzetan argitaratzen dute guztia.

2. taula: Materren komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Mater - Azpimarratzekoak
<ul style="list-style-type: none">- Eduki digital landuak eta diseinu aldetik bateratuak (feed polita)- Ingurumenarekiko konpromisoa adierazten dute ekintzetan zein sare sozialetan- Asteko / hilabeteko agenda argitaratzen dute- Interakzio eta jarraitzaile gutxi dituzte

Iturria: Norberak egina

● **Euskal Itsas Museoa**

Euskal Itsas Museoa Donostiako portuan dagoen museoa da, **Euskal Herriko itsas ondarea eta historia zaintzeko, aztertzeko eta hedatzeko asmoz** 1991n sortua. Zentro irekia da, jendearengandik gertu dago eta aktiboa da gizakiaren eta itsasoaren arteko harremana zabaltzeko eta itsas ondarea babeste eta berreskuratzeko lanean. Normalean **aldi baterako erakusketen eta dinamizazio kultureko** programa izaten dute eta bisitariak hartatzen dituzte. Itsas **Museoaren kudeaketa zientifikoa Albaolak egiten du**, museo honetako zuzendaria eta Albaolako ikerketa arduraduna pertsona berdina da: Xabier Alberdi.

Jardueren eta Komunikazioaren arduradun bat dago museo honetan: Laida Canseco Etxabe. Webguneak Gipuzkoako Aldundiaren babesla du eta haien webgunearen forma eta irudikoa da. Prentsa atala oso osatuta dago, ekitaldi bakoitzeko prentsa oharra, dossierra eta argazkiak deskarga daitezke. Facebooken eta Twitterren argitalpen landuak egiten dira eta asteroko maiztasunarekin. Oro har testu motzak izaten dira eta irakurterazak, baina ez dute arrakasta handirik. Instagramaren kasuan bideo gehiago ageri dira eta argazkiek kutsu artistikoagoa dute. Bi hizkuntzak erabiltzen dira.

3. taula: Euskal Itsas Museoaren komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Euskal Itsas Museoa - Azpimarratzekoak
<ul style="list-style-type: none">- Aldi baterako erakusketa eta dinamizazio kulturalak antolatzen dituzte- Prentsa atala oso egoki dute webgunean- Facebookeko eta Instagrameko ikus-entzunezkoa eduki moldatu egiten dute- Instagram story-etan istorioak kontatu eta interakzioa eragiten dituzte- Jendearen iritzia eta esperientzia partekatzen dute aipu bidez- Interakzio gutxi lortzen dute

Iturria: Norberak egina

2. Eranskinean ondarea-babeslea diren elkarte esanguratsuenen azterketa topa daiteke: AGALCARI Asociación Gallega de Carpintería de Ribeira eta La Asociación de los Museos Marítimos del Mediterráneo, Espainia mailan itsas ondare-babesle garrantzitsuenak direlako, Albaolaren ondoren. Bestetik, faktoria moduan ala **ontzi tradizional baten erreplika egiten jardun duen edo egun diharduen elkarteak** ere aztertu dira **2. eranskinean**: Hermione La Fayette eta El Galeón Andalucía. Hauek ez dira lehiakide zuzenak, urrun ekiten dutelako eta modu eta baldintza oso ezberdinetan, baina “errepliken” diferentzia nagusienak azpimarratu nahi izan dira.

Lau elkarte hauen izaera, ekintzak eta online komunikazioak ere aztertu dira eranskin berean, kanpaina honetan gizarte-sareek garrantzia handia dutenez haien sare sozialen analisi sakonagoa egin da bakoitzak online komunikazioa nolakoa den jakiteko.

Azkenik, bada Euskal Herrian **biztanleek eta turistek erreferentziatzat duten museo** esanguratsu bat (Koons, 2021): Guggenheim Museoa; **2. eranskinean** baita ere azken museo honen online komunikazioa aztertu da gehienbat, nahiz eta geografikoki eta gai aldetik aldendu, online arrakasta handia duelako eta erreferentetzat hartu daitekeelako.

Jarraian azaltzen den taulan laburtzen dira *Benchmarking*-etik ateratako ondorio garrantzitsuenak.

4. taula: Lehiakideen analisiaren laburpen-taula

***Benchmarking* analisiaren laburpen-taula**

- Pasaian itsas kultura eraiki(tzen ari) da: Mater, Pasaia Itsas Festibala, portua...
- Museoen komunikazio era da interakzio gehien lortzen duen eredu eta gaztelaniaz idatzitakoak *engagement* eta arrakasta handiagoa izaten du.
- Hizkuntza bat baino gehiago erabiltzeak inklusioa adierazten du, baina testuak luzatu egiten dira eta testu luzeek ez dute arrakastarik.
- Sare sozial guztietan antzekoa (ez berdina) publikatzeak batasuna ematen du, profila eguneratuta dagoen sentsazioa.
- Webguneak informazio askorekin jantziak eta antolatuta daude gehienetan.
- Ontzi tradizionalen erreplika guztiak ez dira diruditenak, beraz, Albaolako eraikuntzaren autentikotasuna azpimarratu behar da komunikatiboki.

Iturria: Norberak egina

b) Barne-egoeraren analisia

3.3 ALDERDI KORPORATIBOAK

Albaola itsas kultur faktoria bat da. 2000. urtean hasi zen itsas kultura eta ondarean aldeko proiektu hau Pasai Donibanen (Gipuzkoa) eta, egun Pasai San Pedroko Ondartxo kalean (Gipuzkoa) kokatzen da **museoa eta faktoria den espazio bizia**. Hasieratik ontzi tradizionalen konponketak eta eraikuntzak egiten zituzten eta 2014az geroztik, XVI. mendean Kanadan ondoratu zen **San Juan baleontziaren eskala errealeko erreplika** egiten ari dira museoan bertan. Ia hogeita hamar metro luze ditu eta UNESCOren babesaren duen eraikuntza prozesua da.

Faktorian ontzigileek soilik ez, formakuntza egiten ari diren ikasleek eta boluntarioek ere jendaurrean egiten dute lan; den-denek itsas ondarea babesteko duten ontzi tradizionalen sorreran edo konponketetan dihardute. Albaolak erakunde moduan egiten dituen ekitaldi oro haien helburuak jendaurrera zabaltzeko egiten dira, **itsas ondarearen berreskurapenaren garrantzia publiko anitz bati erakusteko**, hain zuzen. Horretarako, proiektuen kudeaketa, elkartearen komunikazioa, museoko bisitak eta diru kontuak kudeatzen dituzten lantaldea ere proiektu handi honen parte da.

Guzti hau jendartearentzat den aldetik, sortzen duten oro museo formatuan ezagutzeko aukera dago. Eskaintzen den **bisita bakoitza bakana eta ezberdina** izan ohi da, lantegian proiektu ezberdinak jorratzen direlako eta San Juan baleontziaren eraikuntza prozesua aurrera doalako etengabe. Itsas ondarearen zabalkuntzan egindako jarduerengatik Albaola **nazioarteko erreferentzia** bihurtu den elkarte da.

3.3.1 *Elkartearen ikuspegia, misioa eta balioak*

Kulturaren bidez mundu hobe bat sortzea da elkartearen helburua etorkizunera, euskal itsas ondarea sortzea eta eraikitzea hartara heltzeko bidea baita. Kultur iraultza burutzeko bidean dira, Euskal Herriak izan dituen ezaugarri ederrak eta, aldi berean, ezezagunenak ezagutzera ematen ari dira. Agoteren esanetan, Euskal Herriari duintasuna itzultzen ari dira perspektiba historikoaz, egiaztatzen Euskal Herrian izan dela munduko **teknologikoki itsas**

naziorik handienetakoa. Transbertsalki ekintza guztietara estrapola daitezkeen eta parte hartzen duten balioak berdintasuna, elkarbizitza, ekologismoa, nazioartekotasuna, galdutako ogibideen berreskurapena, gaztedia eta askatasuna dira (Agote, 2022); bakoitza xeheki azalduta dago **3. eranskinean**.

3.3.2 Helburu eta estrategia orokorrak

Albaolak elkarte bezala dituen helburuak bi dira nagusiki. Batetik, **itsas ondarearen berreskurapenean erreferente bilakatzea munduan**. Bestetik, **euskal itsas ondarea babestea eta ezagutzera ematea** (Agote, 2022). Elkarte bezala baina, ezinbestekoa dute egiten den oro komunikatzea eta publikoari azaltzea, hortaz, komunikazioak baditu bere estrategia orokorrak. Batetik, **jendea eta babesleak museora erakarri** nahi dituzte, haiek direlako elkartearen diru-iturria eta bizirauteko hauen beharra dutelako; hortaz, museoa saltzea da beste helburu bat. Bestetik, herri edo estatu mailako beste **elkarte, turismo bulego, agentzia edo negoziorekin harremanak** sustatu nahi dituzte, kolaborazioak eginez eta bertatik ateratzen diren sinergien bidez komunikatu. Argia da, beraz, elkarteak egiten duen lana **ezinbestekoa dutela publikoari komunikatzea**.

3.3.3 Elkartearen barne-antolaketa

Gaur egun elkarteak bost sail nagusitan banatuta dagoela esan daiteke eta Pasai San Pedroko **Ondartxo pasealekuan dagoen egoitzan**, faktoria-museoa den toki berean, egiten dute lan. Denera **berrogei langile** dira elkartearen, haietatik hogeita zazpi faktoriako langileak direlarik. Bakoitzaren departamentuak eta funtzioak **4. eranskinean** ageri dira.

4.4 KOMUNIKAZIO-AUDITORETZA

Gaur egun, gizartera zuzentzerako orduan, **eguneraketa jarraitu bat egiten da ekintza komunikatiboetan, baina ez da batere planifikatua**. Burutzen dituzten proiektuak ardatz hartuta, haien arabera bidaltzen dira prentsa oharrek edo egiten dira argitalpenak.

Oro har, **prentsa oharrek**, esaterako, **euskaraz, gaztelaniaz eta frantsesez** bidaltzen dira, eskaini beharreko hitzaldiak edo elkarrizketen arabera eta argitalpenak gertaeraren dimentsioen arabera. Estaldura lortu ohi dute (publikatuak izaten dira bost bat hedabidetan) eta telebistako zein egunkarietako kultur orriak betetzen dituzte. Ehuneko zabala **erreferentziak positiboak** izaten dira eta mezua bat dator enpresak lortu nahi duen erreputazio eta posizionamenduari, izan ere, bidalitako prentsa oharren oso albiste antzekoak argitaratu ohi dira.

1. irudia: Oarsoaldeako Hitzan argitaratutako albistearen eta Albaolak bidalitako prentsa oharra




HITZA | ALBISTEAK | AGENDA | BITXIKERIAK | DENDA | ZOZKETAK

Pasaia Itsas Festibalak aurtengo ontzirik handiena aurkeztu du

f t w i

Pasaia **Kultura**

'Oosterschelde', hiru makila eta 50 metroko luzerako ehun urteko goleta holandarra, Pasaiako uretan nabigatuko da maiatzaren 26tik 29ra.

2022/03/18  Olaia Gerendiain Ruiz de Gauna

2022ko Pasaia Itsas Festibalaren arduradunek aurtengo ekitaldian Pasaiako uretan nabigatuko duen ontzirik handiena aurkeztu du: *Oosterschelde*, hiru makila eta 50 metroko luzerako ehun urteko goleta holandarra.

Belaz dabilen itsas eraikuntzaren monumentu hori badien ikusi ahal izango da maiatzaren 26tik 29ra, hainbat nazionalitateko beste 150etik gora itsasontzirekin batera.

Lehen Mundu Gerratik
Oosterscheldearen historia Lehen Mundu Gerraren ondoren hasi zen. Herbehereetako itsas industria, itsasontzi askoren galeraren eta fuelaren prezioaren igoeraren aurrian, belaontzietan inbertitzen hasi zen, arriskuak eta gastuak murrizteko.

Gauzak horrela, garai hartan halako 500 itsasontzi eraiki ziren Holandan. 1918an eraiki zuten Pasaia etorriko den goleta Rotterdameko Sailing Ship Foundation-en.

Oosterschelde, hiru makila eta 50 metroko luzerako ehun urteko goleta holandarra, Pasaiako uretan nabigatuko da

Belaz dabilen itsas eraikuntzaren monumentu honek Pasaia Itsas Festibalaren bigarren edizioan parte hartuko du maiatzaren 26tik 29ra

Data hurbiltzen ari da, Pasaia bizitzaz, gatz zapoz eta kultura ezberdinez beteko da berriro. Itsasoa izango da berriro guztiaren erdigunea, eta hainbat nazionalitateko 150 itsasontzi baino gehiagok zeharkatuko dituzte gure itsasoak. Eta Pasaia Itsas Festibala izango da kolore hau guztia bilduko duena.

Pasaia Itsas Festibalaren bigarren edizioan ikusiko ditugun itsasontzien artean, Oosterschelde izeneko 3 makiladun goleta aurkeztuko dugu gaur. Goletak 50 metroko luzera du, eta arden parte hartuko duten ontzi guztien artean handiena da.

Iturria: Pasaia Hitza, 2022

Iturria: Albaola, 2022

Argi dago Albaola jende askoren artean dela ezaguna eta **hedabide askoren bitartez lortu dela ikusgarritasun hori**. Baina, jasotzen duten feedback-a asko bada ere, ez da hurrengo ekintzetarako baliatzen. Novilloren esanetan “sare sozialetan Albaola ikusten dutenetatik ez dakigu zenbat etortzen diren museora”. Adibidez, El Diario Vasco Albaolaren babesle nagusienetariko bat da eta babesletzaren barnean, **hilabetean bitan igandeko egunkarian faldoi bat** jartzeko aukera izaten du elkarteak. Publizitate hori baliatzen badu ere, suposatzen da emaitzak ematen dituela eta errentagarria dela. Kasu honetan bada, babesletzaren barneko zerbitzu bat delako eta babesle hori audientzian oinarrituta tentuz erabaki delako erabiltzen da, baina izan zitekeen publizitateak eragin gehiago izatea ostiral batean, esaterako. Guztiak **frogatu gabeko emaitzarik gabe egindako ekintzak dira, gehienbat baliabide eskasengatik**.

Gaur egun **Albaolako komunikazio sailean** lau pertsonak egiten dute lan eta **5. eranskinean** irakur daitezke bakoitzak dituen kargua, formakuntza eta funtzioak. Komunikazio departamentuko hiru langileen artean zuzeneko komunikazio bidez harremantzen dira, bulego berean eta bata bestearen ondoan egiten baitute lan. Nerea Intxaustik online lan egiten du eta berarekin posta elektronikoa bidez, telefonoz ala berehalako mezularitzaren bidez komunikatzen dira.

Egin beharrekoak kudeatzeko **Google Calendar** aplikazioa erabiltzen da. Bertan pertsona edo gertaera bakoitzak egutegi bat erabiltzen du eta, beraz, kolore bat. Bertan elkartu behar den jendea eta ordua jasotzen dituzte, baita entrega-data guztiak ere. Bestetik, Albaolako sare sozialek, esaterako, haien egutegia dute eta bertan egiten da **argitalpenen plangintza orokorra**.

Komunikazioa bera ez da inolako kasutan ordaindu publizitate moduan, baina zeharka pertsonal gehiago kontratatu da komunikazioa kudeatzeko azken urteetan eta baliabide tekniko gehiago hornitu dira sailarentzat. **6. eranskinean** elkarteak **komunikazioan egiten duen inbertsioa** ikus daiteke. Hortaz, ez da diruzko aurrekontu handirik izango komunikazio kanpaina hau aurrera eramateko, jada elkarteak dituen baliabide tekniko zein pertsonalekin eramango da aurrera.

4.4.1 Hedabide tradizionalak (gureganatuak)

Hedabideak dira elkarteak masa publikora heltzeko hedapen gehien lortzeko duen kanala. Esan bezala, hedabideetan ez da ordaindutako publizitaterik egiten, baina **earn media asko haienganatzen** ditu elkarteak. 2020. urtean zehar bidalitako prentsa oharren bidez eta egindako prentsaurrekoengatik 391 agerpen lortu ziren hedabideetan, haietatik 188 online komunikabideetan, beste 88 paperezko egunkarietan eta 28 telebistan izan ziren, besteak beste. Ohikoena **kultura atalean** azaltzea da, hots, egunkari amaieran eta **orri erdiko luzeera** izaten dute, batzuetan orri bikoitza lortzen da.

4.4.2 Sare sozialak eta webgunea (propioak)

Orain arteko jardunean **sare sozialak eta edukien marketina erabili da asko engagement-a edo interakzioa sortzeko eta horrek funtzionatu du**, izan ere, Albaolaren Facebook kontuak 11.284 jarraitzaile ditu. Etorkizunerako aukera mailing-a izan daiteke, gutxitan egiten da elkartearen baliabide falta dela eta (ez dute hartarako tresnarik eta lau hizkuntzetara itzuli behar da guztia), baina egiten dutenean jarraitzaileen erantzunak jasotzen dituzte; jarraitzaileek proiektua zenbat gustoko duten ala elkartearen zorionduz idazten dute. Aldiz, **ontzigitza proiektuetan interesa duen publikoa** da eta, beraz, elkartearen gaiari buruz gertatzen ari den guztia jakin nahi badute ere, gaitik aldendu daitekeen edozein komunikaziok ez du harrera onik, umeentzako tailerrek, esaterako.

Jarraian, elkarteak egun erabiltzen dituen **bitarteko propioak aztertuko** dira (Facebook, Twitter, Instagram, webgunea eta newsletterra) eta **erreferentzia 2021eko abenduko hilabetea** izango da. Analisisian sare sozial bakoitzean kuantitatiboki neurgarriak diren metrikak hartu dira kontuan, baina, oro har, *Datsegit* kopurua edo bisitak, jarraitzaileen profila, argitalpenak egiteko maiztasuna, hizkuntza, interakzioa eta edukia aztertu dira.

- **Facebooken:**

- Kontu arrakastatsuena da, 10.517 *Datsegit* ditu orriak. Gutxigatik bada ere gizonezko gehiagok jarraitzen dute orria (%55,6), baina gutxigatik. Orotara 35 eta 54 urte bitartekoak dira gehiengoa, espainiar estatukoak dira erdiak eta, zehatzago, donostiarrak, bilbotarrak, madrildarrak edo oreretarrak. Esan behar da argitalpenak bi, hiru ala lau hizkuntzetan egiten direla eta horrek, gehiengoa ez bada ere, publiko atzerritarra erakartzen du (Frantzia, Estatu Batuak, Italia, Argentina...).
- *Post*-a haien horman elkarbanatzen duten guztiei elkarteak *Datsegit* ematen die eta orrialdea jarraitzen ez dutenei hau jarraitzera gonbidatzen die, *engagement* estrategia modura. Iruzkinei ere erantzun edo *Datsegit* ematen die beti, ohikoak izaten dira mezu positiboak edota emotikonodunak jarraitzaileen aldetik.
- 11.333ko irismena izan dute argitalpenek. Hilabete alderaketa egitean zenbaitetan kopuru negatiboak lortzen dira irismenean, garaian jorratutako gaien arabera. Esaterako, abendu honetan -%48,8 jaitsi da irismena aurreko hilabetearekin konparatuz.
- Gaiaren arabera, baina jarraitzaileek esteketan klik egitea lortzen da. Zenbaitetan *Datsegit* kopuruak baino hobeak izaten dira estekan klik egindako kopuruak.
- Hilabetero ehuneko positiboa lortzen da orrialdeko bisitetan eta *Datsegit*-etan, oro har. Baina, abendu honetan adibidez, -%46,3 izan dira orrialdeko bisitak eta %64,3 jaitsi dira *Datsegit* berriak aurreko hilarekin konparatuz.
- Testuek, oro har, hizkuntza adierazten dute lehenik (euskara da beti), izenburu bat letra larrian eta ondoren istorioa etortzen da. Dedikazioz sortutako testuak izaten dira, hautatutako informazio eta argazkiekin. Estekak oso ohikoak dira eta etiketak funtsezkoak, baita aipamenak ere. Badira zenbait aipamen beti errepikatzen direnak: Albaolaren laguntzaile nagusiak. Argazkiei dagokienez, argazkilari profesional batek egindakoak dira guztiak. Hona hemen adibide bat:

2. irudia: Albaolaren Facebookeko argitalpen baten adibidea

Albaola Itsas Kultur Faktoria
Nara Novi(e)k argitaratua · 5 egun ·

DOMANI CHIACCHIERATA 🇮🇹

[EUS] BIHAR **Saul Hoffmann** EN HITZALDIA ITALIAN

📅 Bihar, maiatzak 11, ⌚ 18:00etan, gure ontzigintza eskolako irakasleetako batek, Saul Hoffmannek, hitzaldia emango du *"Filosofia, poesia (eta polemika apur bat) itsasontzi tradizionalen eraikuntza eta zaharberritzeari buruz"*. Hitzaldi honetan parte hartuko du Nicolò Zen d'ascia (erriberako arotza) maisuarekin eta Gilberto Penzo Adriatikoko ontzi adituarekin batera.

🏠 Il Nuovo Trionfo itsasontzian egongo dira, 1926an uretaratu zuten Veneziako azken itsas trabakoloa. 🇮🇹 Hitzaldia italieraz izango da.

