

Mapeo de públicos para este documento

- Otras agencias de comunicación estratégica
- Organizaciones que hayan sido nuestros clientes
- Miembros y ex-miembros de nuestra agencia
- Organizaciones que busquen una agencia
- Público interno
- Medios de comunicación
- Mercadólogos, consultores y relacionistas.
- Líderes de opinión

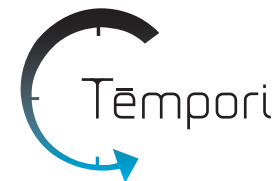
## Imagen pública existente

Tenemos más de 5 años de experiencia en las relaciones públicas y la comunicación estratégica. Somos una agencia constituida por talentosos comunicólogos y nuestro trabajo ha sido reconocido por organizaciones que nos consultaron para responder a sus problemáticas. Sin embargo, no hemos tenido reconocimiento de otras agencias que se dediquen a lo mismo que nosotros.

Témpori es una agencia comprometida con los clientes; siempre poniendo en práctica los valores institucionales y al pendiente de sus procedimientos. Gracias a eso, Témpori se ha colocado entre las mejores agencias de comunicación estratégica del país. Sin embargo, nos faltan acciones de responsabilidad social que proyecten nuestro compromiso con la comunidad.

## Imagen pública deseada

Una agencia reconocida por todos sus públicos objetivos. Comprometida con sus clientes y con acciones filantrópicas que favorezcan la imagen institucional pero que también proyecten nuestro compromiso social.



## Propósitos primarios

Inicialmente sólo nos interesaba publicitarnos con las organizaciones que considerábamos tenían problemas de comunicación estratégica. Por un tiempo funcionó y tuvimos la fortuna de que nuestro trabajo fuera del agrado de los clientes: eso hizo que nos posicionáramos muy rápido entre las agencias "nuevas" con experiencia y buen perfil.

No obstante, tras 5 años de haber comenzado con nuestra labor, el mercado a cambiado y queremos que nuestro plan de relaciones públicas ayude a que otras agencias de comunicación estratégica nos tomen como ejemplo, pero que también estén en contacto con nosotros para posibles trabajos en conjunto.

Igualmente, presentamos una situación con nuestra responsabilidad social y la forma en que la comunicamos a nuestros públicos. Procuramos practicar los valores institucionales lo más que podemos en nuestro trabajo como comunicólogos estrategas pero hemos dejado de lado las acciones que complementen nuestro compromiso con la comunidad. El plan de relaciones públicas también está pensado para ayudarnos a planear y proyectar nuevas acciones filantrópicas para cumplir con nuestro compromiso, y para mejorar nuestra imagen institucional.

## Declaración de la misión

La misión del plan de relaciones públicas es darle a Tēmpori el reconocimiento entre todos sus públicos objetivos y proyectar las acciones filantrópicas de la misma.

Somos una agencia de comunicación estratégica en la que, a través de la consultoría especializada, creamos las soluciones de comunicación más adecuadas para optimizar los procesos y recursos de nuestros clientes, así como posicionar y promover su marca, influyendo positivamente en sus públicos para consolidar su éxito.

## Mapeo de públicos para RR.PP

- Medios de comunicación
- Clientes recurrentes
- Posibles clientes
- Gobierno
- Comunidad donde se encuentran las oficinas
- Otras agencias de comunicación estratégica

ESTRATEGIA	TÁCTICA
Tener el reconocimiento de agencias de comunicación estratégica más grandes que nosotros	Publicitarnos en los manuales de agencias de comunicación para que nuestros datos estén al alcance de todos; acudir a eventos organizados de comunicación estratégica para tener contacto con las agencias más grandes. De ser posible, planear alguna comida con los representantes de dichas agencias; organizaremos ruedas de prensa y emitiremos comunicados.
Tener contacto con otras agencias de comunicación estratégica semejantes a la nuestra para posibles trabajos en conjunto.	En los eventos de comunicación estratégica, entablar relación con los representantes de agencias similares a la nuestra y planear comidas con ellos. Mostrar algunos de los trabajos que hemos hecho; emitiremos comunicados.
Planear las acciones de responsabilidad social de Tēmpori para mejorar la imagen institucional	Hacer donaciones a fundaciones, participar en eventos organizados de comunicación estratégica; organizaremos ruedas de prensa y emitiremos comunicados.
Comunicar las acciones de responsabilidad social de Tēmpori con los públicos objetivo	Publicar en el sitio web de la agencia las acciones filantrópicas que realice para que estén al alcance de todos los públicos; poner carteles con dicha información en los interiores de la agencia para que los trabajadores estén enterados; emitiremos comunicados internos a través de videos corporativos y externos a través del sitio web y las redes sociales; organizaremos ruedas de prensa pertinentes.

