

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

1. INICIO DE LA ESTRATEGÍA

Nuestra agencia tiene clientes que le han brindado una buena reputación, aunque son pocos los que nos conocen por ahora, podemos determinar la posibilidad de tener buenas relaciones y llegar a ser la agencia número 1 en comunicación estratégica.

Es necesario pensar en mejorar cada día, es por eso que una de las ventajas que tiene nuestra agencia, es el hecho de ir innovando de la mano con la tecnología y los medios de comunicación.

¿Por qué consideramos necesaria una estrategia para el reconocimiento de Idée? Mantener esos clientes que han generado esa imagen de Idée en la sociedad, hace que sea indispensable mantenernos en constante comunicación y trabajo con ellos, de esta forma podemos tener estabilidad en nuestra empresa y sobre todo, seguridad de que tenemos clientes reconocidos en nuestras manos y que podemos llegar a oídos de muchos más.

La idea principal es la divulgación de información ¿Quién es? y ¿Qué hace?, es por eso que la buena comunicación, el contacto con los medios y el manejo de diferentes formas de publicidad nos harán lograr este propósito de forma exitosa.



2. ANÁLISIS DE LA IMAGEN (situación inicial)

Somos una empresa pyme, organizada por estudiantes de comunicación de la Salle, que busca realizar estrategias de comunicación, para solucionar cualquier tipo de conflicto que se presente en una organización.

Hemos logrado transformar puntos estratégicos que ponían a nuestras empresas en riesgo, regresándoles el equilibrio que los hacían permanecer en el mercado.

Tenemos en nuestras manos, empresas reconocidas nacionalmente, al mismo tiempo que mantenemos esas relaciones con grandes empresarios, también avanzamos como empresa de forma estratégica, masificando nuestras especialidades y los servicios que ofrecemos.



Imagen pública deseada (situación deseable)

Idée busca ser visto como la agencia de comunicación que solucionará cualquier problema que ponga en riesgo la sobrevivencia de cualquier empresa en el mercado.

Ser la empresa innovadora en el mercado, que de la misma forma que vamos adquiriendo problemáticas de diversas empresas, aumentemos el personal y los servicios que brindamos, así, cualquier problemática será resuelta en manos de especialistas que trabajan en Idée.

Estaremos en constante contacto con nuestros clientes, de esta forma, la imagen Idée no pasará desapercibida. Los distintos eventos públicos y eventos de la empresa, promocionarán los servicios que brindamos y las diversas promociones del momento.



3. REQUERIMIENTOS DEL NEGOCIO

Objetivo principal

Tener la fidelidad de nuestros clientes y excelente reputación en 6 meses como máximo, demostrando que somos una agencia que está comprometida con los negocios y sobre todo, poniendo como prioridad el beneficiar a nuestros clientes de forma responsable e innovadora.

¿Cómo?

Manteniendo constante comunicación con nuestros clientes, realizando reuniones ejecutivas para poner en la mesa nuestras propuestas del mismo modo que les presentaremos los puntos que los beneficiaran para que sus empresas sigan evolucionando en el mercado.

Comunicaremos las nuevas áreas con las que trabajamos para lograr que las problemáticas de nuestros clientes, desaparezcan en el menor tiempo posible y de una manera inovadora, capacitando a nuestro personal e incorporando especialistas en temas de riesgo.



Estado de la misión

Estamos generando contacto y comunicación con distintos outsourced consultants que nos ayudarán a conseguir el personal capacitado con los conocimientos que requerimos en Idée.

Tenemos dentro de nuestro personal, agentes en el área de relaciones públicas, encargados de realizar eventos sociales que nos generen más contacto con personas dentro del negocio, con las cuales podemos generar proyectos que van de la mano con lo que Idée ofrece en la industria, al mismo tiempo que generamos relaciones públicas financieras que nos brindarán seguridad económica.

4. AUDIENCIAS

Clientes presentes

Clientes en potencia

Medios de comunicación

Personal (empleados)



PÚBLICOS

INTERNOS	EXTERNOS	CIBERAUDIENCIAS
Idee (Empleados).	Clientes presentes	Medios digitales
	Clientes en potencia	Community manager
	Competencia	Usuarios

ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS

Estrategias	Tácticas
Promocionar los nuevos servicios que ofrecemos	<p>-Realizaremos constantes eventos con nuestros clientes actuales y con nuestros clientes en potencia, en los cuales se dará información clara y concisa.</p> <p>-En nuestra página web publicaremos constantemente las nuevas especialidades que ofrecemos para solucionar problemas de riesgo.</p> <p>-Convocaremos reuniones con nuestros clientes actuales para mantenerlos informados de las novedades de la empresa y de los beneficios que pueden obtener.</p>

<p>Estarán presentes los medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Invitaremos a nuestros eventos a los medios que nos puedan generar publicidad. -Los Mantendremos al tanto de los acontecimientos más relevantes. -Invertiremos presupuesto para generar medios publicitarios que atraigan la atención de nuestros clientes actuales y de los futuros.
<p>Demostrar que tenemos al personal mejor capacitado trabajando para Idée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -De la mano de outsourced consultants, invitaremos a las personas con la mejor reputación laboral a trabajar con nosotros, personal que haya generado controversia en algún momento. -Publicaremos en nuestra página web, la incorporación de nuevo personal a la agencia, señalando los puntos más relevantes de sus estudios, su preparación académica y sus logros en el ámbito laboral.