Info +: <https://www.facebook.com/events/s/filosofia-poetica-e-qualche-po/252810367030676/>

[CAS] CHARLA EN ITALIA DE UNO DE LOS PROFESORES DE NUESTRA ESCUELA DE CARPINTERÍA DE RIBERA

Mañana, 11 de mayo a las 18:00 uno de los profesores de nuestra escuela de carpintería de ribera, Saul Hoffmann, dará una charla sobre *"Filosofía, poesía (y algo de polémica) sobre la construcción y restauración de embarcaciones tradicionales"*. Participará en esta charla junto con el maestro d'ascia (carpintero de ribera) Nicolò Zen y el experto de embarcaciones del Adriático Gilberto Penzo.

Estarán a bordo del barco Il Nuovo Trionfo, el último trabaccolo navegante de Venecia, botado en 1926. La charla será en italiano 🇮🇹.

Info +: <https://www.facebook.com/events/s/filosofia-poetica-e-qualche-po/252810367030676/>

[IT] CHIACCHIERATA IN ITALIA DI UNO DEI DOCENTI DELLA NOSTRA SCUOLA DI CARPENTERIA DI RIBERA

Domani, 11 maggio, alle ore 18:00, il nostro Saul Hoffmann parteciperà a una chiacchierata su *"Filosofia, poetica (e un po' di polemica) sulla costruzione e restauro di imbarcazioni tradizionali"*, insieme al maestro d'ascia Nicolò Zen e all'esperto di imbarcazioni adriatiche Gilberto Penzo.

Saranno a bordo de Il Nuovo Trionfo 🏠, l'ultimo trabaccolo navigante di Venezia, varato nel 1926.

Info +: <https://www.facebook.com/events/s/filosofia-poetica-e-qualche-po/252810367030676/>

Iturria: Albaola, 2022

- Facebooken tresnak erabilita, museo ezberdinetako orrialdeak konparatu eta aste batean interakzio gehien lortzen duen orritik hainbeste lortzen ez duenera antolatu daitezke. Tresna horren arabera, lehiakideen eta inguruko museo arrakastatsuenen artean seigarren postua edukiko luke Albaolak.

- **Twitterren:**

- 2881 jarraitzaile dituzte.
- 14.000 inpresio lortu ziren hilabete batean. Argitalpen bakoitza argazkiarekin joaten da eta hizkuntza bakoitzeko txio bat argitaratzen da. Normalean, gaiaren arabera, baina gaztelerakoek *engagement* (*Datsegit* eta birtxio) gehiago izaten dituzte, baina Albaolak euskarari lehentasuna ematen dio.
- Perfilera 1.434 bisita lortu ziren.

- 30 aipamen izan zituzten bestelako kontuetatik. Azpimarratzekoa da, haien komunikazioa egiteaz gain beste kontuek ere egiten diete, gehien bat museoko bisitariak, hedabideak edo agente kulturalak.
- Testuak gainontzeko sareetan argitaratzen direnen antzekoak izaten dira, baina aplikazioak mugatzen duen karaktereetara moldatuak. Hizkuntza bakoitzeko (hiru edo lau) argitalpen bat egiten da. Informazioa murrizten den arren, halabeharrezkoa mantentzen da: etiketak eta argazkiak. Izenburua letra larrian idatzi ohi da eta ondoren istorioa. Estekak oso ohikoak dira, baita aipamenak ere, elkarteari gehien laguntzen dioten agenteen profilak gehitu ohi dira. Argazkiei dagokienez, argazkilari profesional batek egindakoak dira guztiak; hizkuntza bakoitzerako argazki bat hautatu ohi da. Hona hemen adibide bat:

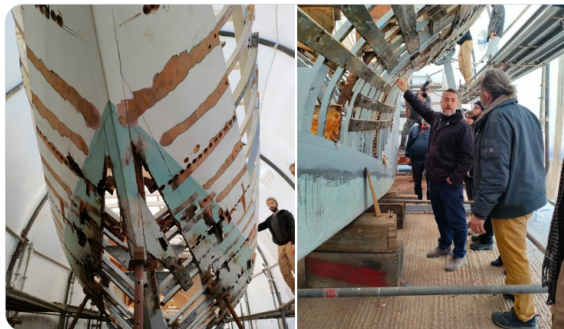
3. irudia: Albaolaren Twitterreko argitalpen baten adibidea



ALBAOLA @albaola · 2 feb.

ITSAS ONDAREA CÔTÉ D' AZUR-en

Pasa den astean [#Erasmus+](#) programa europarreko MARE egitasmoari esker [#museodellamarineria](#) [#AventurePluriel](#) [@evt_patrimoine](#) eta [@albaola](#) erakundeak elkartu gara Cagnes-sur-Mer hirian, itsas ondareari inguruan elkarlanerako aukerak aztertzeko.



Pasaiaiko Udala y 7 más



ALBAOLA

4.958 Tweets



ALBAOLA @albaola · 2 feb.

PATRIMONIO MARÍTIMO EN CÔTÉ D' AZUR

Gracias al proyecto MARE del programa europeo [#Erasmus+](#) tuvimos un encuentro en Cagnes Sur Mer explorando nuevos proyectos entre los siguientes agentes del patrimonio marítimo [#MuseodellaMarineria](#) [#AventurePluriel](#) [@evt_patrimoine](#) y [@albaola](#)



K6 Gestión Cultural y 4 más

Iturria: Albaola, 2022

- **Instagramen:**

- 5.010 jarraitzaile ditu kontuak. Gizon eta emakumeen arteko aldea ez da esanguratsua, nahiz eta gizon gehiagok jarraitzen duten kontua. 25 eta 54 urte bitarteko publikoa da Instagramekoa. Gehiengoa espainiar estatukoa da, baina ehuneko aipagarri bat (%12,5) Frantziakoa da. Zentzuzkoa den moduan, Donostia ingurukoa da publiko gehiena Instagramen, madrildarrek jarraitzen dituzte, Bilbokoek gero, Bartzelonakoek eta Oreretakoek.
- 3216ko irismena izan dute argitalpenek.
- Normalean interakzioa lortzen dute argitalpenetan iruzkin bidez, mezu positiboak izan ohi dira eta elkarteak erantzun edo *Datsegit* ematen die iruzkinei.
- Argitalpen bakoitzeko story bat igotzen dute eta erantzunak jasotzen dituzte jendeak story-a erreakzionatu duelako edo mezu batez erantzun duelako.
- Testuek, oro har, hizkuntza adierazten dute lehenik (euskara da beti), izenburu bat letra larrian eta ondoren istorioa etortzen da. Dedikazioz sortutako testuak izaten dira, hautatutako informazio eta argazkiekin. Estekak oso ohikoak dira eta etiketak funtsezkoak, baita aipamenak ere. Badira zenbait aipamen beti errepikatzen direnak, Albaolaren laguntzaile nagusiak izaten dira, hain zuzen. Argazkiei dagokienez, argazkilari profesional batek egindakoak dira guztiak. Hona hemen adibide bat:

4. irudia: Albaolaren Instagrameko argitalpen baten adibidea



Iturria: Albaola, 2022

- **Webguneko trafikoa:**

Webgunea ez dago oso eguneratuta, elkarteak bidalitako newsletterrak ala sare sozial bidez zabaldutako albiste garrantzitsuenak elkarbanatzen dira, baina ez maiztasunez. Webgunea ez da elkarteari buruz jakinaren gainean egoteko bidea, bertan idatzitakoa baino gehiago egiten baitu, baina bertan faktoria eta San Juan Baleontziaren eraikuntzak bereizten dira, ikasteko aukerak eta baita elkartean parte hartzeko aukerak ere. Azken aukera honetarako baina, zailtasunak izan ditzake webguneak, ez baitago bertatik ordaintzerik. Lau hizkuntzatan irakur daiteke gehiengoa, nahiz eta albisteak batzuetan bi hizkuntzetara soilik itzultzen diren. Esan daiteke webgunea osoa dela, baina ez informazio eguneratuarekin. Elkartearen komunikazio departamentuaren esanetan, webgune berria bidean da.

- Bisitariak: 2.715, horietatik berriak 2.557 (%82,8)
- Bisitak (sesiones): 3.614
- Bisitak bisitariko: 1,33
- Ikusitako orriak bisitako: 2,84
- Bisitako bataz besteko denbora: 00:02:03
- Errebote-tasa: %52,91
- Jatorria (herrialdeak):
 - Espainiar estatua: %73,32
 - Frantziar estatua: %8,2
 - Amerikako Estatu Batuak: %5,44

- **Newslettterra:**

2021eko abenduan 818 harpidedun zeuden newsletterrean. 710 harpidedun gehiago daude gainera, sarearen parte diren bestelako kontaktuekin (mikrobabesle direlako). Beraz, newsletter formatuan bidaliko eduki informatiboa 1528 pertsonari bidaltzen zaie.

4.4.3 Ekitaldiak

Gaur egun, ekitaldiak antolatzen dira, baina hedabideak izaten dituzte helburu gehienetan. Prentsaurrekoak egiterakoan agertoki modura erabiltzen dira momentuan komunikatu nahi dena plazaratzeko. Bestetan, azoketara eramateko standak edo erakusketak sortzen dira.

Sorkuntza propiotik egindako ekitaldiak uneoro egiten dira, baina baita bestelako eragileek eskatutako ekitaldiekin elkarlanean. Esaterako, udan ospatuko den Elkanoren ekitaldia edo faktoria eszenatoki hartuta ospatzen diren ikuskizun kulturalak.

5. taula: Barne-analisiaren laburpen-taula

Barne analisiaren laburpen-taula
<ul style="list-style-type: none">- Elkartea egiten ari den orok, dela proiektu bat dela eraikuntza bat, komunikatzeko beharra du.- Albaolaren balioak transbertsalki jorratzen dira plazaratutako komunikazioetan, bai prentsa oharretan bai sare sozialetan.- Hedabide tradizioaletan harrera eta estaldura ona jasotzen du.- Ekitaldiak antolatzeko esperientzia eta ohitura dute elkarteko langileek.

Iturria: Norberak egina

c) EGOERAREN DIAGNOSIA (AMIA)

Egoeraren diagnosian aztertutako eta aipatutakoak egindako ekarpen garrantzitsuenak AMIA taula batean laburtuko dira jarraian eta ideia bakoitza azalduko da beherago.

5. irudia: AMIA analisia



Iturria: Norberak egina

Ahultasunak

Baliabide digitalen eskasia egoitzan

Komunikazioko langileek ordenagailuak dituzte, baina ez dute beti ondo funtzionatzen eta geldoak dira. Gainera, Internet konexioa ez da beti egonkorra egoitzan. Horrek askotan lana atzeratzen du. Marketin eta komunikazio digitaleko tresnak ere ez dituzte eskuragarri, esaterako, Mailchimp edo CRM bat.

Proiektu asko gauzatzen dira batera

Proiektuei ezetz esan ezin eta bost batera antolatu beharrak saturazioa eta koordinazio falta ekartzen du askotan, baita denbora falta ere eta horrek langilean nekatzen ditu.

Taldearen koordinazioa hobetu beharra

Aurreko ahultasunaren haritik, komunikazio-tresna falta dago langile guztien koordinazioa bermatzea eta guztiari erantzun bat ematea errazagoa izan dadin.

Bezero izandakoek nola ezagutu dituen ezin jakin

Jendea elkartera hurbiltzen da hainbat modutan eta etengabe, baina komunikazio sailak ez du modurik jende horrek nola ezagutu dituen jakiteko. Beraz, komunikazio-bide edota aukera asko galtzen egon lirateke publikoaren haien berri nola izan duen jakin gabe.

Komunikazio langileen espezializazio falta

Komunikazio saileko bi pertsona komunikazioan hasi berriak dira eta, ikuspegi berritzaileak eskaini ditzaketen arren, datuen kudeaketa ala marketinean jakintza falta zaie.

Sare sozialetan neurtu gabeko jarduna

Protokolo batzuk jarraitzen dira komunikazio bat egiten den bakoitzean, baina beste gauza askoren atzetik geratzen dira gehienetan. Sare sozialetako emaitzak ez dira kontatzen denbora eta baliabide faltagatik eta aukera asko galtzen dira alde horretatik.

Mehatxuak

Gizarteak elkartea San Juan baleontziaren eraikuntzarekin soilk lotzea

Jende askok elkartearen sorreratzat eta helburutzat San Juan Baleontziaren eraikuntza du, baina ia 15 urte lehenago hasi zen elkartea. Baleontzia bada Albaolaren proiektu handiena, baina ez bakarra.

“(Itsas) ondarea”ren abstrakzioa

Ondarea ukigarria ez den aldetik, gizarteari ulergaitzagoa egiten zaio elkarte batek hori babestu nahi izatea eta, are gehiago, itsas munduko ondareaz ari garenean, zeina urte luzez aztertu eta kontatu gabe egon den. Horregatik baita ere, egun publikoak ez du irakatsitako ezagutzarik eta horrek elkarreak publikoari zuzentzen dion komunikazioa zailtzen du.

Administrazio publikoarekiko nolabaiteko dependentzia ekonomikoa

Elkarte orok erakunde publikoetatik jasotako laguntzek fakturak ordaintzeko balio izaten dute eta beharrekoak dira elkartearen funtzionamendu optimorako. Dena dela, dependentzia ekonomikorik ez dago, babesle pribatuak ere badituztelako.

Museoaren kokapen geografikoa

Museoa ez dago hiri erdialdean, herrian eta baztertuta dago. Leku bezala paregabea da eta elkartearen filosofiarekin bat egiten du, baina lekua aurkitzea zaila izan daiteke.

Museo gutxi, baina indartsuak inguruan

Pasai San Pedro hiria ez den aldetik ez dago museo askorik gertu, baina kilometro gutxitara asko dira itsasoarekin zerikusia dutenak eta bisitari asko erakartzen dituztenak (ikusi Benchmarkinga 12. orrialdean).

Indarguneak

Itsas kultura eta ondarearen erreferentea

Euskal Herrian ez da itsas kulturarengatik eta ondareagatik lan egiten duen beste elkarterik, haien jardunean aitzindariak eta erreferenteak dira.

Elkartarekiko hautemate eta jarrera positiboa publikoaren aldetik

Bisitariak izaten duten jarrera oso positiboa izan ohi da eta hala nahi izaten dutelako utzitako feedback-a baita ere. Publikoak elkartarekiko hautemate positiboa duela ondoriozta daiteke eta horrek onurak ekartzen diokio Albaolari sinesgarritasun eta erreferentzia aldetik.

Babesle pribatuak

Proiektuari babesa ematen dioten enpresa zein erakundeek ekarpen ekonomikoak zein materialak egiten dizkiote elkarteari eta horrek independentzia ekonomikoa eskaintzen die. Hala, askatasuna dute hurrena egin nahi dutena erabakitzeko.

Espazio bizia eta ikusgarria den museoa

Museoaren parte da San Juan baleontziaren zuzeneko eraikuntza eta horrek bizitasuna eta ikusgarritasuna eskaintzen dio elkarteari, ontzi oso handia baita. Izan ere, askotan elkartea eraikuntza honekin soilik lotzen da.

Prentsaren erantzun ona prentsa komunikatuen aurrean

Albaolak posta elektronikoko bidez bidaltzen dituen prentsa ohar asko azaltzen dira hedabideetan eta prentsaurrekoetan ere estaldura mediatikoa lortzen dute, irrati, telebista zein prentsan.

Bi faldoi hilabetea Diario Vascon

Diario Vasco babesle garrantzitsuenetariko bat da eta xede-talde asko elkarbanatzen dituzte elkartek eta egunkariak. Hortaz, Diario Vasco Albaolaren agerpen gehienetan azaltzen da eta trukean hilabetero bi faldoi eskaintzen dizkio, ekarpen ekonomikoaz gain.



Euskal itsas historia oparoa

Euskaldunak ontzigintzaren teknologiaren abangoardistak izan ziren: euskal marinelen historia, haien ogibideak eta eskuratutako jakintza oparoak izan ziren. Historia asko dago kontatzeko eta hori da museo batek behar dutena, beste gauza batzuen artean.

Adituak elkartean langile

Euskal Herrian ontzigintzaz gehien dakien pertsona Albaolako presidentea da eta, beraz gain, ondarean, ontzigintzan eta historian adituak diren pertsonak egiten dute bertan lan. Profesionaltasuna eta sinesgarritasuna ukaezinak dira.

Nazioartekotasuna

Bai elkarteak sortutako harreman sareengatik zein ontzigintza eskolako ikasleengatik, Albaola jatorri ezberdineko jende askoren helmuga da. Nazioartean ontzigintzak hainbat espazio publiko hartzen ditu, haien artean konferentzia garrantzitsuak, eta Albaola haien parte izan da.

Sare sozial erabilienetan presentzia, eguneraketa eta interakzioa

Plangintza formalik ez, baina sare sozial erabilienetarako eguneraketa izaten dute eta jarraitzaileek argitalpenei erantzuten diete hiru sare sozial nagusitan, edukia moldatu egiten delako.

Aukerak

Berpiztu diru-laguntza publikoa

Berpiztu planak elkartearen baliabide digitalen garapena eta aplikaziorako diru-laguntza publikoa eskainiko du, modu honetara langileek eraginkortasuna irabaziko dute eta kalitate altuagoko lana egin ahal izango dute. Egun lan gehiena era digitalean egiten da eta inbertsio honek langileak lagun ditzake.

Filosofiarekiko duen koherentzia transmititzeko aukera

Elkarteak bere balioekiko eta filosofiarekiko duen konpromisoa eta koherentzia publikora transmititzeko aukera du, eguneroko jarduna haietan oinarritzen dutelako eta erabakiak



haien arabera hartzen direlako. Beraz, publikoa bertaratzen denean koherentzia hori ikus dezake.

Gauza bera egiten duen antolakunderik ez Euskal Herrian

Itsasoarekin lotutako hainbat elkarte dauden arren, ontzigintza tradizionalaren eta itsas ondarearen babesean diharduen erakunderik ez dago. Horrek Albaolari eskusibotasuna eta aitzindari izateko aukera ematen dio, bai Euskal Herri mailan eta bai, kasu onenean, nazioartean ere.

Ezagutzaren transmisioa

Balioetan (ikus balioak 12. orrialdean) azaltzen den bezala, Aprendiztegi Lance Lee Nazioarteko Ontzigintza Eskolarekin oraindik argitaratu gabekoa, baina ikertutakoa hurrengo belaunaldiei transmititzeko proiektua da. Elkarreak urte luzez jarrai dezake ondarea berreskuratzen modu honetan.

Hirugarren sektorearen indarra herrian

Turismoa erakartzen duen herria da Pasaia eta Donostiatik gertu dagoena, beraz, zerbitzuak ez dira falta inguruan. Honek jendea erakartzen du herrira eta zerbitzuak hobetzera bultzatu udaletxea.

Museoaren berririkiera Aste Santurako

Aste Santuan museoa lan batzuk aurreratuta berrireki zen eta diru-iturri gehiago eskuratzeko aukera izan zen. Museoa irekita edukitzea oso erakusleiho garrantzitsua da elkartearentzat.

Newsletterra

Egun newsletterra gutxitan bidaltzen da, baina bidaltzen denean erantzun positiboak eskuratzen ditu eta interesatuta dagoen pertsonarekin modu pertsonalizatu batean komunikatzeko aukera ematen du. Gaur gaurkoz zaila da newsletteren bidalketa egitea tresna faltagatik.

4. HELBURUAK

25. urteurrena dela eta egingo den kanpaina komunikatiboak jomuga propioak izango ditu, hala amaiera aldera hauek berreskuratu eta helburuak zein puntura arte bete diren ala ez jakiteko. Prozesuan zehar garapena ere ebaluatuko da. Albaolak kanpaina honekin lortu nahi duena da **jendeak ikusi dezan elkartea ez zela 2014an San Juan baleontziaren eraikuntzarekin hasi, urte batzuk lehenago baizik, eta uste baino historia luzeagoa dutela atzetik**. Izan ere, lehen aipatu bezala, Albaola interes publikora sartzeko bultzada XVI. mendeko itsasontziaren eraikuntzak eman zion, oso ezagun egin zituen mundu mailan eta publiko orokorrak elkartearen bidea horregatik eta horretarako egin zela pentsatzen du (Novillo, 2022). Hortaz, elkartetik urteurrena erabili nahi da aditzera emateko **25 urte daramatzatela itsas ondarearen berreskurapenean lanean** eta horregatik bihurtu direla erreferente mundu mailan (Agote, 2022). Urte hauetan egin dituzten harreman guztiek gaur egun itsas ondarearen munduan duten posizionamendu hori eskaini die eta itsasoaren munduan murgilduta dagoen orok badaki hori (Novillo, 2022). Beraz, plangintza honekin komunikatu nahi dena da **25 urte oparo eta oso daramatela itsas ondarearekin eta ondarearentzat lanean, eta adituak direla**.

Helburu komunikatiboei dagokienez, jarraian zerrendatutakoak izango dira atalez atal plangintza hau landu bitartean baloratu beharrekoak:

4.1 Orokorrak

Elkarreak jada dituen marketin helburuak lortzen lagunduko du kanpainak, esaterako, babesleak erakartzen edota museorako sarrera gehitzen. Denbora-tarte zehatz batean jardungo duen kanpaina denez, komunikazio eta marketin helburu orokorrei eskaintza egingo die, baina hauek ez dira ardatz izango.