## Oportunidad de negocio

Contactar con las agencias de comunicación más poderosas trae ventajas porque ellos conocerían el trabajo de Témpori y recomendarían nuestros servicios a quienes lo necesitaran. Con el respaldo de ellos, Témpori podría moverse en círculos de mayor peso económico en el país y aspirar a figurar entre las mejores agencias a nivel mundial.

Por otro lado, las acciones filantrópicas bien comunicadas repercuten positivamente en la imagen que perciben los diferentes públicos, aumentando la confianza en nuestro trabajo.

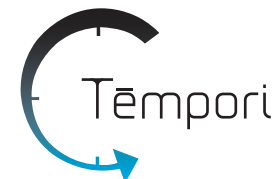
## Ventajas competitivas

Témpori está dirigida por especialistas en la comunicación estratégica. Además, todos nosotros somos jóvenes y tenemos una perspectiva muy actual del mundo, el mercado y las necesidades del cliente, sin dejar de lado el nivel de experiencia que requiere nuestra profesión.

En Témpori le damos especial atención a la preparación técnica, por lo que TODOS en el Consejo Directivo tenemos preparación en las herramientas tecnológicas para la producción de nuestros servicios.

## FUENTES DE INFORMACIÓN Y CONTENIDO

PÚBLICO	CONTENIDO
Medios de comunicación	publicaciones, publicidad, fotografías, videos corporativos, invitaciones de prensa a eventos específicos, sitio web, redes sociales.
Clientes recurrentes	logros al año, logros al mes, publicaciones, publicidad, comunicados, sitio web, redes sociales.
Posibles clientes	publicaciones, sitio web, redes sociales, manuales de agencias de comunicación, planeación a corto y largo plazo.
Gobierno	Manuales de agencias de comunicación, sitio web, redes sociales, publicaciones, publicidad, previos resultados, planeación a corto y largo plazo.
Comunidad	Publicidad, publicaciones, acciones filantrópicas, sitio web, redes sociales.
Otras agencias	Sitio web, redes sociales, publicaciones, publicidad, planeación a corto y largo plazo.



### Mensajes

- Témpori es una agencia socialmente responsable
- Témpori es una agencia de renombre en todo el país
- Témpori es una agencia innovadora
- Témpori es la agencia líder en el mercado

### Mediciones de éxito

- Visitas al sitio web y a las publicaciones sobre nuestras acciones filantrópicas
- Número de invitaciones a eventos de comunicación estratégica
- Cantidad y calidad de los clientes que nos contraten
- Registro de utilidad de las fuentes elegidas para comunicar nuestras acciones filantrópicas: revistas, manuales, radio

### Exclusiones

- Publicidad en cines, TV y radio.
- No considerar agencias más poderosas que la nuestra
- No publicar en el sitio web

### Análisis de riesgos de negocio

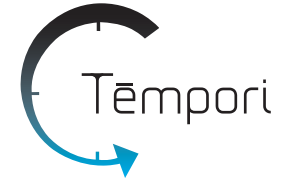
- Bajo nivel de conocimiento técnico para manejar el sitio web y las publicaciones
- Bajo presupuesto, pocos recursos humanos o poco tiempo
- Expectativas que superen la realidad
- Demasiados clientes y proyectos en un tiempo muy corto.

### CONTACTOS DE AUTORIDAD Y APROBACIÓN

**Dra. Leticia Barrón**  
**Dr. Octavio Islas**  
**Mtra. Lilia Kobashi**  
**Mtra. Eve Faure**  
**Abraham Geifman**

letybardom@aol.com  
joseoctavio.islas@gmail.com  
likobashi@gmail.com  
efaure1@gmail.com  
abraham.geifman@merca20.com

# PLAN DE R.R.P.P. Financieras



Mapeo de nuestro público:

- Accionistas de nuestra empresa.
- Entidades bancarias y bursátiles.
- Prensa especializada en economía.
- Gobierno
- Futuros inversionistas
- Clientes que solicitan nuestros servicios.
- Proveedores.

## Situación actual:

En la experiencia de 5 años que llevamos trabajando, realizando e innovando, nos hemos dado cuenta que no debemos dejar de lado, ni pasar de largo el interés de ningún tema de nuestros clientes, así como tampoco de las diferentes empresas interesadas en nosotros, por que nuestro trabajo no solo queda en lo que nos encargan o le entregamos a nuestros clientes, también tenemos un enorme interés por el bienestar de todo nuestro entorno, legal y económico, que son parte importante de lo que nos ayuda a cumplir con nuestros ideales.

Para cumplir todos nuestros objetivos e ideales es necesario ser vistos por la prensa especializada en temas económicos, pues al ver nuestro trabajo estamos seguros de que Témpori tendrá todo para atraer inversionistas a nuestra empresa, gracias a las buenas cifras y la confianza en nosotros.

## Situación deseable:

Nuestra misión para este proyecto es atraer un mayor número de inversionistas, que decidan acercarse a nuestra empresa, atraídos por ganancias, pero principalmente por la confianza de que Témpori no les quedara mal en ningún aspecto, pues seguiremos fieles a nuestros principios y a nuestros valores institucionales.