Medios	Acciones	Presupuesto
Medios de comunicación (prensa)	Promocionar los servicios que ofrecemos mediante eventos sociales (12 eventos por año, uno cada mes)	\$ 1,200.000.000
Internet (página web)	Generar publicidad, (community manager)	\$ 36,000.000
		Total: \$1,236.000.000

5. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tenemos la visión de un negocio que evoluciona con el tiempo, una agencia que va innovando de la misma forma que van emergiendo diferentes tecnologías y diferentes problemáticas sociales.

Tenemos conexión con diferentes agencias de comunicación al igual que conexión con los medios para promocionar la información de quienes somos, que hacemos y como lo hacemos.

Analizamos con gran importancia el historial del personal que trabaja y trabajará para nosotros, de esta forma tenemos una reputación de la organización y estructura de la agencia y podemos controlar las acciones que hagamos como agencia en cualquier situación que se nos presente a futuro.



6. FUENTES DE INFORMACIÓN/ CONTENIDO.

Audiencia	Información /contenido
Clientes presentes	<p>Información de nuestros nuevos servicios y el nuevo personal que ingrese a la agencia.</p> <p>Contacto continuo con ellos para no perder el reconocimiento.</p> <p>Promociones actuales y descuentos que puedan beneficiarlos o interesarles.</p>
Clientes en potencia	<p>Los servicios en general que ofrece Idée, los casos de riesgo en los que ha participado y en los que ha generado beneficios para sus clientes.</p> <p>Promociones en servicios y precios que puedan ser de su interés.</p>
Medios de comunicación	<p>Información de la reputación que tenemos actualmente como agencia de comunicación y de los eventos públicos que hagamos para promocionarnos como agencia y generar relaciones públicas estratégicas.</p>

Nuestro personal	<p>La importancia que tiene el mantener una buena reputación en el medio en el que nos desenvolvemos, al igual de la importancia que tiene mantener la comunicación con nuestros clientes actuales para no perderlos.</p> <p>Capacitaciones para mejorar día a día, tanto en el ámbito laboral como en el personal (los valores que nos identifican).</p>
------------------	---



7. MENSAJES

Mensajes sobre la evolución de la empresa, con respecto a tecnologías e información que garantice el éxito de las estrategias que utilicemos en los problemas de riesgo de nuestros clientes.

Información de quienes somos y los servicios que brindamos al igual que mensajes que demuestren el éxito de nuestro trabajo con algunos clientes actuales o problemas que hayan tenido mucha relevancia en la sociedad.

Mensajes en nuestra página web de los servicios que ofrecemos y promociones del momento que les puedan interesar por medio de la misma página, correo electrónico, contacto personal o el chat que se encuentra en la página web.

Mensajes personalizados a los medios acerca de nuestra historia, quienes somos y que hemos hecho, al igual que mantenerlos informados a tiempo de los eventos que se realizarán e invitarlos a participar en ellos.

Mensajes a nuestro personal, que fomente la inspiración de realizar un trabajo completo y pulcro.

modo que les brindamos información de talleres, congresos, especializaciones y demás actividades que ayuden a mejorar sus conocimientos para realizar mejores estrategias de comunicación.

Calendario

1.Enero	1.Febrero	1.Marzo	1.Abril	1.Mayo	1.Junio	1.Agosto	1.Sept	1.Oct	1.Nov
evento	evento	evento	evento	evento	evento	evento	evento	evento	evento

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Pondremos en marcha todas nuestras estrategias y tácticas, como nuestro objetivo principal, es, lograr la fidelidad de nuestros clientes actuales y mantener una reputación que fomente el hecho de llegar a oídos de posibles clientes, nuestros criterios de evaluación son los siguientes:

- Mediremos las llamadas que se realizan durante una semana, después de algún evento que realicemos con nuestros clientes presentes, nuestros clientes en potencia y los medios.
- Mediremos los E-mails que lleguen a nosotros después de cada evento al igual que después de cada publicación de promociones que se publiquen en la página web.
- Mediremos la cantidad de visitantes en nuestra página web.
- Mediremos la cantidad de personas que utilizan a diario el chat de nuestra página web
- Tendremos en cuenta las críticas y opiniones que generen los medios de comunicación después de nuestros eventos.



9. ANÁLISIS DE RIESGO

Que ocurran imprevistos e inconvenientes en los eventos que realicemos para las relaciones con los clientes y los medios.

Que no se puedan realizar los eventos en el día y hora que se tenía previsto.

Que los comentarios de los medios no sean los que esperábamos

Que haya fallas en nuestra página web.

Que los medios no puedan asistir a nuestros eventos.