4.2 Hedabideak

Prentsa

- 6 prentsa ohar bidali, bi hilero bat.
- 18 agerraldi lortu. Prentsa ohar bakoitza bi bertako hedabide eta estatu mailako batean azaldu (paperean edo digitalean). Beraz, 12 agerraldi bertako hedabideetan eta 6 estatu mailako hedabideetan.
- Zehaztutako posizionamendu atributuak albistean agertzea.

Irratia

- 6 prentsa ohar bidali, bi hilero bat.
- 6 aipamen lortu, haietatik lau bertako irrati batean eta beste bi estatu mailakoetan.
- Zehaztutako posizionamendu atributuak albistean aipatzea.

4.3 Sare sozialak

Facebook

- 11.300 jarraitzaile (138 faltan) lortu. Hilabetero 11 eta 12 jarraitzaile artean lortu bataz bestean.
- 5 iruzkin lortzea argitalpeneko eta 50 aldiz elkarbanatu izana.
- Argitalpenari *Datsegit* ematen dietenen artean %55ak jarritako estekan klik egin izana.
- Hilabetero ehuneko positiboa lortzea orrialde bisitetan.
- Hilabetero ehuneko positiboa lortzea orrialdeko *Datsegit*-etan.
- Argitalpenaren iritsiera -%20 eta ehuneko positiboaren artean mantentzea.

Twitter

- 3.000 jarraitzaile (122 faltan)
- 10 *Datsegit* lortzea eta 3 birtxio argitalpeneko
- 8.000 inpresiotara iristea hilabeteko errebasoan (14.000 izan ziren 2021eko abenduan)
- Perfilera 1.200 bisita lortzea (1.434 izan ziren 2021eko abenduan)
- 30 aipamen beste kontuetan (2021eko abenduan 30 lortu ziren)

Instagram

- 5.010 jarraitzaile lortzea (112 faltan), 9 eta 10 jarraitzaile bitartean hilabetero, batz bestean).
- 3500 pertsonako irismena lortzea (3216 izan zen batz bestekoa 2021ean).
- Interakzioa: Gutxienez 3 komentario publikazioko eta esteka bat egotekotan gutxienez 80 pertsonak bisitatu izana.
- Instagram Storyetan edukia ikusi dutenen %5ak *Datsegit* ematea eta 4 erreakzio story bakoitzeko.

4.4 Webgunea

- Bisitariak %11 handitzea (3.014), horietatik berriak %70 izatea
- Bisitak 3.700 izatea (3.614 izan ziren 2021eko abenduan)
- Bisitari bakoitzeko bisitak 1,33tik 1,5era igotzea
- Bisitako ikusitako orriak 3ra igotzea (2,84 izan zen 2021eko abenduan)
- Bisitako batz besteko denbora minutu erdian luzatzea (00:02:33)
- Errebote-tasa %40ra jaistea (%52,91 izan zen 2021eko abenduan)

4.5 Ekitaldiak

- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean
- Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean
- Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko
- Ekitaldi guztietatik bik aditu edo iritzi liderren baten aitortza edo babes jaso izana

Ekitaldietarako helburuak ezartzerako orduan kontuan hartu behar da ez direla lehendik halako asmo eta formatura egokitutako ekitaldiak egin, beraz, ez dago erreferentziazko zenbakirik, elkarrekin lortu nahiko lukeen parte-hartzaile zenbakia eta hedabideetako hedapena soilik.

5. XEDE-TALDEAK

Itsas mundua, ontzien eraikuntza eta historian interesa duen jendearentzako elkartea da Albaola, gertutasunagatik gehienbat Euskal Herriko mailako biztanleriarentzat, baina nazioartean zabaldutakoa. **Maila sozioekonomiko ertaina eta erretiratutako jendea izaten da publiko ohikoena**, nahiz eta hardun familiak eta ikastolak ere gerturaten diren. Arteagatik eta historiagatik gutxieneko jakin-mina duen biztanleria zatia gerturaten da, egun itsas ondarea mantentzearen garrantzia ulertzen duena eta babestu nahi duena.

Gerturaten den orok **jarrera positiboa** izaten du, boluntario moduan, bisitari moduan ala sustatzaile moduan bertaraten delako; askok ekonomikoki laguntzen dute eta beste batzuk jakintzaren hedapenean (blog, sare sozial edota erreportaje bidez).

Plangintza honetan xede-talde ezberdinak egongo dira, komunikazio ekintzak bide ezberdinetatik egingo direlako eta formatu bakoitzean publiko ezberdin batera iritsi nahi izango delako.

5.1 Lehen mailako xede-taldeak

Boluntarioak

Oro har, proiektuarekin hurbiltasun eta interesa izango duen publikoa izango da, urteurrenaz nolabait jakitun izan eta tarte interesgarri bat pasatu nahi duen jendea. Gertu bizi den jendea da. Albaolaren garrantziaz jakitun da eta proiektua babestu nahi du parte hartuz. **Faktoria-museoaren berezitasuna ezagutzen du eta antolatzen diren proiektuen balio-transmisioa interesatzen zaio.**

Albaolaren bezero eta bezerogaiak

Urteurrenaren harira egingo diren ekintzetarako sare sozialetatik edota hedabideetatik erakarrirako publikoa izango dira. **Lehen mailako xede taldea** da, lehentasun handia

edukiko duena eta Albaolaren **ibilbide oparo eta luzearen jarraipena** transmititu nahiko zaiona. Sare sozialetan jada parte hartzen duen jendea eta noizean behin Albaolak antolatutako ekitaldiren batera jada etorri dena. Jarraitzaile direnak, noizbait izan direnak eta elkarteak ezagutu bai, baina sare sozialetako jardueraren berri ez duen jendea sartuko da talde honetan. Baita itsasoa, ontzigintza eta erlazioa duen historian interesa duen jendea, horretaz dihardu eta Albaolak sareetan ere.

Geografikoki Euskal Herria da publiko eta publiko potentzial gehien biltzen den gunea, gehienbat museoa bisitatzeko deialdia egiterako orduan. Baina interesdun eta jarraitzaileak **estatu mailara, Europa mendebaldera zein Ameriketara zabaltzen dira, ekintzetara etorri ez, baina egiten diren gauzen berri izan nahi duen jendea** izango da. Parte hartzailea da, online dela ala off line dela. Horregatik, sare sozialetan argitaratzen den oro bi hizkuntzatan idatziko da gutxienez (euskaraz eta gaztelaniaz), eta gertaera garrantzitsuak lau hizkuntzatan (euskaraz, gaztelaniaz, frantsesez eta ingelesez).

Sektoreko profesionalak

Elkartean balioak konpartitzen dituzten bestelako elkarte edo pertsonak dira, haiekin **sinergiak egitea bilatzen da** elkarren artean hedapena emateko. Ondare elkarteak, antzeko proiektuak ala ontzigile profesionalak dira honakoak. Estatu mailan ala nazioartean hedapena lortzen duen jendea da, **itsas ondarearen mundua ulertzen du**. Inguruan halako gutxi daudenez urrunagoko agenteetara joan ohi da maiz eta bertako publikoa erakartzen da (Frantziaren kasua). Garrantzitsuak dira ekitaldiak antolatzerakoan (itsas festibalak) eta kongresu profesionaletara joaterakoan elkarteak zeresana eskuratzen duelako eta, beraz, haien burmuinetan erreferente eta helegite izatea garrantzitsua da.

Babesleak

Proiektuaren bideragarritasuna eta garrantzia azpimarratze aldera, laguntza ekonomikoa edota materiala eskaintzen diote elkarteari, baita ikusgarritasuna eta notorietatea ere. **Albaola elkarteak faktoria bat baino gehiago** dela erakustarazi behar zaie, San Juan baleontzia baino lehenago hasi zela lanean eta proiektuak handitzen jarraitzen duela. Gainera, babesleak elkartearekin edukiko duten loturan **balioen elkarbanaketa bat egongo**

da eta interesgarria izan daiteke askorentzat rebranding ala balio bat indartze aldera. Lehen mailako lehentasuna duen xede-taldea da hau ere.

5.2 Bigarren mailako xede-taldeak

Berebizikoak diren xede-taldea dira, baina lehen kasuetan masa hedabideen bitartez komunikatzen denean soilik izango dira xede-talde eta, beste biak, helmuga baino, gure xede-taldera iristeko bitarteko ala kanal funtzioa egiten dute.

Euskal Herriko publiko orokorra (gizartea)

Gizarte orokorraren artean **ezagutzea eta aintzatetsia izatea** lehentasun handia duen asmoa da, itsas kulturaren erreferente izateko bidean jendearen pertzepzioan ere hala izateko. Atzerritarren bati euskal historia azaldu nahi dion orok Albaola bisitatzeko ideia izan dezan nahi da, itsas kultura euskal historiaren parte egitea jendartean, ondare ez inmaterialari ematen zaion balioa lurralde oso baten balioetara transmitituz.

Hedabideak

Komunikabideak ere **zabalkuntzarako bide oso garrantzitsua dira** eta izango dira. Gehienbat prentsa oharrak argitaratzeko tresna izango dira, hala, masetara modu zuzen eta eraginkorrean heltzeko. Kanpainaren target izango dira publicity-az baliatuko delako albiste oro, hortaz, gertaerak interesekoak eta nahikoa deigarriak izan beharko dira. Ekintza oso berezi bat izan ezean, geografikoki Euskal Autonomia Erkidegoko hedabideetara zuzendutako prentsa oharrak eta ikus-entzunezko materiala izango dira.

Iritzi liderrak / adituak

Ondare balioa emango dioten iritzi lider edo adituei ere zuzendu nahi da, **komunikatzen den oro berresteko sinesgarritasuna dutelako eta gaiarekiko hedapen handi eta eraginkorrak dituztelako**, bai xede taldeak elkaratearekiko duen sinesgarritasunean eragiteko, bai sektoreko jendearen interesa pizteko. Dena dela, bigarren mailako xede-taldea dira, Albaolak komunikatu dezakeen oro baina gehiago jakin dezaketelako eta Albaolaren erreferentzialtasun eta nazioartekotasunaz, adibidez, jada jakitun direlako.

Erakunde publikoak

Elkartearen finantzaketa zati bat diru publikoa denez, erakunde publikoek ekarpen monetarioak zein presentzialak egiten dituzte proiektuaren zeresana hedatze aldera. Egia da estatu mailako ala nazioarteko erakunde publikoetako **ordezkariak aitortzen duten prestigioa baloratzekoa dela, baina irudi instituzionalizatutik haratago joan nahi da**. Hortaz, elkartetik haien autonomia eta erabakitze askatasuna aldarrikatzen dute eta xede-talde honek lehentasun baxua edukiko luke.

5.3 Buyer Personak

Jarraian lehen mailako xed-taldeen Buyer Personak agertzen dira eta bigarren mailako xede-taldeen Buyer Personak **7. eranskinean** kontsulta daitezke.

Boluntarioa

6. irudia: Boluntarioaren Buyer Persona






MAITE LACUNZA

Ezkonduta dago eta bi alaba ditu, baina kanpoan bizi dira. Laster hartuko du erretiroa.

MOTIBAZIOAK

- Ordu gutxi egiten ditu lan egunean hala nahi duelako eta bestelako proiektuetan hartzen du parte.
- Frantsesa ikasi nahi du, baina ez du gela batean sartu nahi horretarako.
- Baratzean ibiltzea gustatzen zaio.

INFORMAZIO PERTSONALA

-  58 urte
-  Pasai Donibane
-  Administraria

BOLUNTARIOA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Gauza txikiak eginez gauza handiak eraiki daitezkeela erakusten dio, eta inoiz pentsatuko ez lituzkeen gauzak probatzen ditu bertan.
- Nazioarteko ikasleekin frantsesa praktikatzan ari da.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

Albaolaren bezero edo bezerogaia

7. irudia: Albaolaren bezero edo bezerogaiaren Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

- 62 urte
- Pasai Antxo
- Jubilatua

RAMON MANTEROLA

Tolosatik Antxora etorri zen bizitzera portuan garraiolari modura lan egiteko. Ezkonduta dago.

MOTIBAZIOAK

- Itsasoa asko gustatzen zaio, Pasaia badi inguratzen joaten da goizetan egunero.
- "Manitas" bat izan da beti eta gauzak konpontzea gustatzen zaio.

BEZERO EDO BEZEROGAIA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Portua bizirik mantentzen ari direla uste du. Haiek ez egitekotan beste inork egingo ez lituzkeen gauzak egiten dituztela.
- Bideoetan ontzigileek ontziak nola egiten dituzten ikustea gustatzen zaio eta horregatik jarraitzen ditu Albaolaren sare sozialak.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

Sektoreko profesionala

8. irudia: Sektoreko profesionalaren Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

- 70 urte
- Angelu
- Jubilatua

JÉRÔME BEAUMONT

Ezkonduta dago eta arotz jubilatua da, betidanik gustatu izan zaio brikolajea eta Albaolan boluntario joaten da astean behin.

MOTIBAZIOAK

- Jende onez inguratuta eta hamaiketakoa ematen duten tokietan gustora egoten da.
- Egurrezko ontzi bat du Angeluko portuan amarratuta eta Itsas Egun Haizeak elkartean izena emanda dago.

SEKTOREKO PROFESIONALA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Boluntarioki eta nahi duenean ontziak, piezak, belak edo sokak egitera joaten da.
- Pasaia Itsas Festibalean parte hartzeko aukera du bere ontzi tradizionalarekin.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

Babeslea

9. irudia: Babeslearen Buyer Persona



**INFORMAZIO
PERTSONALA**

-  42 urte
-  Zumaia
-  Zuzendaria

IZASKUN URBIARAN

Labeak egiten dituen enpresako zuzendaria da. Ez dago ezkontuta eta haur bat dauka.

MOTIBAZIOAK

- Ingurumenarekin oso kontzientziatuta dago. Begetarianoa da.
- Orain gutxi da zuzendaria eta enpresaren irudia aldatzea da helburuetako bat.

BABESLEA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Albaolaren balioen transmisioa nahi du bere enpresaren irudirako.
- Ekologismoa eguneroko ekintza txikiekin zaintzen dela uste du eta ontzigitzaren sektorean ere aplikatzea ideia bikaina iruditzen zaio.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

6. ESTRATEGIA

1997an hasi eta hogeita bost urtetako historia luze eta oparoa kalean, sare sozialetan eta prentsa-ekintza ezberdinetan islatzeko modua topatu nahi da, bai digitalki eta baita presentzialki ere. Egin diren ekimen, bidai edo jaso diren aitorten eta sariak xede-talde ezberdinei zuzenduko zaizkie **urte beten antolatuko diren ekintza-multzoan**. Horretarako, ardatz kreatiboa, gako-mezuak eta edukien antolaketa estrategikoa zehaztuko dira hurrengo puntuetan.

6.1 Posizionamendu estrategia

Albaolak duen **posizionamendu estrategia mantenduko da**, eta hori zabaltzea eta indartzea bilatuko da. Publiko objetiboaren burmuinetan posizionatzeko estrategia Albaolak jada daukan posizionamendua mantentzea da, baina hilabetero transmititu nahi izango den mezu konkretua igartzea ere lortuko nahiko da eta elkarteaz duten hautematea zabaltzea, hala, planaren helburuetara jotzeko. Hortaz, **posizionamendu atributuak** hurrengoak lirateke:

- “Ontzigintzan erreferenteak gara munduan”
- “Nazioartekoak gara”
- “Proiektuak etengabe egiten ditugu”
- “Kanpaina honekin bereziki elkarteak izan duen historia luzea azpimarratu nahi da eta urte guzti haietan lortutako mugarri garrantzitsuenak gogorarazi”

Posizionamendu atributuak **zein neurritan betetzen diren jakiteko hedabideetan eta sare sozialetan egindako aipemenak ere begiratuko dira**, errelatoa zehaztutako atributuekin eta haietako zenbatekin zein punturaino lotu duten jakiteko.

6.2 Hedapen estrategia

Hedabideetan ahalik eta agerpen gehien lortu doako hedapen masiboa lortu nahi izango da. Antolatuko diren ekintza guztiak sare sozialen bidez jakinaraziko dira, hauek direlako elkartearen bide propioak. Baina haiez gainera, publiko orokorrago bat erakarri nahiko da interes publiko orokorrago bati zuzendutako ekintzak antolatuz. Pull marketin estrategia erabiliko da, xede-taldeei egokitutako baliozko edukia eta esperientzia eskainiz eta, hala, publikoa elkarreak antolatutako ekintzetara erakarriz (HubSpot, 2022).

6.3 Fidelizazio estrategia

Hedapen estrategiaz gain publikoa fidelizatzea ere lortu nahi da, horretarako bai bezero berrien zein orain arte Albaolarekin jardun duten jendearentzako ekintzak proposatuko dira, partehartzaileak baloratu eta haiek eskertuko dituzten aitortzak eginez eta eskerrak emanez. Boluntarioen pertzepziorako marka koherentea eta leiala izaten jarraituko du, konfiantza mantendu dadin.

6.4 Ardatz kreatiboa

Lortu nahi den posizionamendua oinarrian jarraipen bat denez, **eduki kreatiboa** ere orain arte **egin denaren segida mantenduz** egingo da. Definitutako posizionamendu estrategia transmititzeko erabiliko den leloa:

Albaola 25 urtez eraikitzen



Elkartearen historia zein eguneroko jardun orokorrari egiten dio erreferentzia. Esaldiaren elipsiak bide ematen dio Albaola eraikitzen ari dena anitza dela ulertzeari, materiala zein inmateriala izan daitekeela, hain zuzen.

Leloari *hashtag* bat gehitzea erabaki da elkarteak maneiatzen dituen lau hizkuntzak direla eta, elkartearen urteurrenarekin lotu nahi izan delako, baina ez hizkuntza batekin zehazki, hala nazionalitate edota hizkuntza ezberdina duen orok errazago erabili eta zabaldu ahal izango du elkarbanatutakoa.

#albaola25

Kanpaina berezitua ezberdintze aldera, Albaolako kontutik iragarritako publikazio bakoitzak *#albaola25* mezua izango du ikusgarri eta elkartearen logoari 25 zenbakia txertatuko zaio urtean zeharreko bidalketa edo komunikatu guztietan (prentsa oharretan, esaterako).

Sare sozialei dagokienez, elementu korporatibo batzuk gaiaren arabera aldatuko dira, hau da, **nortasun bisuala egokitu da hilabetero koloreen bitartez**. Hilabete bakoitzeko gaiari kolore bat txertatuko zaio eta Facebook eta Twitterreko goiburuko argazkia aldatuko da kolore horretako ertzak dituela. Hala, hilabete bakarrean gai antzekoa dituzten mugarririk jorratuko dira eta gai aldaketa dagoenean ezberdintzea are errazagoa izango da ikus-baliabideen bitartez. Ekitaldietan 25 zenbakiak presentzia izango du, denaren gainetik azpimarratu nahi den aspektua delako.

6.5 Transmitituko diren gako-mezuak

Proiektu osoan zehar badira zenbat mezu publikoari helarazi nahi izango zaizkionak, baina **gehienetan inplizituki** egingo direnak. Hortaz, zuzenean esan baino, **moldatutako copy batean uler daitezkeen gako-mezuak transmitituko dira**. Publiko xede-talde bakoitzarentzat intereseko gako-mezu bat edo bi transmitituko zaizkie bereziki, nahiz eta gainontzekoak ere errelatoan txertaturik joango diren.

Boluntarioak

- “Oso eskertuta gaude laguntzen gaituzuelako, ondarea berreraikitze **lanak ez du etenik izango Albaolan**”.

Albaolaren bezeroak eta bezerogaiak

- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze **lanak ez du etenik izango Albaolan**”.
- “Orain dela **25 urtetik proiektuak etengabe** egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.

Sektoreko profesionalak

- “**Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen** jarraitzen dugu profesionaltasunez”.

Babesleak

- “Elkarte profesionala gara eta **erreferenteak** izateko helburua dugu”.
- “Enpresari transmititu diezazkiokegun **balio boterestuak lantzen ditugu** eta **ikusgarritasuna** izaten dugu”.

Bigarren mailako xede-taldeak:

Euskal Herriko publiko orokorra (gizartea)

- “Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira **gizartea aberasteko** eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko”.
- “Orain dela **25 urtetik proiektuak etengabe** egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.

Hedabideak

- “Albistea informatiboki interesgarria da, eta oso **erakargarriak** eta **ikusgarriak** dira **ontzien eraikuntzak zein elkartearen istorioak**”.



Iritzi liderrak / Adituak

- “Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez”.

Erakunde publikoak

- “Nazioarteko mailako sareak eta harreman sendoak ditugu”.

Bide beretik, mezua ahalik eta garbiena izan dadin, esplizituki hurrengoak hartuko dira kontutan:

- Ondo ezberdindu 25. urteurrenaz noiz ari garen, sare sozial propioetan **#albaola25** erabiliz.
- Ondo ezberdindu elkarteak eta faktoria:
 - **Elkarteak** 25 urte egiten ditu.
 - **Faktoria** (lantegiak, eraikuntzarako piezak egiteko erabiltzen den tokiak) orain gutxi egin ditu 7 urte, San Juan Baleontziaren eraikuntzarekin batera.
- **Babesleei** keinu bat egin ahal denean.