Claro que también esperamos que ya, atraída la confianza de nuestros inversionistas, deseamos también que más gente nos vea como la mejor solución a sus necesidades, porque en Témpori somos la mejor opción.

### Estrategia, táctica y presupuestos REALIZADOS

Nuestras estrategias y tácticas realizadas previamente para atraer públicos financieros, inversionistas, bancos, prensa especializada en el tema entre otras entidades prácticamente eran muy bajas, pues al ser una empresa nueva, nuestros intereses, más que estar en la bolsa y en otros mercados, nuestra principal meta era la de posicionarnos en el mercado, pues en estos 5 años desde la fundación de la empresa, a la actualidad, nos hemos convertido en una de las principales agencias de comunicación estratégica a nivel nacional y actualmente estamos siendo solicitados por clientes de otros países para llevar sus proyectos a flote.

Por ello la única estrategia utilizada fue entrar a la bolsa mexicana de valores esperando que nuestros clientes fueran los que nos recomendaran por su confianza en nosotros, pero al ver que realmente no nos está dando los frutos necesarios, decidimos que necesitamos realizar una estrategia bien estructurada y manejada.

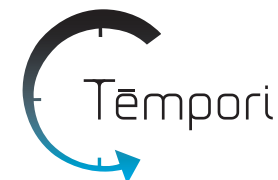
### Estrategia, táctica y presupuestos A REALIZAR

Actualmente Tēmpori está realizando una campaña de responsabilidad social apoyando con donaciones a diferentes tipos de instituciones, lo cual está atrayendo la atención de diferentes públicos, de toda índole, como son públicos financieros, clientes y gente que se ha acercado a querer trabajar en Tēmpori por el excelente trabajo que se está haciendo apoyando a las instituciones de beneficencia, para lo cual tenemos pensado apoyarnos de esa atención.



ESTRATEGIA	TÁCTICA
Cena de gala	Todo esto es para: en la cena atraer la donación de dinero para estas empresas de apoyo, pero también, es para mostrar a los invitados, que tenemos planeado sean públicos financieros principalmente, y a su vez no solo hagan donaciones, si no que también vean lo que Tēmpori puede hacer por ellos, por su empresa, pero principalmente, por que deben invertir en Tēmpori.
Lista con inversionistas y clientes potenciales.	Como en todo negocio, es necesario de un reforzamiento, para lo cual se les estará informando a todos los que estén en nuestra lista sobre, las acciones mas importantes que realicemos, así como también los mejores momentos en los que puedan invertir en nuestra empresa, mediante correos, llamadas o mediante invitaciones a mas eventos exclusivos para miembros, inversionistas y también para invitados especiales como serian ellos
También buscamos hacernos publicidad mediante: nuestros clientes y otras agencias con las cuales llevamos relaciones publicas.	para lograr todo esto, es necesario que nuestros especialistas en relaciones publicas hagan su trabajo de la mejor manera posible, pues no muy fácil una agencia de comunicación estratégica, va a hacerle publicidad a otra siendo su competencia, por ello harán uso de negociaciones de intercambio para lograr este fin. Con nuestros clientes, con el simple hecho de que comenten como fue nuestro trato y los resultados obtenidos con otras personas u empresas, creemos que nos dará una pequeña catapulta para atraer mas clientes, inversionistas y todo tipo de beneficios pero a una escala un tanto menor.

# PRESUPUESTO



EVENTO	DINERO DESTINADO
Cena de Gala	<p>Edecanes AAA: \$ 1,500 x 15 = 22,500</p> <p>Salón del evento: \$ 80,000</p> <p>Empresa de alimentos, mesas y meseros: \$ 75,000(150x500)</p> <p>Entretenimiento con famosos y grupo de música ambiental: \$ 150,000</p> <p>Video del evento: \$ 30, 000</p> <p>Producción de video promocional de la campaña: \$ 40,000</p> <p>Decoración: \$ 30,000</p> <p>Invitaciones: \$ 5,000</p> <p>Invitaciones especiales y de prensa: \$ 15,000 (300 x 50)</p> <p>Total: \$ 447,500</p>
Lista con inversionistas y clientes potenciales.	\$ 0
Publicidad mediante: nuestros clientes y otras agencias con las cuales llevamos relaciones publicas.	<p>Clientes \$ 0</p> <p>Otras agencias: dependiendo de la negociación a la que se llegue.</p>

## CONTACTOS DE AUTORIDAD Y APROBACIÓN

**Dra. Leticia Barrón**  
**Dr. Octavio Islas**  
**Mtra. Lilia Kobashi**  
**Mtra. Eve Faure**  
**Roy Campos**

letybardom@aol.com  
 joseoctavio.islas@gmail.com  
 likobashi@gmail.com  
 efaure1@gmail.com  
 @roycampos

# FLUJOGRAMA