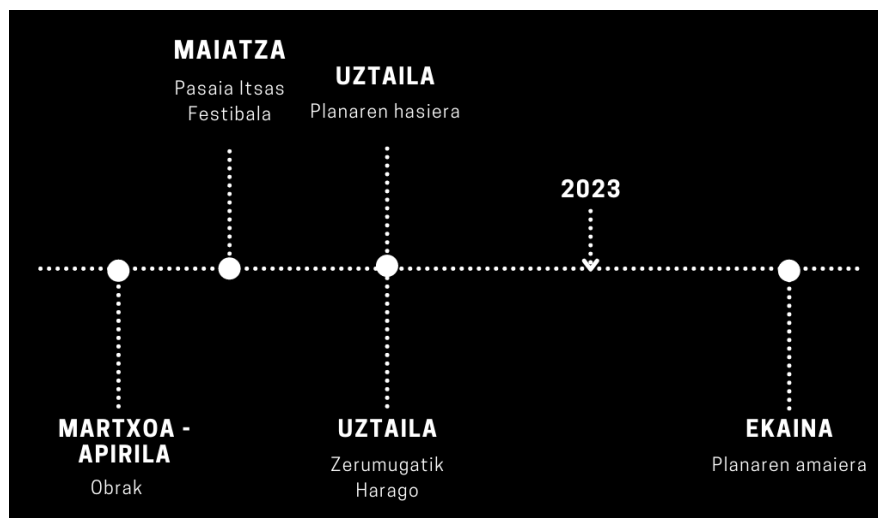
7. EKINTZAK

7.1 Testuingurua

Komunikazio kanpainak presentzia izango du **online zein offline** alorretan eta zortzi xede-talde ezberdinei bideratutako ekintza komunikatiboak izango dira. **Hedabideetan, sare sozialetan zein ekitaldietan** oinarrituko den plana izango da.

Urte beteko iraupena izango badu ere, aurretiko prestaketa zazpi hilabete lehenago hasi da, uztailean jada martxan jartzeko. Faktoria-museoaren testuingurua kontuan hartuta, berreraikitze lanak zirela eta 2022ko urtarriletik apirilera arte museoa itxita egon zen eta 2022ko maiatzean Albaolak Pasaia Udalarekin batera antolatzen duen Pasaia Itsas Festibalak hartuko du leku. Festibalaren amaierarekin batera sartuko litzateke plana indarrean, nahiz eta festibalaren ondorengo komunikazioarekin eta Elkano Fundazioaren urteurrena dela eta antolatutako *Zerumugatik Harago* ekitaldiarekin kointzidituko duen. Enara Novillo komunikazio arduradunaren esanetan Albaolako sare sozialetan bada hiru gertaera horientzako leku, alde batetik, Pasaia Itsas Festibala Albaolaren beraren proiektua ere badelako eta Elkano Fundazioarekin egindako elkarlana udan soilik ospatuko delako.

10. irudia: Urtebeten gertatuko diren ekintza esanguratsuenen denbora-lerroa



Iturria: Norberak egina

Kanpaina bisualki erakargarria eta ulerterraza egin nahi izan da, horretarako aurretiko **dokumentazio lana** egin eta, ondorioz, ideiak orden logiko batean sailkatu dira. Dokumentazio lanaren oinarrian Albaolatik bertatik ateratako informazioa dago, bertako artxibotik eta Albaolak urtero osatzen duen memoriatik ere datu ugari hartu dira. Elkartek berak gordetzen dituen dokumentuetara sarbidea izan denez, bertan ontziolaren hasieratik jazo diren mugarrak bilduz joan eta bertako fundatzaile zein langileekin kontrastatu dira, **elkartearentzat interesgarrienak edo garrantzitsuenak diren gertaerak ezinbestean azaltzeko**. Clipping-ak ere zeresana izan du, hedabideetan elkartek egin duen agerraldi bakoitzak datak eta informazio gehigarria eskuratzen lagundu baitu.

Iturri pertsonalei dagokienez, planaren prestaketak iraun duen denboran Albaolako komunikazio taldearekin harreman etengabea mantendu da eta **Enara Novillo, Xabier Agote eta Mikel Leoz arduradunak elkarrizketatu** dira. Itsas ondarean mundu ezezagunean barneratzen, mugari garrantzitsuen zeresana ulertzen eta elkartearen funtsezko interesak transmititzeko moduak ezagutu dira horrela.

7.2 Teknikak

Ekintzak proposatzerako, oro har, harreman publikoak eta online marketin zuzena egingo dira. **Publizitate ordaindua ez da egingo**, baina babesletza-kontratu batetik lortutako faldoiak aprobetxatuko dira hilabeteen behin.

Harreman publikoak lantzerakoan **publicity**-a lortu nahiko da prentsa ohar bat bidaltzen denean eta hala publiko orokorrago bati ekitaldia jakitera eman. Hortaz, harreman publikoen bigarren teknika ekitaldi horiek antolatzea izango da, dena onlinera mugatu beharrean, xede-taldea ikusita, fisikoki ere ekitaldi ezberdinak antolatuko dira.

Marketin zuzenari dagokionez, **email marketina** posta elektronikoa erabiltzen denetan egingo da, **sare sozialen marketina** edozein jakinarazten ala azalpen ematerakoan, eta pull estrategia argitaratutakoarekin edo antolatutakoarekin norbait konkretuki erakarri nahiko denean.

7.3 Edukien antolaketa estrategikoa

Edukia antolatzeko elkartearen historian zehar ospatu diren gertakari garrantzitsuenak identifikatu eta presidentearekin kontrastatu dira. Ikerketa honetatik ateratako mugarriei publiko orokorren aurrean zentzu bat emate aldera, gertakari guztiak gai zabaletan sailkatu dira estrategikoki eta, haren atzetik, ekintzak pentsatu dira. Hilabeteko gai bat jorratuko da eta gai bakoitzeko hainbat mugari historiko. Hortaz, jarraian gai bakoitzaren nondik norakoa azaltzen da, ondorengo atalean bakoitzari egokitutako ekintzak zehazteko.

Lehen hilabetea 2022ko uztaila izango da eta gaia “**SORRERA**” izango da. Bertan barne hartuko dira elkartearen bilakaera eta garatzen joan diren **espazio ezberdinen mugariak**, hala nola, elkartearen sorrera, ontziola, Ondartxo, faktoria, faktoria proiektu garrantzitsuetarako prestatu denekoa...

Jarraian “**ONDAREA**” erakutsi nahiko da, elkartean hogeita bost urtetan zehar **eraiki edo zaharberritu dituen ontzi** ezberdinak aurkeztuz. Batetik, Albaolak berreskuratu edo zaharberritu dituen ontziak daude, bestetik, kanpo enprekin kolaborazioan eraikitako ontziak eta, azkenik, Aprendiztegi Lance Lee Nazioarteko Ontzigintza Eskolak eraikitakoak.

Irailean “**AITORTZAK**” azpimarratuko dira, elkarte eta **proiektua ezagunagoa eta sinesgarriagoa egiten duten sariak**. Aipagarrienen artean daude Unescok San Juan Baleontziari emandako Urpeko Kultur Ondarearen Aitorpena, Interes Publikoko Elkartea saria edo Turismo Jasangarria saria.

Babesleei eta laguntzaileei ere keinu berezia egin nahi zaie “**BIDELAGUN**”en hilabetean, elkartearen **iturri material edota ekonomiko garrantzitsua** baitira, izan ere, elkartearen hastapena crowdfunding kanpaina batekin hasi zen Estatu Batuetan. Egun proiektua babesten dutenak bilduko dira: Arzak, Irizar, Diario Vasco, erakunde publikoak, mikrobabesleak (San Juanaren pieza bat babestuz laguntzen dutenak) eta kaleko jendeak egindako ekarpen ekonomikoak.

“**EGITASMOAK**” ere anitzak izan dira Albaolan, haien artean azpimarratu nahi lirateke. Enpresek haien ekitaldiak antolatzen erabilitako espazioa ere bada elkarte eta **milaka forma hartu ditu** urtetan zehar.



Beste gai garrantzitsu bat **“IKERKETA”** da, **itsas ondarearen berreskurapenerako oinarri** askoren parte izan da Albaola. Esaterako, liburuak idatzi dira (Behotuk, EH Itsastarra, Gure Itsasontziak, Lanbideak saila...), ontziak eraiki ahal izateko inguruaren eta ontziaren ikerketa egiten da, munduan zehar konferentziak ematen dituzte ontzigintzaren aditu modura (Congreso Nao Victoria, Unesco, Chile, Canada...), Bale Labeak eraiki dira, arkeonabigazioak egin, ogibide tradizionalak berreskuratu, etab.

2023ko urtarilean **“PROIEKTUAK”** aipatuko dira eta elkarteak bere esku dituen proiektu edo **ildo nagusiak** bilduko dira. Garrantzitsuenak Pasaia Itsas Festibala, ontziola-museoa eta Aprendiztegi ontzigintza eskola dira.

Albaola **“ITSAS KULTURAREN ENBAXADORE”** den aldetik, munduan zehar ezaguna egitera eraman dituen itsas festibaletan parte hartu dute: Semaine du Golf, Encontros, Brest-Douarnenez... Gainera, herrialde ezberdinetan konferentziak eskaini dituzte eta erakusketak ere diseinatzen dituzte **itsas ondarearen dibulgaziorako**.

“ESPEDIZIOAK” egiteak egiten du itsas ondarearen elkarte bat bere **jatorrietara itzultzea**, eta Albaolak ere hainbat egin izan ditu bere historian zehar: Apaizac Obeto, Navigating Peace, Galiziaruntz, Gure Ibaiak, Atlantic Challenge, etab.

Jendarteratzea eta presentzia horren garrantzitsua den elkarte batentzako gai nagusia dira **“KOMUNIKABIDEAK”**. Hedabideetan izandako **agerpen garrantzitsuak** mugarri izan dira zenbaitetan, hala nola, National Geographic-eko erreportaje sakona, British Society, Jot Down, Conde Nast, Iberia Excelente, Chasse Marée edo Wooden Boat aldizkarietan.

“BISITA BEREZIAK” ere izan ditu elkarteak eta **prestigio zein presentzia** eskaintzen diote. Maiatzean landuko dira. Mugarri izan dira enbaxadoreen bisitak, presidenteenak, sektoreko pertsona garrantzitsuenak (Mark Kulanski, Lance Lee) edo itsas ondarearen aitortzarekin zerikusia duten pertsonak.

Azken gaia **“TALDEA”** da, elkartea sortzen duen jende mutzoa. Langileak bai, baina **boluntarioen** aldetik ere lan itzela dago aurreko proiektu guztiak aurrera eramateko eta gai zein mugarri dira asko Albaolarentzat, **sare bat sortzen dugu** denok eta komunikatu egiten dugu.

7.4 Ekintzen azalpena

Jarraian hilabeteka antolatuta dauden gai orokor bakoitzean jorratuko diren mugarrak banan banan azalduko dira. Ekintza hauekin ez da funtsean ekarpen ekonomikoa bilatzen, ongiatorria izango da, baina **presentzia bermatzea eta urte betez jendearen gogoan irautea da helburua**. Hortaz, hilabete gehienetan ekintza presentzialak eta sare sozialetako argitalpena daude aurreikusita, baita hedabideetan agerpenak ere.

a) Faldoiak

Hilero babesletza-kontratu bati esker eskuratutako faldoiak bidaliko dira Diario Vascora. Publizitate formatu garestiak eta eragingarriak dira, beraz, aprobetxatu eta **hilabetero Euskal Herriko publiko orokorrera bideratu nahi den mugarrari eskainiko** zaio faldoia. Prentsa oharrek emaitzarik ematen ez dutenean masa hedabideetako audientziara heltzeko alternatiba izango dira.

Igandetan argitaratuko dira faldoiak, hortaz, bidali baino aste bete lehenago diseinatu eta egunkarira bidaliko dira jada ezarrita dagoen protokoloaren arabera.

- KPI: Eskuz kontatuko da, baina denak argitaratuko dira.

- Aurrekontua: 204,60 € lan ordutan

b) Sare sozialetako edukia

Bi motatako sare sozialetako edukia erabiliko da. Guztiek sare sozialetara bideratutako helburuak betetzeaz gain, ekitaldien helburuak lortzen lagunduko dute.

Bata, ekintzen berri emateko argitalpenak, zeinak ekintza gertatu baino pare bat egun lehenago argitaratuko diren jakinarazteko eta ondoren izandakoaren argazkiak erakutsiko diren. Bestea, mugarraren arabera eduki propioa ekoitzi eta sare sozialetarako

diseinatutako piezetan argitaratuko da eta, oro har, Albaolako bezero zein bezero potentzialei zuzenduko zaie.

- KPI:

- Aurrekontua: 732,60 € lan ordutan

Azken hauek banaka azalduko dira jarraian:

- **Espazioen bilakaera**

Sare sozialetan 25. urteurreneko prentsaurrekoan emandako informazioa emango da moldatuta, argazki erakusketaren berri emango da eta, gainera, bertan ikus daitezkeen espazio garrantzitsuenak post eran argitaratuko dira, azalpen batzuekin.

- **Ontzien argazkiak erakutsi xehetasun teknikoekin**

Albaolaren ontzi esanguratsuenak hautatuko dira eta haien eraikuntzari buruzko informazio teknikoak edo istorioak kontatuko dira. Jarraitzaile askok interes berezia izaten dute xehetasun tekniko eta haien zergatien azalpenean, museoko bisitetan ere azaltzen dira batzuk.

- **Elkarte sarituak**

Sari banaketan emango diren sariak gero sare sozialetara moldatutako edukiak aurkeztuko dira, sari mota, elkarte saritua eta zergati labur bat aurkeztuz. Posizionamendua lortu nahi da, harreman-sareak sortu eta inguruko sare sozialetan azaltzea.

- **Albaolaren aitortzak azaldu**

Sarien tirada aprobeztatuz, elkarteak eskuratu dituen aitortza esanguratsuenak ere modu labur batean aurkeztuko dira. Elkartearen profesionaltasuna eta proiektuen kalitatea balorean jarri nahi da horrela.

- **Babesleei eskerrak emateko argazkia**

Urtero bezala Albaolako langile-taldeak argazki bat ateratzen du babesle edo bidelagunei sare sozial bidez (publikoki) eskerrak emateko. Aurten ere hala egingo da eta keinu berezia egingo zaio 25. urteurrenari eta mikrobabesleei.

- **Bidelagun nagusiei elkarrizketa**

Babesle nagusiei eskerrak emate aldera eta trataera berezi bat emate aldera, elkartean ekarpen esanguratsuenak egiten dituzten hiru babesleri elkarrizketa motzak egingo zaizkie sare sozialetarako: Arzaki, Irizarri eta Diario Vasconi. Babesleei trataera berezia egiten dien elkartea erakustarazi nahiko da, gehiago erakartzeko.

- **Gertaera garrantzitsuenen timelineak**

Azaroan Albaolak hogeita bost urtetan egindako ekintzak gogoraraziko dira, hiru zatitan taldekatu eta timeline moduko bat eginez, ekintza-mugarri garrantzitsuak azalduko dira. Hauen adibide izango dira Arraunean Konponbidean, Elkano, Korrika, Itsasgileak proiektua, bale labeak, Gure Ibaiak, etab.

- **Urte berri ona opa**

Fidelizazio eta gertutasuna adierazteko urte berri ona izan dezaten opako zaie sare sozialetako erabiltzaile guztiei. Mezuak 25. urteurrenari keinu egingo dio.

- **Museoan deskontuak**

Urtarrilean elkartearen marketin helburuak laguntzeko museorako sarreraren prezio murriztapena komunikatuko da. Gertu bizi den jendea erakarri nahiko da, gehienetan hauek baitira herriko museoetara joaten ez direnak eta. Museoa Albaolako proiektu nagusienetariko bat da eta ekintza honekin herritarrengana gerturatu nahi da.

- **Aprendiztegi elkarrizketa-bideoa**

Aprendiztegi Lance Lee Nazioarteko Ontzigitza Eskolako ikasleei elkarrizketak egingo zaizkie haien jatorria, motibazioak eta egunerokoa ezagutzeko. Nazioartekotasuna eta Albaolak erakartzen duen jende anitza erakutsi nahi da bideo hauen bitartez.

- **Pasaia Itsas Festibalaren 3. edizioaren iragarpena**

2018an ospatu zen lehen aldiz Pasaia Itsas Festibala eta 2022. urtean bigarren edizioa ospatu da. Jaialdi arrakastatsua da Pasaian eta inguruan, gizarte eragile asko mugitzen ditu eta sektoreko harremanak egiteko tokia bilakatzen ari da.



Elkartea 2024. urtean egingo den hirugarren edizioa iragartzeko prest egongo dela espero da eta komunikatiboki tarte hau eskainiko zaio publiko egiteko.

- **Sektoreko profesional eta pertsona esanguratsuen hitzen bideoa**

Sare sozialetarako adituen hitzak bilduko dituen bideoa egingo da, Albaolaren oroitzapen bat, desio bat eta puntu garrantzitsu bat esateko aukera izango dute. Aipatzen doazenari argazkiak txertatuko zaizkio bideoan. Bideoan agertzeko adibide izango dira munduko itsas festibalen antolatzaileak, ontzi tradizional handien jabeak, itsas ondarearen ikertzaileak etab.

- **Espedizio garrantzitsuenen mapa**

Espedizioen hilabetean Albaolak egindako espedizio garrantzitsuenen mapa bat erakutsiko da, marra batekin adieraziz hasiera, ibilbidea eta amaiera. Espedizio bakoitzaren esperientzia laburki azalduko da bertan egon zirenen hitzekin eta naturaren zerbitzura pasatako egoera haietan bizitako esperientziak kontatuko dira.

- **Komunikabideetan izandako agerpenen bideoa**

Komunikabideei emandako estaldura eskertzeko minutu bateko bi bideo *reels* egingo dira sare sozialetarako hedabide zein euskarri ezberdinetan izandako agerpenekin. Eskainitako edukia interesgarria eta informatiboa erakutsi dute, eta bideo hoenkin hedapen zabala eskertu nahi zaie.

- **Etorriko diren pertsonaien argazki-bilduma**

Historian zehar etorri diren pertsonaia famatuen argazki bilduma argitaratuko da hiru zatitan. Indonesiako ordezkariak, Canadako ikerlariak, Espainiako edo Chileko Gobernuako politikariak eta aldizkari esanguratsuenetako kazetariak bertaratu dira Albaolara hogeita bost urtetan. Jendeari gustatu ohi zaio pertsonaia famatuak ikustea eta, gainera, den-denek hedapena eta posizionamendua eskaini diote elkarteari noizbait.

- **Talde argazkia eskerrak emateko**

Boluntarioei zor zaie elkartea gaur denaren zati handi bat, beraz, elkarteak egin ditzakeen keinuak aprobe txatu nahi dira boluntariei lehentasuna eta eskertza

adierazteko. Ulian egingo den hamaiketakoan aterako den argazkia baliatuko da sare sozialetan argitaratzeko eta batasuna eta familia-proiektua irudikatzeke.

c) 25. urteurrenaren aurkezpena (prentsaurrekoa)

Hasteko, 25. urteurrenaren nondik norakoen eta hurrengo hilabetetan gauzatuko diren ekintzen **azalpen eta testuinguru argia** egingo da, ekintzak eta helburuk orokorrak azalduz. Horretarako, Xabier Agote Albaolako presidentek, Xabier Alberdi Albaolako ikerketa buruak eta Enara Novillo komunikazio arduradunak parte hartuko duten **prentsaurreko** bat antolatuko da. Prentsaurrekoa Albaolako faktorian izango da eta, lehen mugariaren izenean, Albaolak bere historian izan dituen espazioak eta proiektuaren erreferenteak irudikatuko dira. Ekintza honen bidez historia luzea eta haren oparotasuna eman nahi da ezagutzera eta ekitaldien, sare sozialen eta hedabideen helburuak betetzen lagunduko du.

Beratarzen direnak **Albaolaren bezeroak eta bezerogaiak** izatea espero da, gonbidapena sare sozial bidez bidaliko baitzaie, baina hedabide tradizionalen aldetik estaldura ere espero denez gizarte orokorrera eta babesle potentzialengana ere heldu ahal izango da.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 190,2 € lan ordutan, 30 € materialarentzat

d) Nabigazioa

Ikusgarritasuna lortu nahiko da eta, horretarako, eguraldi ona egiten duen egunean **nabigazio bat egingo da Pasaiaiko badian** elkarteak eraikitako edo zaharberritutako ontziekin. Badian ontziak ikustea nahi da eta hala jendeak Albaolaren sareetara jotzeko gertatzen denaren berri izateko.

Ekintza ikusgarria da eta, beraz, **xede-taldea gizarte orokorra** izango da hedabide tradizionalen jarritako faldoiak lagunduta. Dena den, **boluntarioei dei berezia** egingo zaie arraunean ateratzeko, eskertza eta lehentasun modura, eta sektoreko profesionalak erakarri nahi izango dira ontzi tradizionalen topaketa txiki bat ere izango delako.

Ondoren, **prentsa oharra** bidaliko da hedabideetara argazkia ikusgarria izan daitekeelako. Hortaz, ekitaldien, sare sozialen eta hedabideen helburuak betetzen lagunduko du nabigazioak.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 692,10 € lan ordutan

e) Sari banaketa

Irailean ekitaldi bat antolatuko da Albaolan, elkartearen aitortzak ezagutzera emateko **inguruko elkarteentzat sari banaketa sinboliko bat** egingo da, bakoitzaren aspektu garrantzitsuenak azpimarratuz. Esaterako, Mater ontziari Jasangarritasunaren Saria emango zaio, Pasai Donibaneko Koxtape Arraun Elkarteari Gaztedi Saria eta Antxoko Topaguneari Ekintzaile Saria. Aipatutako elkarteak email bidez jakinaraziko dira eta hitz batzuk esan ahalko dituzte. Hedabideetan ateratzea espero da **prentsa deialdia** bidaliko delako.

Inguruko elkarteekin harremana indartzeko era instituzionalizatu bat izango da, **erakunde publikoentzako aproposa eta babesleak erakartzeko** ekitaldia. Sare sozialen eta hedabideen helburuak betetzen lagunduko du.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 325,90 € lan ordutan, 100 € materialarentzat

f) Mahai biribila liburuen idazleekin

Elkarteak egindako ikerketa guztia nolabait erakustarazteko, itsas historia eta ontzigintzaren inguruan Albaolak edo langileek argitaratutako liburuak aipatuko dira: Euskal Herria Itsastarra, Gure Itsasontziak, Lanbideak... Liburu haietako **idazleekin mahai biribila** antolatuko da liburu idazteko motibazioak, ontzien eraikuntza prozesua baino lehanagoko ikerketa prestakuntzak, arkeonabigazioak eta sektorearen egoera plazaratzeko, besteak beste.

Deialdi irekia egingo da sare sozialetatik bertaratu nahi duen ororentzat, baina **sektoreko profesionalak hurbiltzea** espero da, adituen aitortza izango duelako mahai biribilak. Hala,

sare sozialetako helburuak betetzen lagunduko duen arren, ekitaldien helburuak bete nahiko dira gehienbat.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 207,60 € lan ordutan

g) Behotuken biragitaraketa

Behotuk liburu mitikoaren berpublikazioa iragarri eta egingo da abenduan. Gehienbat **boluntarioentzat eta Albaolaren bezero direnentzat** egindako ekintza da, bere garaian argitaratutako liburua ezagutzen dutelako, eta beste norbaiti oparitzeko nahiko luketeelako. Estetikoki polita den liburua da eta **balea-ehizaren kondaira kontatzen du**. Komunikatiboki sare sozialen eta elkarteko marketin helburuak betetzen lagunduko du.

- KPI: Erosketak

- Aurrekontua: 133,8 € lan ordutan eta 1205 € materialarentzat (200 ale)

h) Hitzaldia adituekin

Itsas kulturaren enbaxadore eta haren babesean diharduen elkarte bezala, **adituen testigantza eta jakintzaren hedapenerako hitzaldi** bat antolatuko da. Hizlarien artean egongo dira **Bernard Cadoret** Chasse Marée aldizkari ezagunaren sortzailea, **Gerard d'Aboville** La Semaine du Morbihan itsas festibal esanguratsuenaren sortzailea eta **Xabier Agote** Albaolako presidentea. Bertan itsas ondarearen garrantziaz, aukerez eta proiektuez hitz egingo dute. Hitzaldia Albaolako faktorian antolatuko da.

Hitzaldi honekin itsas ondare munduan interesa duena erakartzea da asmoa, deialdi irekia egingo da sare sozialetatik bertaratu nahi duen ororentzat, baina **sektoreko profesionalak hurbiltzea** espero da, adituak gonbidatuko direlako. Hortaz, sare sozialetako helburuak betetzen lagunduko duen arren, ekitaldien helburuak bete nahiko dira gehienbat.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 201 € lan ordutan

j) Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak

Espedizioak ere itsas ondarearen parte dira eta 2006. urtean Albaolak egindako Apaizac Obeto espedizioa dokumental arrakastatsua izatera ere iritsi zen. Egun ez dago salgai, beraz, **Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak** antolatuko dira elkarteko proiektzio gelan martxoan bi egun ezberdinetan.

Jendea erakartzeko **prentsa oharra** bidaliko zaie hedabideei, beraz, Euskal Herriko publiko orokorrari zabaldutako deialdia da. Ekintzak sare sozialetako helburuak betetzen lagunduko badu ere, ekitaldien helburuak bete nahiko dira gehienbat.

- KPI: Eskuzko kontaketa, *clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 57,90 € lan ordutan

j) Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorraren bisita

Maiatzean Albaolak izan dituen bisita bereziak azpimarratu nahiko dira, jende famatuan ikusgarritasun handia ematen baitu. UNESCOk urpeko kultur-ondare izendatu zuen San Juan Baleontziaren eraikuntza eta haren omenez, **Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra** ekarriko da Albaola bisitatzera. **Prentsa oharra** bidaliko da **etorreraren ondoren** eta sare sozialetan ere jakinaraziko da.

Jende famatu orok bezala, **ikusgarritasuna aitortzen diote bisita hauek** elkarteari eta posizionamendu bat eskaintzen diote. UNESCOk San Juan Baleontzia babesten du eta, hein batean, Albaolaren parte da, beraz, gonbita luzatuko zaio elkartearen espazioak eta unibertsoa ezagut ditzan. Etorrera ez da publiko egingo bisita amaitu arte, baina ondoren Euskal Herriko publiko orokorrari eta, zehazki, bezero zein bezerogaiei bideratutako ekintza izango da. Hedabideei zuzendutako helburuak eta sare sozialetako helburuak betetzen lagunduko duela espero da.

- KPI: *Clipping* eta sare sozialen kudeatzaileak.

- Aurrekontua: 400,50 € lan ordutan



k) Hamaiketakoa Ulian

Boluntario guztiei **esker ona adierazteko** mendi buelta eta hamaiketakoa antolatuko da Ulia mendian, San Pedron. Haiei esker eraiki da Albaola eta maiz adierazi nahi zaie. Fideltasunaren eta hurbiltasunaren izenean pentsatutako ekintza da, elkartearen kontura tarte atseginak pasatzeko itsasotik kanpo ere. Ekitaldietarako pentsatutako helburuak betetzea espero da.

- KPI: Eskuzko zenbaketa.

- Aurrekontua: 99,60 € lan ordutan, 80€ janariarentzat

8. eranskinean taula moduan ikus daiteke ekintza bakoitza zein xede-talderi zuzenduta joango den, izango duen komunikazio-kanala, teknika, ildo estrategikoa, transmitituko duen mezua eta beteko duen helburua. Taula ikusteko esteka hemen: <https://labur.eus/MzcXI>

8. KONTROLA ETA EBALUAZIOA

Planaren kontrola eta ebaluazioa **era jarraitu batean eta planaren arabera** egingo da. Neurketa-metrika guztiak egunerokoan jarraipen argia eta ebaluazio azkarra egin ahal izateko izan dira aukeratuak, baita elkarteak dituen denbora zein pertsona-baliabideak kontuan hartuta. Azpiko taulan ikus daiteke helburu bakoitzeko zein neurketa-metrika edo KPI erabiliko diren eta zenbateko maiztasunez egingo diren kontrolak. Taula formatu zabalagoan ikusi nahi izanez gero esteka honetan klik egin: <https://labur.eus/0hW5t>

6. taula: Helburuak, KPIak eta kontrol maiztasuna

		HELBURUA	KPI	KONTROL MAIZTASUNA
Orokorrak		Elkarteak jada dituen marketin helburuak lortzen lagundu (babesleak erakartzen edota museorako sarrera gehitzen)	Babesleen interesa eta Kulturnet programa	Sei hilero
Hedabideak	Prensa	6 prentsa ohar bidali, bi hilero bat.	Email bidalketa	Bi hilero
		18 agerraldi lortu. Prentsa ohar bakoitza bi bertako hedabide eta estatu mailako batean azaldu (paperean edo digitalean). Beraz, 12 agerraldi bertako hedabideetan eta 6 estatu mailako hedabideetan.	Clipping	Astero
		Zehaztutako posizionamendu atributuak albistean agertzea.	Irakurketa	
	Irratia	6 prentsa ohar bidali, bi hilero bat.	Email bidalketa	Bi hilero
		6 aipamen lortu, haietatik lau bertako irrati batean eta beste bi estatu mailakoetan.	Clipping	Astero
		Zehaztutako posizionamendu atributuak albistean aipatzea.	Entzuketa	
Sare sozialak	Facebook	11.300 jarraitzaile (138 faltan). Hilabetero 11 eta 12 jarraitzaile artean lortu.	Meta Business	Bi hilabetero
		Interakzioa: 5 iruzkin lortzea argitalpeneko eta 50 aldiz elkarbanatu izana.		
		Argitalpenari Datsegit ematen dietenen artean %55ak jarritako estekan klik egin izana.		
		Hilabetero ehuneko positiboa lortzea orrialde bisitetan.		
		Hilabetero ehuneko positiboa lortzea orrialdeko Datsegit-etan.		

		Argitalpenaren iritsiera -%20 eta ehuneko positiboaren artean mantentzea.		
	Twitter	3.000 jarraitzaile (122 faltan)	Twitter Analytics	
		10 Datsegit lortzea eta 3 birtxio argitalpeneko		
		8.000 inpresiotara iristea hilabeteko errebasoan (14.000 izan ziren 2021eko abenduan)		
		Perfilera 1.200 bisita lortzea (1.434 izan ziren 2021eko abenduan)		
		30 aipamen beste kontuetan (2021eko abenduan 30 lortu ziren)		
	Instagram	5.010 jarraitzaile lortzea (112 faltan), 9 eta 10 jarraitzaile bitartean hilabetero, batz bestea.	Meta Business	
		3500 pertsonako irismena lortzea (3216 izan zen batz bestekoa 2021eko abenduan).		
		Interakzioa: Gutxienez 3 komentario publikazioko eta esteka bat egotekotan gutxienez 80 pertsonak bisitatu izana.		
		Instagram Storyetan edukia ikusi dutenen %5ak Datsegit ematea eta 4 erreakzio story bakoitzeko.		
	Webgunea	Bisitariak %11 handitzea (3.014), horietatik berriak %70 izatea	Google Analytics	
		Bisitak 3.700 izatea (3.614 izan ziren 2021eko abenduan)		
		Bisitak bisitariko 1,33tik 1,5era igotzea		
		Bisitako ikusitako orriak 3ra igotzea (2,84 izan zen 2021eko abenduan)		
		Bisitako batz besteko denbora minutu erdian luzatzea (00:02:33)		
		Errebote-tasa %40ra jaistea (%52,91 izan zen 2021eko abenduan)		
Ekitaldiak		10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean	Eskuzko kontaketa	Hilabetero
		Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean	Clipping	
		Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.	Asteroko sare sozialen kontrola	Astero
		Ekitaldi guztietatik bik aditu edo iritzi liderren baten aitortza edo babesa jaso izana	Eskuzko kontaketa	

Iturria: Norberak egina

9. EKINTZEN KRONOGRAMA

Proposatutako ekintzak ezarpen-egutegi batean antolatu dira. Egutegia Gantt-en Diagrama eredu hartuta, ekintza bakoitzaren ezaugarrien arabera aukeratu da hilabetea eta erabaki horren arabera antolatu da prestaketa ere. Azpian antolaketaren taula ikus daiteke, baina urte osoko ikuspegia ikusi ahal izateko klik egin hurrengo estekan: <https://labur.eus/rTqVV>

11. irudia: Ekintzen kronograma hilabetea



FORMATUA	EKINTZA	ABENDUA																															
		<i>ikerketa</i>																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
SARE SOZIALAK	Mahai biribilera gonbidapena																																
EKITALDIA	Mahai biribila liburuen idazleekin																																
SARE SOZIALAK	Behotuen biragitaraketa iragarri																																
FALDOIA	Urte Berri On 2023! faldoia																																
SARE SOZIALAK	Urte Berri On 2023!																																

FORMATUA	EKINTZA	URTARRILA																															
		<i>proiektuak</i>																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
FALDOIA	Museoan deskontua																																
SARE SOZIALAK	Museoan deskontua																																
EKITALDIA	Museoan deskontua																																
SARE SOZIALAK	Aprendiztegi elkarrizketa-bideoa																																
HEDABIDEAK	PIF 2024 prentsa oharra																																
SARE SOZIALAK	PIF 2024 iragarri																																

FORMATUA	EKINTZA	OTSAILA																														
		<i>itsas kulturaren enbaxadore</i>																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
FALDOIA	25. urteurrena																															
EKITALDIA	Hitzaldia adituekin																															
SARE SOZIALAK	Adituen hitzak bilduko dituen bideoa																															

FORMATUA	EKINTZA	MARTXOA																															
		<i>espedizioak</i>																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
HEDABIDEAK	Apaizac Obeto ikusteko saioetara gonbidapena prentsa oharra																																
SARE SOZIALAK	Apaizac Obeto ikusteko saioetara gonbidapena																																
FALDOIA	Apaizac Obeto ikusteko saioak																																
EKITALDIA	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 1																																
EKITALDIA	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 2																																
SARE SOZIALAK	Mapa egin diren espedizio garrantzitsuenak adieraziz																																
SARE SOZIALAK	10 espedizio azaldu																																

FORMATUA	EKINTZA	APIRILA																														
		<i>komunikabideak</i>																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
SARE SOZIALAK	Minutu bateko bideoa komunikabideetan izandako agerpenekin 1																															
SARE SOZIALAK	Minutu bateko bideoa komunikabideetan izandako agerpenekin 2																															
FALDOIA	25. urteurrena																															

FORMATUA	EKINTZA	MAIATZA																														
		<i>bisita bereziak</i>																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
EKITALDIA	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra Albaolara																															
HEDABIDEAK	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra ekarri prentsa oharra																															
SARE SOZIALAK	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorraren argazkia																															
FALDOIA	Faktoria-museoa bisitatzeko deia																															
SARE SOZIALAK	Etorri diren pertsonaien argazkiak 1																															
SARE SOZIALAK	Etorri diren pertsonaien argazkiak 2																															

FORMATUA	EKINTZA	EKAINA																														
		<i>taldea</i>																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
SARE SOZIALAK	Hamaiketakora gonbidapena																															
EKITALDIA	Hamaiketako Ulian																															
SARE SOZIALAK	Albaola taldearen argazkia eskerrak emanez																															
FALDOIA	Hamaiketako eguneko argazkia																															

Iturria: Norberak egina

10. AURREKONTUA

25. urteurreneko komunikazio kanpaina gauzatzeko aurrekontu oso gutxi dagoenez, dirutan baino langileen ordutan eta kostu txikitik oinarrituko da aurreikuspen hau. Izan ere, ekintzak aukeratzeko orduan kontuan hartu da aurrekontua murrizta zela.

Guztira **5.928,3 €**ko inbertsioa izango da, baina baliabide materialak (%23,87) eta baliabide pertsonalak (%76,13) kontuan hartuta. Langileko orduen prezioa esperientzia pertsonaletik eta Albaolaren administrazioaren eskutik jakin dira.

7. taula: Komunikazio kanpainarako aurreikusitako aurrekontua

AURREKONTUA					
FORMATUA	EKINTZA	DENBORA (ordutan)		MATERIALA	KOSTU EKONOMIKOA
		Nerea	Enara		
FALDOIA	25. urteurrena	3	-	-	19,80 €
HEDABIDEAK	25. urteurrenaren prentsa deialdia	1,5	0,5	-	27,20 €
SARE SOZIALAK	25. urteurrenaren azalpena	1	-	-	6,60 €
SARE SOZIALAK	Argazki erakusketaren berri eman	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Prentsaurrekoa eta argazki erakusketa (espazioak + erreferenteak)	10	5	Argazkiak 30€	180,00 €
SARE SOZIALAK	Espazioen eboluzioa azaldu	5	-	-	33,00 €

FALDOIA	Nabigazioaren argazkiak jendeari arraunera etortzeko deia egiteko	3	-	-	19,80 €
SARE SOZIALAK	Arraunera gonbidapena	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Nabigazio bat elkartearen ontzi guztiekin	10	35	-	654,00 €
HEDABIDEAK	Nabigazio elkartearen ontzi guztiekin prentsa oharra	2,5	0,5	-	24,90 €
SARE SOZIALAK	Nabigazioaren berri eman eta argazkiak erakutsi	1	-	-	6,60 €
SARE SOZIALAK	Ontzien argazkiak xehetasun teknikoekin	5	-	-	33,00 €
FALDOIA	Sari banaketaren jakinarazpena	3	-	-	19,80 €
HEDABIDEAK	Sari banaketa inguruko elkarteei prentsa deialdia	1,5	0,5	-	18,30 €
SARE SOZIALAK	Sari banaketara gonbidapena	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Sari banaketa inguruko elkarteei (prentsaurrekoa)	5	10	Sariak 100€	301,00 €
SARE SOZIALAK	Elkarte sarituak zein izan diren argitaratu	1	-	-	6,60 €
SARE SOZIALAK	Gure aitortzen azalpena	5	-	-	33,00 €

FALDOIA	Taldearen argazkia babesleei eskerrak ematen	3	-	-	19,80 €
SARE SOZIALAK	Albaola lantaldearen argazkia bidelagunei eskerrak emanez	1	-	-	6,60 €
SARE SOZIALAK	Arzaki elkarrizketa	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	Irizarri elkarrizketa	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	Diario Vascori elkarrizketa	5	-	-	33,00 €
FALDOIA	25. urteurrena	3	-	-	19,80 €
SARE SOZIALAK	Gertaera garrantzitsuenen timeline 1	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	Gertaera garrantzitsuenen timeline 2				
SARE SOZIALAK	Gertaera garrantzitsuenen timeline 3				
SARE SOZIALAK	Mahai biribilera gonbidapena	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Mahai biribila liburuen idazleekin	5	10	-	201,00 €
EKITALDIA	Behotuk birargitaratu	4	6	Behotuk 1205€	1.332,20 €
SARE SOZIALAK	Behotuk birargitaraketa iragarri	1	-	-	6,60 €

FALDOIA	Urte Berri On 2023! faldoia	3	-	-	19,80 €
SARE SOZIALAK	Urte Berri On 2023!	1	-	-	6,60 €
FALDOIA	Museoan deskontua	3	-	-	19,80 €
SARE SOZIALAK	Museoan deskontua	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Museoan deskontua	-	-	Bisitarien arabera	Bisitarien arabera
SARE SOZIALAK	Aprendiztegi elkarrizketa-bideoa	5	-	-	33,00 €
HEDABIDEAK	PIF 2024 prentsa oharra	2,5	0,5	-	24,90 €
SARE SOZIALAK	PIF 2024 iragarri	1	-	-	6,60 €
FALDOIA	25. urteurrena	0,5	-	-	3,30 €
EKITALDIA	Hitzaldia adituekin	5	10	-	201,00 €
SARE SOZIALAK	Adituen hitzak bilduko dituen bideoa	20	-	-	132,00 €
HEDABIDEAK	Apaizac Obeto ikusteko saioretara gonbidapena prentsa oharra	2,5	0,5	-	24,90 €
SARE SOZIALAK	Apaizac Obeto ikusteko saioretara gonbidapena	1	-	-	6,60 €

FALDOIA	Apaizac Obeto ikusteko saioak	3	-	-	19,80 €
EKITALDIA	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 1	4	-	-	26,40 €
EKITALDIA	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 2				
SARE SOZIALAK	Mapa interaktiboa egin diren espedizio garrantzitsuenak adieraziz	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	10 espedizio azaldu	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	Minutu bateko bideoa komunikabideetan izandako agerpenekin 1	20	-	-	132,00 €
SARE SOZIALAK	Minutu bateko bideoa komunikabideetan izandako agerpenekin 2				
FALDOIA	25. urteurrena	0,5	-	-	3,30 €
EKITALDIA	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra Albaolara	5	20	-	369,00 €
HEDABIDEAK	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra ekarri prentsa oharra	2,5	0,5	-	24,90 €
SARE SOZIALAK	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorraren argazkia	1	-	-	6,60 €
FALDOIA	Faktoria-museoa bisitatzeko deia	3	-	-	19,80 €

SARE SOZIALAK	Etorri diren pertsonaien argazkiak 1	5	-	-	33,00 €
SARE SOZIALAK	Etorri diren pertsonaien argazkiak 2				
SARE SOZIALAK	Hamaiketakora gonbidapena	1	-	-	6,60 €
EKITALDIA	Hamaiketakoa Ulian	8	2	Hamaiketakoa 80€	166,40 €
SARE SOZIALAK	Hamaiketako eguneko argazkia eskerrak emanez	1	-	-	6,60 €
FALDOIA	Hamaiketako eguneko argazkia	3	-	-	19,80 €
GUZTIRA	BALIABIDE PERTSONALAK			4.513,30 €	5.928,30 €
	BALIABIDE MATERIALAK			1.415,00 €	

Iturria: Norberak egina

11. ONDORIOAK

Plan idatzi honek Albaolari hedabideetan zein jendearen ahotan presentzia ahalbidetuko dioten ekintzak planteatzen ditut urte betez, **aurrez planifikatuta eta aurrekontu zuhur batekin**. Oraingo lan dinamikei gida bat eskaini nahi izan diet eta, 25. urteurreneko ekintzak neurgarriak eta jarraikorak izango diren aldetik, plan hau ere **izan dadila aitzindari** hurrengo urtetako kanpainen komunikazio planak egiteko.

Proposamen errealista da, elkartearen ezagututa aurrera eramateko moduko plana. Plana martxan jarriko zela jakitun nintzenez, **elkartearen egoerara moldatutakoa** da, bai baliabide pertsonal zein materialen aldetik. Adibidez, Albaolak Diario Vascorekin duen babesletza-kontratu bat dela eta, hilabetero bi faldoi argitaratzeko aukera dugu komunikazio sailean, baina denbora eta talde-kudeaketa kontuan hartuta, hilabetero faldoi bakarria aurreikusi da ekintzetan.

Ez da komunikazio plan eredugarria, baina bai **egingarria**, xehetasun gehiagotan sartuz gero ez betetzeko arriskua legoke eta. Aspektu askoren arrazoiketa luzatu zitekeen, baina hitz muga dela eta ezin izan dut guztia azaldu; hori bai, plana irakurrita hartutako erabaki guztiak uler daitezke.

Honen harira, ikerketan zehatz definitu behar izan dut zein aspektu hartuko nituen kontuan, ikerketak gero aplikatu ezineko orri gehiegi har ez zitzan. Xede-taldeak ere orain arte gehien landutakoengandik ezberdinak izan dira eta jende helduagoari bideratutako ekintzak eta gaiak pentsatzera eramanez nau. Funtsean proiektu honekin itsasoak eta ondareak duen garrantzia are gehiago indartu dut, baita **elkarte ikaragarri zabal eta hamaika gai barnebiltzen dituen baten parte naizela** konturatzera.

12. BIBLIOGRAFIA

Agalcari (2006). *Nosotros*. Agalcari.

Hemen eskuragarri:

<http://agalcari.es/es/nosotros/> Kontsulta eguna: 2022/04/01

Agote, X. (2022). [Albaolako presidentea].

Kontsulta eguna: 2022/02/18-2022/03/04

Agote, X., & Gipuzkoako Foru Aldundia, Kultura eta Euskara Departamentua. (2009). *Gure Itsasontziak* (23rd ed.).

Bertan. Hemen eskuragarri:

<http://bertan.gipuzkoakultura.net/23/pdf/bertan23.pdf> Kontsulta eguna: 2022/04/01

Asociación de Museos Marítimos del Mediterráneo (2014). *Quiénes somos*.

Asociación de Museos Marítimos del Mediterráneo. Hemen eskuragarri:

<https://www.ammm-info.net/index.php/quienes-somos> Kontsulta eguna: 2022/04/01

Azti zentro teknologikoa (2020).

Klima-aldaketak kostaldeko arriskuetan duen eraginaren ebaluazioa. AZTI.

Hemen eskuragarri:

<https://www.azti.es/eu/aplikazio-eremuak/klima-aldaketa/klima-aldaketak-kostaldeko-arriskuetan-duen-eraginaren-ebaluazioa/> Kontsulta eguna: 2022/04/01

BOE (2002). *BOE-A-2002-5852 Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación*.

BOE.es. Hemen eskuragarri:

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2002-5852> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Castiñeira, M. (2022). [Pasaia Udaleko langilea]. Pasaia. Kontsulta eguna: 2022/04/01

Eustat (2019). *Web Eustat. Datos Estadísticos de Pasaia*. Eustat. Hemen eskuragarri:

https://www.eustat.eus/municipal/datos_estadisticos/pasaia_c.html Kontsulta eguna: 2022/03/31

Eustat (2021). *Tablas estadísticas: Población de la CA de Euskadi por ámbitos territoriales, según el sexo y los componentes de la variación*. 01/01/2021.

Eustat. Hemen eskuragarri:

https://www.eustat.eus/elementos/ele0011400/poblacion-de-la-ca-de-euskadi-por-ambitos-territoriales-segun-el-sexo-y-los-componentes-de-la-variacion/tbl0011432_c.html Kontsulta eguna: 2022/04/01

Eustat (2021). *Tablas estadísticas: Población por entidades de población de Gipuzkoa, según sexo, grupos de edad y nacionalidad. 01/01/2021*. Eustat. Hemen eskuragarri:

https://www.eustat.eus/elementos/ele0011400/poblacion-por-entidades-de-poblacion-de-gipuzkoa-segun-sexo-grupos-de-edad-y-nacionalidad/tbl0011437_c.html

Kontsulta eguna: 2022/04/01

Gaindegia (2019). *BPGren urte arteko hazkunde-tasa*. Gaindegia. Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/eu/datuak/ekonomia/BPG-hazkundea> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Gaindegia (2020). *Energia berriztagarrien presentzia Euskal Herrian eta European*.

Gaindegia. Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/index.php/eu/energia-berriztagarriak> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Gaindegia (2021). *Gainzahartze handia despopulaturiko geografian*. Gaindegia.

Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/index.php/eu/euskal-geografiaren-biztanleria-gainzahartzea> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Gaindegia (2021). *Berrikuntza adierazleak hobetzen ari dira, baina xehetasunei erreparatu behar*. Gaindegia. Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/index.php/eu/erregioen-berrikuntza-panela-euskal-herria-europa-2021> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Gaindegia (2021). *Biztanleria nabarmen hazi da eta lurraldean metatzeko joerari eutsi dio*. Gaindegia. Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/eu/biztanleria-2020-euskal-herria> Kontsulta eguna:

2022/04/24

Gaindegia (2021). *Euskal Herriko metabolismo geografikoa*. Gaindegia.

Hemen eskuragarri:

<https://www.gaindegia.eus/index.php/eu/eskualdeak/bisualizazioa> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Koons, J. (2021). *Guggenheim Museum Bilbao - All You Need to Know BEFORE You Go*. TripAdvisor. Hemen eskuragarri: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g187454-d190276-Reviews-Guggenheim_Museum_Bilbao-Bilbao_Province_of_Vizcaya_Basque_Country.html Kontsulta eguna: 2022/04/14

Leoz, M. (2022). [Albaolako ondare teknikaria]. Pasaia. Kontsulta eguna: 2022/02/18-2022/04/01

Novillo, E. (2022). [Albaolako komunikazio arduraduna]. Pasaia. Kontsulta eguna: 2022/02/18-2022/03/11

Oarsoaldea (2020). *Pasaia*ko museoen *bisitarien datuak*. Oarsoaldea. Hemen eskuragarri:
https://drive.google.com/file/d/1ZsoQSJJ_H_KcjCSnrCVjsFUH_TMtQNjN/view?usp=sharing Kontsulta eguna: 2022/04/11

Pasaiaiko Udala (2019). *Tokiko Agenda 21 - Pasaia*. Pasaiaiko udala. Hemen eskuragarri:
<https://www.pasaia.eus/eu/agenda21>
Kontsulta eguna: 2022/03/31

Pasaiaiko Udala (2021). *Biztanleak eta Demografia - Pasaia*. Pasaiaiko udala. Hemen eskuragarri:
<https://www.pasaia.eus/eu/demografia>
Kontsulta eguna: 2022/03/31

Pasaia Lezo Lizeoa (2021). *Eguzki plakak Pasaia Lezo Lizeoan*. Facebook. Hemen eskuragarri:
<https://www.facebook.com/lizeoa/photos/a.1194984487186078/6502153629802444/?type=3&eid=ARD7jDtxZCdYOfduG2m2Nb3viAq1fHUkqRFHPWOA4v4hPpJvS7nsW0pO5PwZvHiGjLWuv0Yq64zsACII>
Kontsulta eguna: 2022/04/01

Pedroso, E. (2022). [Albaolako gerentea]. Pasaia.

Sistema de Inteligencia Turística (2019). *Turisten profila eta portaera - Adimen Turistikoaren Sistema - Turismoaren Euskal Behatokia*. Euskadi.eus. Hemen eskuragarri:
<https://www.euskadi.eus/turisten-profila-et-a-portaera-adimen-turistikoaren-sistema/web01-a2behtur/eu/> Kontsulta eguna: 2022/04/24

Uriarte, J. M. (2022). *Los Mares: importancia, tipos, ejemplos y características*. Caracteristicas.co. Hemen eskuragarri:
<https://www.caracteristicas.co/mares/>
Kontsulta eguna: 2022/04/15

Viñas, E. (2022). La fibra óptica será accesible desde cualquier vivienda. *El Diario Vasco*. Hemen eskuragarri:
<https://www.diariovasco.com/oarsoaldea/pasaia/bandaancha-fibraoptica-20220216163005-nt.html> Kontsulta eguna: 2022/04/01

Zárate Martín, M. A., & García Ferrero, A. (2017). *Los museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje* | *Arbor*. Hemen eskuragarri:
<https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2209/3041> Kontsulta eguna: 2022/04/27

13. ERANSKINAK

1. Eranskina: Makroingurunearen analisia

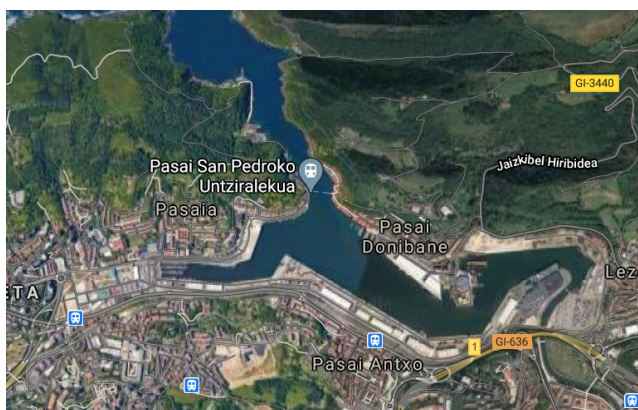
3.1 MAKROINGURUNEA

3.1.1 Faktore demografikoak

Euskal Herriak zazpi lurralde historiko edo probintzia ditu: Araba, Bizkaia, Gipuzkoa, Lapurdi, Nafarroa Beherea, Nafarroa Garaia eta Zuberoa. Hala ere, ez dago haien arteko antolamendu politiko-administratibo egituraturik. Guztira, Euskal Herriak 20.950,3 km² ditu, eta 3.193.513 biztanle zituen 2021ean (Gaindegia, 2021).

Pasaia, berriz, lau barrutiz osatutako herria da eta Jaizkibel eta Ulia mendien artean zabaltzen den badiaz barrura dago. 2021ean 16.398 pertsona zeuden erroldatuta (Pasaia Udala, 2021). Gipuzkoan eta, zehazki, Oarsoaldea eskualdearen kostaldean kokatzen da, Kantauri Itsasoa du ikusgai. Lau barruti nabarmenetan bereizita dago: Pasai Donibane ipar ekialdean, Pasai Antxo hegoaldean, Pasai San Pedro ipar mendebaldean eta Trintxerpe mendebaldean, Donostiatik gertuago. Pasai Donibanen dago Pasaia Udala.

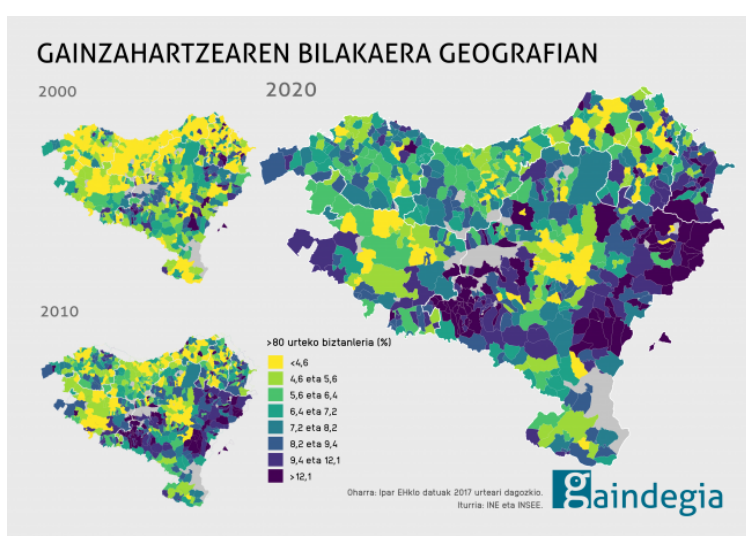
12. irudia: Pasaia Udala satelite ikuspegitik



Iturria: Google Maps, 2022

Euskal Herriko **adin egiturari** dagokionez, euskal herritarren %7 ziren 80 urtetik gorako adina zutenak 2020. urtean. Hogei urte atzera, proportzio hori %4koa zen. Azken bi hamarkadetan egitura demografikoa nabarmen zahartu da eta etorkizunean joera hori areagotuko da. Euskal Herriko udalerrian %21ak %10eko **gainzahartze-maila gainditzen dute**. Tamaina txikiko udalerrien presentzia handia da eta askok muturreko egitura demografikoak dituzte. Hamabost eta hogeita bederatzi urte bitarteko gazteak biztanleriaren %13,7 dira (Gaindegia, 2021).

13. irudia: Gainzahartzearen bilakaera Euskal Herrian



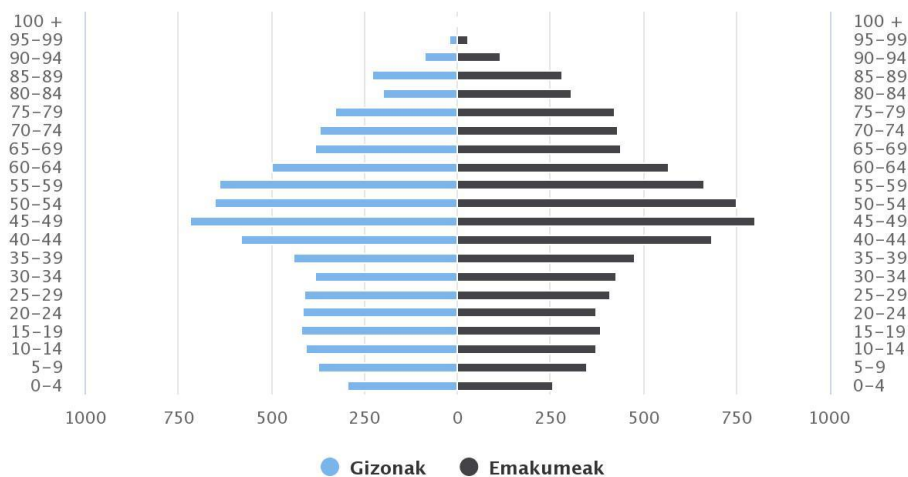
Iturria: Gaindegia, 2021

Pasaiako adin egitura azpiko argazkian ikus daiteke, piramidearen erdiko gunea oinarria baino estuagoa edukitzeak adierazten du Pasaiak biztanle piramide erregresiboa duela, alegia, 65 urtetik gorakoak biztanleriaren %22,22 direla (Eustat, 2019). Zahartutako gizartea da eta etorkizunean gehiago zahartzeko joera du (Pasaiako Udala, 2021), Euskal Herrian bezala. 0-19 bitarteko gazteen ehunekoa, berriz, %17,6 da (Eustat, 2019).

14. irudia: Pasaiaiko adin-piramide orokorra

PASAIKO ADIN-PIRAMIDE OROKORRA

Datuak: UDAL ERROLDA



Highcharts.com

Iturria: Pasaiaiko Udala, 2021

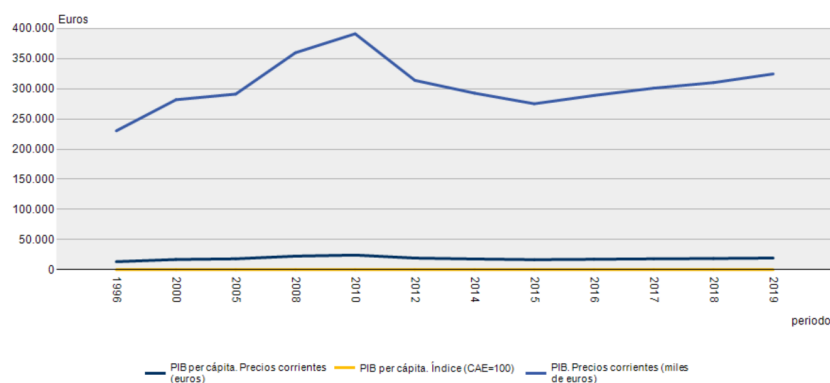
Euskal herritar gehienak **iparraldean eta kostaldetik hurbil bizi dira** (Gaindegia, 2021) eta Pasaia ere kostaldean kokatzen da. Pasaian familia gehienak Trintxerpen bizi dira, herriaren mendebaldean eta Albaolatik gertu. Trintxerpe eta San Pedro barrutiak baturik biztanleriaren %23,1 da atzerritarra eta migrazio-saldoa negatiboa da (-5) (Eustat, 2019).

3.1.2 Faktore ekonomikoak

Euskal Herrian biztanleko Barne Produktu Gordina 35.500€koa izan zen 2019. urtean, 2009. urtetik 5.600€ko igoera izan du (Gaindegia, 2019). Pasaian petsonako BPG 19.413€koa izan zen 2019an eta Eustaten indizearen arabera 54. postuan dagoen herria da. Bai Barne Produktu Gordin orokorrak eta pertsonakoak **2014tik 2019ra igoera** izan dute, batak bi mila euro inguru egin du gora eta besteak 30.000€ inguru (Eustat, 2019).

15. irudia: Pasaiaiko Barne Produktu Gordinaren bilakaera

Producto interior bruto (PIB) de la C.A. de Euskadi por tipo de medida y periodo. Pasaia.



Iturria: Eustat, 2019

Jardun ekonomikoan hirugarren sektoreak, hau da, **zerbitzuek, Balio Erantsi Gordinaren %85,9 suposatzen dute Pasaian**. Lehen sektoreak, berriz, Pasaiaiko herriarentzako horren garrantzitsua izan den ekintza ekonomikoak, Balio Erantsi Gordinaren %3,8 soilik hartzen du (Eustat, 2019).

3.1.3 Faktore soziokulturalak

Turismoa gero eta gehiago da desberdinerako, baina besteen ohiko bizilekuen barruan deskubritzeko, ezagutzeko eta ikasteko grina asetzen duena (Zárate Martín eta García Ferrero, 2017) eta hori herri txikietan bizi ohi da garbiago.

Museoen Nazioarteko Kontseiluak (ICOM) eta Turismo Kultural Iraunkorrerako Museoen Lagunen Munduko Federazioak (WFFM) turismo kultural iraunkorraren eskaintza gisa aitortzen dituzte museoak, eta egoiliarrentzako eta bisitarientzako ekarpena dira, bai hezkuntza- eta kultura-ikuspegitik, bai ekonomia- eta politika-ikuspegitik. Horrela, museoek prestakuntza pertsonaleko helburuak lortzen laguntzen dute. Gainera, kultura-jarduerak gero eta denbora gehiago ematen dute gizabanakoen artean, eta leku nabarmena da joan-etorriak egiteko eta aisialdia erabiltzeko motibazioetan (Zárate Martín eta García Ferrero, 2017).

Turismoak Gipuzkoa bisitatzeko duenean normalean **kostaldea izaten da helmuga nagusia**. 49 urte izaten dituzte batzuetan beste, baina %31 baino gehiagok 60 urtetik gora izaten dituzte. Aisialdiagatik etortzen dira eta bikotearekin, eta kultura %35aren etortzeko arrazoia da. Gomendio-tasa, gogobetetasun-indizea eta espektatiben gaitzespen-tasa %80tik gora dago. Pertsona batek eguneko kulturaren egiten duten gastua 150,37€ dira (Sistema de Inteligencia Turística, 2019).

Pasaia 20.711 pertsona jaso zituzten 2020. urtean museoek eta gehiengoan jatorria Frantziakoa da (%29,8). Publikoaren adin tarte gehiengoa helduak dira (% 65) eta jarraian jubilatuak (%21,07). Gazteen ehunekoa %6,18ra jaisten da (Oarsoaldea, 2020).

Pasaian, herri izaera duen arren eta administratiboki herri modura kudeatzen den arren, bertako lau barrutiak oso bereizirik daude, bai geografikoki (badiagatik) bai kulturalki (pasaitar izaera). Herriaren bizitzan eta egunerokoan ohikoa da "pasaitar" sentimendua eduki ezean, norberaren barrutikoa edukitzea, hortaz, sanjuandarrak, sanpedrotarrak, antxotarrak eta trintxerpetarrak dira bertakoak.

3.1.4 Faktore teknologikoak

Europako Berrikuntza Panelak aintzat hartzen dituen hogeita bat aldagaien artean, Euskal Herriak **posizio sendoa** izan zuen 2021ean **teknologia berrikuntzen digitalizazioa eta trebetasun digitaletan**, baina I+Grenadiko sektore publikoan egiten diren gastuak edota negozio prozesu berritzaileak apalak dira (Gaindegia, 2021).

Esan daiteke Pasaian industrializazio-garaia gaitzespen dela eta herri moderno izatera pasatu dela. Dena dela, Pasaia barrutietako alde zaharretan (Albaola dagoen tokian eta Pasai Donibanen) **ez dago kable bidezko Internetik** eta konexioa ez da ona. Herrian bizi den edonorentzako interneteko konexio azkarra udalaren hurrengo proiektuetako bat da (Viñas, 2022).

3.1.5 Ingurumen-faktoreak

Garapen Jasangarriaren Helburuak (GJH), Milurteko Garapen Helburuen oinarriak dira eta Nazio Batuen Agenda 2030en testuinguruan onartu ziren 2015. urtean izandako

Garapen Jasangarriari buruzko Mundu Gailurrean. 17 helburu dira guztira, eta Nazio Batuetako herrialde guztiei oparotasuna ekartzea eta aldi berean planeta babestea dute xede. Beste herrialde guztiek bezala, Euskal Herriak ere Espainia eta Frantziak jarraitzen duten jasangarritasun plana jarraitzen du.

Pasiako Udalak, Agenda 2030ri jarraiki, 2019an izandako udalbatzarrean Pasaiaiko Tokiko Agenda 21eko 2019-2026 Ekintza Plana jarraitzen du herria jasangarritasunaren bidean jartzeko. Tokiko Agenda 21 udalerriko garapen iraunkorrerako bidean aurrera egiteko eta horretarako eman beharreko pausoak definitzeko ordezkari politikoen tresna estrategikoa da, ingurumen-, ekonomia- eta gizarte-politikak modu integralean jorratzen dituelarik (Pasaiaiko Udala, 2019).

Gaur gaurkoz egoerak hurrengoak erakusten dizkigu:

Pasaiaik **itsasoa du protagonista eta erdigunea**, baina historikoki Oiartzun ibaitik etorritako urak oso kutsatua egon dira, batik bat isurketa, industria jarduera eta portuko jarduerengatik. Hala ere, Azti zentro teknologikoaren azken ikerketek diotenez, azken sei urtetan garapen onuragarri bat izan dute Pasaiaiko urek, baina emaitza hauek ez dira ur-kalitatea hobetu delako, 1996. urtetik hona Pasaiaiko urak Murgita kalara (Donostiara) bideratu direlako baizik (Azti zentro teknologikoa, 2020).

Instalazio publikoetan **eguzki plakak** jartzen hasi dira, oraingoz udalean eta alkateordetzako eraikinetan, betiere kontsumo propiorako. Udaltzaingoaren eraikinean, Trintxerpen, elektrizitatearen azken faktura 0€koa izan da eguzki plakei esker. Erabilera pribaturako oraindik ez dago erregulariturik. Bestetik, GoiEner, Energia Berriztagarrien Sorkuntza eta Kontsumo Kooperatibak Pasaia Lezo Lizeoa ikastolarekin hitzarmena sinatu du eraikin nagusiko teilatuan energia ekoizteko sistema bat eraikitzeke eta, hala, ikastolako kontsumoa berriztagarria izateko (Pasaia Lezo Lizeoa, 2021).

Bidegorria ere falta da hiru barrutitan, Pasai Antxok bakarrik dauka. Pasai Donibanen proiektu bat atera zen eta Portuak atzera bota zuen, baina bigarren proiektua onartu da eta Gipuzkoako Diputazioak lizitazioa atera behar du. Ez dago data-aurreikuspenik (Castiñeira, 2022).

Turismoa nabarmena da herrian, bereziki Pasai Donibanen, baina udal orokorretik kudeatutako alorra da eta **ez da turismo bezala lantzen, txangozaletasun bezala baizik**

(Pedroso, 2022). Honek turismoak beharrezko dituen zerbitzuen falta suposatzen du, hala nola, ostatatzea.

3.1.6 Faktore politiko-legalak

Euskal Autonomia Erkidegoan **Elkartzeko Eskubidea arautzen duen 1/2002 Lege Organikoak** zehazten ditu elkarte bat izateko baldintzak, betebeharrak eta arauak. Elkartzeko Eskubidea, bere aldetik, Espainiako Konstituzioaren 22. artikuluan jasotzen da.

Lege Organikoaren arabera, berariazko elkarte-araubideren baten pean ez dauden eta beren **jarduerak Euskal Autonomia Erkidegoan** garatzen dituzten **irabazi-asmorik gabeko** elkarteak eman dezakete izena Euskal Autonomia Erkidegoko elkarten erregistroan (BOE, 2022). Hala, legez edo erreglamenduz aurreikusitako onurak edo **diru-laguntza publikoak jaso** ahal izango dira, kasu bakoitzean ezarritako baldintzak betez.

Botere publikoek, beren eskumenen esparruan, interes orokorreko jarduerak egiten dituzten elkarteak eratzea eta garatzea sustatu behar dute. EAEko elkarteak kudeatzen dituen erakundea Gobernantza Publikoa eta Autogobernua, eta Erakunde Harremanetarako Sailburuordetza dira, baita toki Administrazioekiko Harremanetarako eta Administrazio Erregistroetako Zuzendaritza ere.

2. Eranskina: Ondare elkartean, ontzi tradizionalen erreplikak eraiki dituzten elkartean eta Euskal Herriko erreferentziazko museoaren azterketa

Ondarearen aldeko elkarteak

- **AGALCARI Asociación Gallega de Carpintería de Ribeira**

AGALCARI Galiziako zurezko ontzigintzako enpresaburuen elkartea da, eta bere eginkizuna da **zurezko ontzigintzaren** eta haren enpresen dinamizazio ekonomikoa eta produktiboa egitea, gizarteak **jarduera aitortzea eta itsas, kultur eta etnografia ondarearen zati bizi gisa duen balioa babestea**. Asmoan antzekotasun handia du Albaolarekin. Bere helburua hamasei partaideen lehiakortasuna hobetzen laguntzea da, esperientziak eta ezagutzak trukatzearen, laguntza-mekanismoen eta sareko lankidetzaren ondoriozko sinergiak optimizatuz (Agalcari, 2006).

Elkarteak itsas festibaletan parte hartzen du eta erakunde publikoen aurrean ontzigintza tradizionalaren aldeko plan estrategikoak eta apostuak eskatu ohi ditu publikoki.

Webgunea hiru hizkuntzatan dute, baina sare sozialetan **galegoz** soilik idazten dute. Webgunean oso txukuna eta osoa da, informazio asko dago eta datuak ere eskaintzen dira. Albisteetan atala ere ondo antolatuta dago.

Ez dute Instagramik, baina haien etiketa (**#agalcari**) erabiltzen duena badago eta ontzien argazkiak izaten dira gehienetan. Facebooken testu motzak idazten dituzte, bi egunetik behin argitaratuak eta ez dute etiketen erabilerarik egiten. Argazkiak egindako ekintzaren batenak, bertaratutako lan-taldearena edo kartel informatiboa izaten dira, arrakastatsuenak ontzien argazkiak izaten dira. 10-40 Datsegit izaten dituzte, baina partekatze kopuru oso altuak, Datsegitekin proportzionalki hartuta. Iruzkinak ez dira ohikoak.

Twitter ez dute ez landuta ez eguneratuta, baina erabiltzen dutena albisteak elkarbanatzeko izaten da, esteka bidez.

8. taula: Agilcarien komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Agilcari - Azpimarratzekoak

- Galegoari (hizkuntza gutxitu bati) lehentasuna ematen diete argitalpenetan
- Sare sozialak ez daude ez landuta ez eguneratuta (Twitter, Instagram)
- Webgune landua eta eguneratua

Iturria: Norberak egina

● La Asociación de los Museos Marítimos del Mediterráneo

Mediterraneoko Itsas Museoen Elkarte (AMMM) irabazi-asmorik gabeko elkarte da, eta **Mediterraneoaren arroko itsas ondarearen hedapena, babesa eta sentsibilizazioa sustatzea du helburu**. Horretarako, elkarteak hainbat jardura antolatu eta garatzen ditu hamahiru kideekin.

AMMM itsas museoek ondarea kudeatzen duten erakundeek eta Mediterraneo aldeko hainbat herrialdetako kultura-erakundeek osatzen dute. Maiz eztabaida-taldeak antolatzen dituzte, urtean behin topaketa egiten dute bazkideek proiektu bateratuetan lan egiteko eta itsas ondarearen eta kulturaren babesa ziurtatzeko bestelako elkarten ekintzetan parte hartzen dute (Asociación de Museos Marítimos del Mediterráneo, 2014).

Webgune sinple bat dute eta sare sozialetan haien etiketaren bidez (#AMMM) elkarbanatzen dira gauzak.

9. taula: AMMMren komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

AMMM - Azpimarratzekoak

- Nazioartekotasuna aldarrikatzen da eta sareak eraikitzen dira espainiar estatutik haratago
- Ez dago sare sozialetan elkarbanatzeko batasunik (integralki)

Iturria: Norberak egina

Ontzi tradizionalen erreplikak eraiki dituzten elkarteak:

- **Hermione La Fayette**

Hermione 66 metroko luzera duen ontzia da, 2012an uretaratua, **Frantziako Armadaren Concorde klaseko bere fragata homonimoaren erreplika**. Jatorrizko Hermione 1779ko apirilean uretaratu zuten. Erreplika bat eraikitzeko proiektua 1992an sortu zen lehen aldiz, eta jatorrizkoa urtebete pasatxoan eraiki zen bitartean, erreplika eraikitzeko 15 urte behar izan ziren; San Juan baleontziarekin ere halako zerbait gertatzen da, jatorrizko hilabete gutxitan eraiki zen eta erreplikak zortzi urte daramatza eraikuntzan. Hermionen eraikuntza jatorrizko planoetatik ahalik eta hurbilen mantendu zen arren, segurtasun arrazoiengatik eta beste arrazoi batzuegatik elementu batzuk aldatu ziren.

2015ean, L'Hermionek bere homonimoaren bidaia ospetsua birsortu zuen, lau hilabeteko zeharkaldia eginez, Atlantikoa Ipar Amerikaraino zeharkatuz eta Amerikako Iraultzan paper garrantzitsua izan zuten ekialdeko kostaldeko hainbat portu bisitatuz. Antza denez, San Juan ontziarekin berdina egin nahi da, Ternuara egindako bidaia mitikoetako bat erreplikatzuz.

Proiektua eta Hermione La Fayette **elkartea bera ontzia eraikitzeko sortu ziren**, Albaola ez bezala, eta orain gerraontziaren erreplikaren kudeaketan eta nabigazioetan diardute. Ontziaren egunerokoan portu eta itsas festibal ezberdinak bisitatzen ditu eta ontzia museo ala ekitaldientzako toki bilakatzen da.

Webgunean sartu eta berehala egiten du newsletterrera batzeko dei, bertatik email marketin-era pasatzeko ziuraski. Webgune egituratua, osoa eta argazki ikusgarriez osatutakoa da, ontzia momentuan non dabilen era jakin daiteke. Dena frantsez soilik eskaintzen da eta egia da webguneko koloreak ez doazela irudi korporatiboko koloreekin bat.

Facebooken testu motzak gailentzen dira eta testu bakoitza baino lehen kokapena eta eduki mota adierazten da, adibidez: *[Chantier] - Jeudi Photo* 📷. Ontziaren barnealdea, denda, egunerokoa edo erakusten dute, besteak beste. 20-50 aldiz partekatzen dira edukiak eta akziora dei egiten dutenean (galdera batekin, adibidez), iruzkinak 20 edo izaten dira, bestela bat ere ez.

Instagramen 21.200 jarraitzaile dituzte. Ontzia bera, lana, materiala edo bisitariak erakusten dituzte. Argazki batzuek etiketa gorri bat izaten dute gaia, kokapena edo aipu bat gaineratzeko. 0-15 iruzkin artean eta 400 eta 2.200 *Datsegit* izaten dituzte, ontziaren argazkiak ikusgarriak direnean.

Youtuben langileek hitz egiten dute eta haiek azaltzen dituzte gauzak, bideoek minutu t'erdi eta bost minutu arteko iraupena izaten dute, dena frantsesez. Jakina da proiektu ezaguna dela eta hala adierazten dute sare sozial honetan jasotzen duten datuek: 500 eta 3.000 bisita artean jasotzen dituzte bideoek eta zenbaitetan 14.000 iritsi dira.

10. taula: Hermioneren komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Hermione - Azpimarratzekoak
<ul style="list-style-type: none">- Eduki digitaletan langileek hitz egiten dute eta naturaltasunez ageri dira- Webgunean newsletterrera batzeko dei erakargarria egiten dute- Facebooken testu motzak erabiltzen dituzte- Instagrameko argazkietan etiketak erabiltzen dituzte gaia, kokapena edo aipu bat gaineratzeko- SEO hobetu beharra dute, "Hermione La Fayette" izen osoa jarri ezean ez delako elkartearen webgunea azaltzen.

Iturria: Norberak egina

● **El Galeón Andalucía**

Espainiar estatu mailan ekintza antzekoena egin duen itsasontzia da, izan ere, Galeón Andalucía XVI. mendeko Espainiako merkataritza-ontziaren erreplika da, San Juanaren garai berekoa. Galeón Andalucía XVII. mendeko galeoi espainiar baten erreprodukzioa da. Andaluziako Juntak eta Nao Victoria Fundazioak babestu eta eraiki zuten, *Guadalquivir Rio de Historia* proiektua sustatzeko.

Shanghaiko 2010eko Erakusketa Unibertsalean egoteko Txinara nabigatzeko eraiki zen. Egun espainiar estatu hegoaldetik nabigazioak egiten eta erakusketa modura bidaiatzen du. Hargatik azaldu ohi da hedabideetan.

Material nagusia haritzaren, irokoaren eta pinuaren zura da, baina beira-zuntzeko estaldura ere badu. Erreplika bat izan arren, XXI. mendeko teknologia du, batez ere haren segurtasuna bermatzeko eta hau da San Juan baleontziarekin duen ezberdintasun nagusiena, beste batzuen artean. Gainera, oinarri eta jakintza teoriko eta tekniko faltan du. **Erakunde publikoek hala nahi izanda diruz lagunduta eraikitako ontzia da eta ez da benetako erreplika** (Leoz, 2022).

Sare sozialetako komunikazioaz, Fundación Nao Victoria elkarteak du galeoiaren kudeaketa komunikatiboa, beraz, webgunea ere fundazioarena da eta galeoiaren berri ematen dute “El Galeón” izeneko atalean, beste erreplika batzuen berriein batera (Nao Victoria, Nao Santa María...). Webgunea egueratuta dago, informazioa eskaintzen du (sarrerak, azken ekimenak, etab), denda dauka... baina ez da El Galeón Andalucía-ri zuzendutakoa. Ildo beretik, Galeón Andalucía eta Nao Victoriaren jardueraren berri emateko Twitter kontu bakarra dute, baina ez du ia jarraitzailezik ez interakziozik.

Facebooken haien espedizioen eta geldialdien berri ematen dute, bisitatzera dei egin edo espedizioen batean parte hartzeko gonbita luzatzen dute. Oso testu motzak izaten dira publikatutakoak eta hizkuntza bakarrean; gutxitan elkarbanatzen da, 10 aldiz elkarbanatua izatera irits daitezke zenbait argitalpen. Etiketak erabiltzen dituzte, baina estekarik ez. 30-120 Datsegit izaten dituzte eta ontziaren geldialdiei buruz informatzerakoak iruzkinak 10 izatera irits daitezke, denak positiboak.

11. taula: Galeón Andaluciaren komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Galeón Andalucía - Azpimarratzekoak

- Egiten den nabigazio bakoitza hedabideetan zabaltzen eta azaltzen da.
- Webgune eta Twitter propiorik ez dute, lor dezaketen eragina beste ontziekin partekatzen du

Iturria: Norberak egina

Erreferentziatzeko museoak Euskal Herrian:

- **Guggenheim Bilbao Museoa**

Euskadin **bisitari gehien** jasotzen dituen museoak da, nahiz eta geografikoki hurbil ez egon, **museo ezagunena eta garrantzitsuena** da. Guggenheim Bilbao Museoaren sorrera Euskal Administrazioen eta Solomon R. Guggenheim Foundation-en arteko lankidetzaren emaitza izan zen eta arte moderno eta garaikideko museoak da. Artearen eta kulturaren alorretan egin ziren aurreikuspen handienak gainditu dituen museoak da eta Bilbo hiriko eta ingurune hurbileko hirigintza, ekonomia eta gizartea eraldatzen nabarmen lagundu du.

Guggenheim Bilbao Museoak kultura gizarteari hurbiltzen dio denbora mugatuko artisten lanak museora ekarri eta publikoak artean hezten laguntzen du. Erakusketek hedabideetan presentzia izaten dute. Albaolarekin bat jaio zen eta balio zenbait partekatzen ditu.

Online komunikazio arrakastatsua dute. Instagram da hoberen funtzionatzen duen sare soziala, 1.000 eta 5.000 Datsegit artean lortzen dituzte argitalpenetan eta iruzkin ugari, gaztelania gailentzen da idatzian, eta gaiaren arabera euskarara edo ingelesera itzultzen dute beherago. Argazki ederrak eta artistikoak gailentzen dira, museoeko piezenak edo museoarenak berarenak. Story-etan haien webgunerako estekak, galderak eta bisitariak ateratako argazkiak jartzen dituzte, normalean gazteleraz.

Facebooken gaiaren arabera hautatzen dute hizkuntza eta bost lerro inguruko testuak egiten dituzte, gero etiketak eta aipamenak gehituta. Gaztelerazko argitalpenek askoz ere arrakasta handiagoa izaten dute euskarazkoek, frantsesezkoek ala ingelesezkoek baino. 10 eta 40 aldiz partekatzen dira argitalpenak, 40 eta 400 *Datsegit* inguru izaten dituzte eta pare bat iruzkin izaten dituzte. Albisteak direla edo museorako sarrerak direla, webgunerako esteka ipintzen dute argitalpenetan.

Twitterren ere interakzio gehien lortzen duten argitalpenak museoaren eraikuntza bera ikusten direnak dira, 40 *Datsegit* eta 4 birtxio inguru, bestela *Datsegit*-ak 15 ingurura jaisten dira normalean eta 5 birtxiotara. Tweet bakoitzean hizkuntza bakarria erabiltzen dute karaktere muga dela eta, baina argazki berdinak erabiltzen dituzte bi edo hiru tweetetan. Jarduera edota tiketak erosteko akzioa webgunera esteka jarri bideratzen dute.

Webgunea irakurterraza eta osoa da. SEO ona du eta bertan sartu eta berehalako orria eguneratzen da momentuan museoan dagoen erakusteketa berrienarekin, beharrezko

informazio guztia biltzen du eta hamaika hizkuntzatan irakur daiteke. Programazioa, artistak, prentsa atala, sarrerak erosteko aukera, etab. aurki daitezke webgunean.

12. taula: Guggenheimen komunikazio azterketatik azpimarratzekoak

Guggenheim - Azpimarratzekoak

- Ingurune hurbileko hirigintza, ekonomia eta gizartea eraldatzen lagundu duen museoa da
- Eduki digital landuak eta diseinu aldetik bateratuak (feed polita)
- Kalitatezko argazkiak erabiltzen dituzte
- Kultura gizarteratze nahia aldarrikatzen dute
- Harrera oso ona (*Datsegit* mordo) izaten dute
- Galderak egiten dituzte storyetan
- Facebooken testu motzak eta pare bat etiketa besterik ez dituzte jartzen
- Museorako sarrerak webgune bidez har daitezke
- Euskarak ez du lehentasunik argitalpenetan

Iturria: Norberak egin

3. Eranskina: Elkartearen balioak

- **Berdintasuna**

Genero parekidetasuna eta **emakumeen partehartzea lanbide tradizionalak berrasmatzeko orduan**, historian inoiz parte hartu ez badute ere. Esaterako, Aprendiztegi Lance Lee Nazioarteko Ontzigintza eskolan.

- **Elkarbizitza eta taldelana**

Elkarbizitza garrantzitsua da eta are gehiago ondarea berpiztea asmo duen ekimen batean. Itsasoa sinbolikoki eremu librea da, ondarea bezala, 200 itsas milatik kanpora ez baita inorena eta, aldi berean, denona da. **“Itsasoan elkartu gaitzke eta berdinak izango gara”** (Agote, 2022). Adibide da Albaolak 2003an Irlandaren Bake Prozesua babesteko bakearen eta elkarbizitzaren alde egindako nabigazioa: Navigating Peace.

- **Basoen zaintza eta ekologismoa**

Nabigazioek itsas-ingurugiroari begira sentikortasun bat eskaintzen dute, inguruarekin estuki harremanetan jartzen zaituzte. Hala, beraz, beharrezkoak dituzte **ondo kudeatutako Nafarroako basoak** zuhaitzak hazteko, **ondo zaindutako urak** nabigatzeko... Elkartearen ekologismoaren adierazle ugarietako bat da 2022an Desastre del Prestige gertatu zenean Euskal Herrian mobilizatu zen lehen elkartea izan zela Galiziara txapapotea jasotzera joateko, ingurugiroaren ongizatearen izenean.

- **Nazioartekotasuna**

Teknologikoki itsas naziorik handienaren erreferentzialtasuna Euskal Herritik haratago zabaltzen da eta adituen konferentzietan partehartzea errealitate bat da gaur egun. Elkartean munduko **kultura ororen presentzia** dago eta gehiagorena nahi da, hurrengo erronka afrikarrak erakartzea izango da.

- **Galdutako lanbide zaharren berreskurapena**

Egun baliorik ez duten lanbideak berreskuratu nahi izatea ez da asmo komertziala, **lanbide horien edertasuna eta duintasunagatik egindako berreskurapena** baizik, bere garaian berebiziko garrantzia izan zuten lanbideak gogoraztea eta ezagutzeak **euskal historia eraikitzen baitu**.

- **Gaztedia**

Belaunaldiz belaunaldi orain arte galdutako informazioa berriro ez galtzea da gaztediari hezkuntzaren bidez aukera berriak eskaintzearen helburua. Aprendiztegi Lance Lee Nazioarteko ontzigintza eskolaren bitartez **ezagutzaren transmisioa bermatzea** misio bat da, baita idatziz utzitako dokumentu eta ikerketa bidez ere.

- **Librea eta independentea**

Albaola erabat **librea eta independentea** da, erabakitze-askatasunaz aurrera egiten duena eta mugarik gabekoa.

4. Eranskina: Albaolako langileak eta haien funtzioak

13. taula: Albaolako langileak

Langilea	Departamentua	Kargua	Funtzioak
xxx	Zuzendaritza eta administrazioa	Zuzendaria	Elkartearen ildo orokorra mantendu, agerpen publikoak egin, erabaki garrantzitsuenak hartu (elkartean).
xxx		Gerentea	Erabaki gehienak hartu, agente ezberdinekin elkartu, taldearen kudeaketa orokorra eta lanen banaketa.
xxx		Administrazio teknikaria	Diru kontuak gerentearekin kudeatu eta administrazio lanak egin (nominak, fakturak...)
xxx		Giza Baliabideen teknikaria	Langileen kudeaketa eta lanen kontrola.
xxx	Ondarea	Zuzendaria	Elkartearen ildo orokorra mantendu, agerpen publikoak egin, erabaki garrantzitsuenak hartu (ontzien ikerketan).
xxx		Ikerketa arduraduna	Ondarearen ikerketaren zuzendaritza eta datuen argitalpena.
xxx		Ondare teknikaria	Ontzien eraikuntza eta kudeaketa, informazioa eta erakusketen lanketa, historia.

xxx	Komunikazioa	Komunikazio eta marketin arduraduna	Albaolako komunikazioa eta marketinaren kudeaketa orokorra, ekitaldien antolaketa eta departamentuko langileen antolaketa.
xxx		Proiektuen kudeaketa (Pasaia Itsas Festibala)	Pasaia Itsas Festibalaren antolaketa orokorra zein komunikatiboa.
xxx		Komunikazio teknikaria	Albaolako sare sozialen plangintza eta exekuzioa, datuen tratamendua, webgunea eta prentsa alorra. Online lan egiten du.
xxx		Komunikazio teknikaria	Albaolako sare sozialen plangintza eta exekuzioa. Ikus-entzunezko edukien kontrola.
xxx	Museoa	Bisiten arduraduna	Bisiten kudeaketa orokorra, publikoarekin harremana eta museoko sarreran zein dendako produktuen salmenta.
xxx		Museoko gidaria	Bisita gidatuak, bisiten erreserben kontrola, museoko sarreran zein dendako produktuen salmenta.
xxx		Museoko gidaria	Bisita gidatuak, bisiten erreserben kontrola, museoko sarreran zein dendako produktuen salmenta.
Faktoriako 27 langile	Faktoria	Anitzak	Faktoriaren kudeaketa, funtzionamendua eta eraikuntzak.

Iturria: Norberak egina

5. Eranskina: Albaolako komunikazio saileko langileak

14. taula: Komunikazio saileko langileak

Langilea	Kargua	Formakuntza	Funtzioak
xxx	Komunikazio eta marketin arduraduna	Publizitatea eta Harreman Publikoetan graduatua, baita Psikologiako Graduan ere. Hiru alor hauetako zein marketineko formakuntza-gradu ugari egin ditu.	Albaolako komunikazioa eta marketinaren kudeaketa orokorra, ekitaldien antolaketa eta departamentuko langileen antolaketa.
xxx	Komunikazio langilea. Zuzendaritzari atxikia.	Diseinu eta argazkigintzako goi-mailako teknikaria. Alorreko eta kontu exekutiboko formakuntza anitz ere egin ditu.	Komunikazioaren estrategia ezartzen laguntzen du eta proiektuen kudeaketan eta haien komunikazioan dihardu.
xxx	Komunikazio teknikaria	Publizitatea eta Harreman Publikoak eta Kazetaritza graduetakoko ikaslea.	Albaolako sare sozialen plangintza eta exekuzioa, datuen tratamendua, webgunea eta prentsa alorra. Online lan egiten du.
xxx	Komunikazio teknikaria	Batxiler Artistikoko ikaslea eta goi-mailako zikloa Publizitatea eta Marketinean.	Albaolako sare sozialen plangintza eta exekuzioa. Ikus-entzunezko edukien kontrola.

Iturria: Norberak egina

6. Eranskina: Elkartean komunikazioan egiten duen inbertsioaren taula

15. taula: Elkarteko komunikaziorako inbertsioa

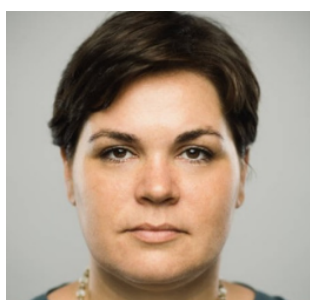
Inbertsioa		Balore ekonomikoa (kostu finkoak, gutxi gorabehera)
Langileak	Hiru pertsonen jornada osoko, erdiko ala gutxiagoko soldata.	6.020€
Baliabide teknikoak	Bi ordenagailu eta ordenagailu-eramangarri bat. Bi telefono-mugikor.	1900€
Komunikazio baliabideak	Domeinua (albaola.com, albaola.org, pasaiatsasfestibala.org)	151 €/urtean (CDmon) - URL - Hosting - Helbide elektronikoak
Azpiktratazioak	Ikus-entzuneko produktuak eta diseinua Webgune teknikariak edo informatikariak	Zehaztu gabea

Iturria: Albaola, 2022

7. Eranskina: Bigarren mailako xede-taldean Buyer Personak

Euskal Herriko publiko orokorra (gizartea)

16. irudia: Euskal Herriko publiko orokorraren Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

-  52 urte
-  Lekeitio
-  Ostalaria

EDURNE SAIZARBITORIA

Jatetxe batean egiten du lan eta bakarrik bizi da. Asteburutan planak egitea gustatzen zaio.

MOTIBAZIOAK

- Euskal Herriak duen eskaintza kulturala bisitatu ohi du asteburutan, ikasi egin nahi du.
- Albaola ezagutzen du eta kanpotik jendea etortzen denean bisitan bertara joaten dira.

PUBLIKO OROKORRA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Ekitaldiak ikusgarriak izaten dira asko ikasi ohi du itsasoaz eta itsasontzi ezberdinez.
- Noizean behin Albaolaz entzutea gustatzen zaio, baleontzia nola doan eta elkartean zertan ari diren jakiteko.

INFORMAZIOA




Iturria: Norberak egina

Hedabideak

17. irudia: Hedabideko kazetariaren Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

-  56 urte
-  Donostia
-  Kazetaria

GURUTZE BARRIENTOS

Senarrarekin bizi da eta Noticias de Gipuzkoa egunkarian egiten du lan gaztetatik, kultura ataleko sailburua da.

MOTIBAZIOAK

- Historia gustuko du eta normalean erlazioatutako gaiak aukeratzen ditu egunkarian idazteko.
- Marinelen bizitza bere kabuz ikertu nahiko luke, baina ez du informazio gehiegirik topatzen.

HEDABIDEA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Elkarreak antolatzen dituen ekintzek kultura sailean argazki harrigarriak eta amu lana egiten duten titularrak eskaintzen dizkiote.
- Ikerketa etengabeak albisteak ematen ditu.

INFORMAZIOA





Iturria: Norberak egina

Iritzi liderrak / adituak

18. irudia: Iritzi lider eta adituaren Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

-  72 urte
-  Brest
-  Jubilatua

PATRICK HOEN

Europa mailan bidaiatzen du hitzaldiak ematen gaztetatik itsas mundua ikertu duelako. Emaztearekin bizi da.

MOTIBAZIOAK

- Gaztetan egurrezko ontziak egiten zituen eta gero mundu hori ikertzen eta harremanak egiten joan zen.
- Nabigatzera ateratzen da ahal duenean bere 14 metroko eslorako egurrezko ontzian.

IRITZI LIDERRA / ADITUA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Jakintza elkarbanatzeko pertsonak eta espazioa da Albaola berarentzat.
- Frantziako itsas kultura eta Euskal Herrikoa konparatzeko aukera ematen dio.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

Erakunde publikoak

19. irudia: Erakunde publikoko langilearen Buyer Persona



INFORMAZIO PERTSONALA

-  47 urte
-  Lasarte-Oria
-  Politikoa

IBON GOMEZ

Gaztetatik PSE-EE alderdian afiliaturik egon da eta orain pertsonaia publikoa da. Familiarekin bizi da eta bi alaba ditu.

MOTIBAZIOAK

- Gizarte-ekintzetan sinesten du eta haietara dirua bideratzeko lan egiten du.
- Bere alabei gauza ez materialen balioa erakutsi nahian dabil.

ERAKUNDE PUBLIKOA

ALBAOLAK ESKAINTZEN DIONA

- Jende askok begi onez ikusten duen proiektua diruz finantzatu ahal izatea, euskaldunen memoria berreskuratzeko.
- Bere alabei itsasoa eta kultura zaintzen ikasten irakasten diela sinisten du.

INFORMAZIOA



Iturria: Norberak egina

8. Eranskina: Ekintzen zehaztapenak eta loturak (excell formatuan ikusi nahi bada esteka hau bisitatu: <https://labur.eus/MzcXI>)

16. taula: Hedabideetarako ekintza bakoitzaren komunikazio-kanala, xede-taldea, teknika, ildo estrategikoa, mezua eta helburua

KOM UNIK AZIO-KANALA	EKINTZA	XEDE-TALDEA	TEKNIKA	ILDO ESTRATEGIKOA	MEZUA	HELBURUA
Email	25. urteurrenaren prentsa oharra	Hedabideak	Publicity	Hedapen estrategia	"Albiste informatiboki interesgarria da, eta oso erakargarriak eta ikusgarriak dira ontzien eraikuntzak zein elkarteen istorioak".	Hedabideetarako helburuak
	Nabigazio elkarteen ontzi guztiekin prentsa oharra					
	Sari banaketa inguruko elkarteei prentsa oharra					
	PIF 2024 prentsa oharra					
	Apaizac Obeto ikusteko saioetara gonbidapena prentsa oharra					
	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra ekarri prentsa oharra					

Iturria: Norberak egina

17. taula: Faldoiatarako ekintza bakoitzaren komunikazio-kanala, xede-taldea, teknika, ildo estrategikoa, mezua eta helburua

KOM UNIK AZIO-KANALA	EKINTZA	XEDE-TALDEA	TEKNIKA	ILDO ESTRATEGIKOA	MEZUA	HELBURUA
Email	25. urteurrena faldoia	Euskal Herriko publiko orokorra	Publizitate insertzioa (doan)	Hedapen estrategia	<p>- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko".</p> <p>- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"</p>	<p>- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean</p> <p>- Elkarrekin jada dituen marketin helburuak lagundu</p>
	Nabigazioaren argazkiak jendeari arraunera etortzeko deia egiteko faldoia					
	Sari banaketaren jakinarazpenerako faldoia					
	Taldearen argazkia babesleei eskerrak ematen faldoia					
	Urte Berri On 2023! faldoia					
	Museoan deskontua faldoia					
	Apaizac Obeto ikusteko saioak faldoia					
	Faktoria-museoa bisitatzeko deia faldoia					
	Hamaiketako eguneko argazkia faldoia					

Iturria: Norberak egina

18. taula: Sare sozialetarako ekintza bakoitzaren komunikazio-kanala, xede-taldea, teknika, ildo estrategikoa, mezua eta helburua

KOMUNIKAZIO-KANALA	EKINTZA	XEDE-TALDEA	TEKNIKA	ILDO ESTRATEGIKOA	MEZUA	HELBURUA
Sare sozialak eta hedabideak	25. urteurrenaren azalpena	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina	Hedapen estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako eta hedabideetarako helburuak
		Euskal Herriko publiko orokorra			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
		Babesleak			"Elkarte profesionala gara eta erreferenteak izateko helburua dugu".	
Sare sozialak	Argazki erakusketaren berri eman	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Pull estrategia	Hedapen estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
		Sektoreko profesionalak	Pull estrategia		"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
	Espazioen eboluzioa azaldu	Albaola ren bezero	Sare sozialen marketina		- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik	

		eta bezero gaiak			izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
	Arraunera gonbidapena	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
			Sektore ko profesio nalak		"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
	Ontzien argazkiak xehetasun teknikoekin	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
			Sektore ko profesio nalak		"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
Sare soziala k eta hedabideak	Nabigazioaren berri eman eta argazkiak erakutsi	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako eta hedabideetarako helburuak

		Euskal Herriko publiko orokorra			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
Sare sozialak		Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Pull estrategia		- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
Email	Sari banaketara gonbidapena	Erakunde publikoak	Email marketina	Posizionamendu estrategia	"Nazioarteko mailako sareak eta harreman sendoak ditugu". "Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".	
Sare sozialak	Gure aitortzen azalpena	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina		- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
Sare sozialak eta hedabideak	Elkarte sarituak zein izan diren argitaratu	Albaola ren bezero eta bezero gaiak		Hedapen estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak,	Sare sozialetarako eta hedabideetarako helburuak

		Euskal Herriko publiko orokorra	Sare sozialen marketina eta publicity		erakusketak...)"	
	Arzaki elkarrizketa	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina		- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
		Babesleak	Pull estrategia		"Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".	
Sare sozialak	Irizarri elkarrizketa	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina	Posizionamendu estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
		Babesleak	Pull estrategia		"Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".	
	Diario Vascoi elkarrizketa	Albaola ren bezero eta	Sare sozialen marketina		- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan".	

		bezero gaiak			- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"
		Babesleak	Pull estrategia		"Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".
Albaola lantaldearen argazkia bidelagunei eskerrak emanez		Albaola ren bezero eta bezero gaiak		Fidelizazio estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"
		Babesleak	Sare sozialen marketina	Posizionamendu estrategia	"Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".
	Gertaera garrantzitsuenen timeline 1	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			Hedapen estrategia
Gertaera garrantzitsuenen timeline 2					
Gertaera garrantzitsuenen timeline 3					

KOMUNIKAZIO-KANALA	EKINTZA	XEDETALDEA	TEKNIKA	ILDO ESTRATEGIKOA	MEZUA	HELBURUA
Sare sozialak	Mahai biribilera gonbidapena	Albaola ren bezero eta	Pull estrategia	Posizionamendu estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan".	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera

		bezero gaiak			- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean
Email		Sektoreko profesionalak			"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	- Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea,
		Iritzi liderrak / Adituak			"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
Sare sozialek	Behotuen birargitalpena iragarri	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina	Fidelizazio estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
	Urte Berri On 2023!				- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan".	Elkarteak jada dituen marketin helburuak lagundu
	Museoan deskontuak	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
	Aprendiztegi elkarrizketa-bideoa	Sektoreko profesionalak	Pull estrategia	Hedapen estrategia	"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
Sare sozialek eta hedabideak	PIF 2024 iragarri	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina eta publicity		- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako eta hedabideetarako helburuak

		Euskal Herriko publiko orokorra			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
		Sektoreko profesionalak			"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
		Babesleak			"Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu".	
Sare sozialak	Adituen hitzak bilduko dituen bideoa	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina	Posizionamendu estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	Sare sozialetarako helburuak
		Sektoreko profesionalak			"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez".	
Sare sozialak eta hedabideak	Apaizac Obeto ikusteko saioetara gonbidapena	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Pull estrategia	Hedapen estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez
		Euskal Herriko publiko			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira	

		orokorra			gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
		Sektoreko profesionalak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez”.	
Sare sozialak	Mapa interaktiboa egin diren espedizio garrantzitsuenak adieraziz	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	
		Sektoreko profesionalak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez”.	
	10 espedizio azaldu	Albaola ren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina		- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	Sare sozialetarako helburuak
		Sektoreko profesionalak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez”.	
	Minutu bateko bideoa komunikabideetan izandako agerpenekin	Albaola ren bezero eta bezero gaiak			- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak,	

		Hedabideak		Pull estrategia	erakusketak...”). “Albistea informatiboki interesgarria da, eta oso erakargarriak eta ikusgarriak dira ontzien eraikuntzak zein elkarrearen istorioak”.	
	Etorri diren pertsonaien argazkiak 1	Albaolaren bezero eta bezero gaiak		Hedapen estrategia	- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	
	Etorri diren pertsonaien argazkiak 2					
Sare sozialak eta hedabideak	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorraren argazkia	Albaolaren bezero eta bezero gaiak	Sare sozialen marketina eta publicity	Posizionamendu estrategia	- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”. - “Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	Sare sozialetarako eta hedabideetarako helburuak
Sare sozialak	Albaola taldearen mosaiko argazkia eskerrak emanez	Babesleak	Sare sozialen marketina	Pull estrategia	“Enpresari transmititu diezazkiokegun balio boterestuak lantzen ditugu eta ikusgarritasuna izaten dugu”.	Sare sozialetarako helburuak

Iturria: Norberak egina

19. taula: Ekitaldietarako ekintza bakoitzaren komunikazio-kanala, xede-taldea, teknika, ildo estrategikoa, mezua eta helburua

KOMUNIKAZIO-KANALA	EKINTZA	XEDE-TALDEA	TEKNIKA	ILDO ESTRATEGIKOA	MEZUA	HELBURUA
Ahoz ahoko komunikazioa, emaila eta hedabideak	Prentsurrekoa eta argazki erakusketa (espazioak + erreferenteak)	Albaolar en bezero eta bezerogaiak	Ekitaldia	Hedapen estrategia	- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
		Euskal Herriko publiko orokorra			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizarte aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko". - "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"	
Ahoz ahoko komunikazioa, emaila eta hedabideak	Nabigazio bat elkartearen ontzi guztiekin	Boluntarioak	Ekitaldia	Hedapen estrategia	"Oso eskertuta gaude laguntzen gaituzuelako, ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan".	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
		Euskal Herriko publiko orokorra			- "Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizarte aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko".	

					- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"		
		Sektore ko profesio nalak			"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez"		
Ahoz ahoko komuni kazioa, emaila eta hedabideak	Sari banaketa inguruko elkarteei	Albaolar en bezero eta bezerog aiak	Erakunde publikoak	Babesleak	Posizionamendu estrategia	<p>- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan".</p> <p>- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"</p> <p>"Nazioarteko mailako sareak eta harreman sendoak ditugu".</p> <p>"Elkarte profesionala gara eta erreferenteak izateko helburua dugu".</p>	<p>- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean</p> <p>- Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean</p> <p>- Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.</p>
Ahoz ahoko komuni kazioa eta emaila	Mahai biribila liburuen idazleekin	Albaolar en bezero eta bezerog aiak	Sektore ko profesio			<p>- "Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan".</p> <p>- "Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)"</p> <p>"Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen"</p>	<p>- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean</p> <p>- Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean</p> <p>- Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.</p> <p>- Ekitaldi guztietatik bik</p>

		nalak			dugu profesionaltasunez” .	aditu edo iritzi liderren baten aitortza edo babesa jaso izana.
		Iritzi liderrak / Adituak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez” .	
Ahoz ahoko komunikazioa	Museoan deskontua	Euskal Herriko publiko orokorra	Hedapen estrategia		- “Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko. - Elkarteak jada dituen marketin helburuak lagundu
Ahoz ahoko komunikazioa eta emaila	Hitzaldia adituekin	Albaolar en bezero eta bezerogaiak	Posizionamendu estrategia		- “Lana aurrera doa eta ondarea berreraikitzeke lanak ez du etenik izango Albaolan”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
		Sektoreko profesionalak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu profesionaltasunez” .	- Ekitaldi guztietatik bik aditu edo iritzi liderren baten aitortza edo babesa jaso izana.
		Iritzi liderrak / Adituak			“Ondarea ikertzen, eraikitzen eta hedatzen jarraitzen dugu	

					profesionaltasunez” -	
Ahoz ahoko komuni kazioa, emaila eta hedabideak	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 1	Euskal Herriko publiko orokorra	Hedapen estrategia	-	- “Albaola eta bere jarduna oso garrantzitsuak dira gizartea aberasteko eta kulturaren bidez mundu hobe bat sortzeko”. - “Orain dela 25 urtetik proiektuak etengabe egiten ditugu (proiektuak, hitzaldiak, erakusketak...)”.	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.
	Apaizac Obeto dokumentala ikusteko saioak 2					
-	Audrey Azoulay UNESCOko zuzendari orokorra Albaolara	-	Posizionamendu estrategia	-	-	- Ekitaldi guztietatik bik aditu edo iritzi liderren baten aitortza edo babesa jaso izana.
Ahoz ahoko komuni kazioa eta emaila	Hamaiketako Ulian	Boluntarioak	Fidelizazio estrategia		“Oso eskertuta gaude laguntzen gaituzuelako, ondarea berreraikitze lanak ez du etenik izango Albaolan”.	- 10 pertsona baino gehiago etortzea ekitaldi bakoitzean - Aurrera eramango diren ekitaldi bakoitza gutxienez hedabide batean atera izatea, paperean ala digitalean - Sare sozialetan post bat eta story bat gutxienez publikatzea, bertako jarraitzaileei ere egin denaz informatzeko.

Iturria: Norberak egina

