Plan de comunicación

ZUBIA
PEOPLE & BUSINESS

Mayo de 2020

info@zubia.com.mx
+52 55 4738 4112
zubia.com.mx

Reinicio pospandemia
Fase 1

Comunicación institucional

Valor a comunicar: **Responsabilidad**

Autoridades
- Ajustes de los términos de la interacción.
- Establecimiento/fortalecimiento de relaciones clave.

Comunidades especificas y grupos de interés
- Responsabilidad social.
- Responsabilidad ambiental.
- Temas de género.

Competencia
- Toma de posición respecto a asuntos empresariales, sectoriales o de industria.
- Participación en asociaciones, cámaras y grupos de trabajo.
- Establecimiento/fortalecimiento de relaciones con competidores clave.

Bancos
- Plan de negocios ajustado.
- Poder de negociación con proveedores y clientes.
- Alternativas de negocios por canales no tradicionales.
- Diversificación de líneas de negocio.
- Planes de innovación.

Publico en general
- Comunicación institucional orientada en función de la propuesta reputacional de la empresa.

Comunicación comercial

Valor a comunicar: **Confianza**

Clientes
- Clave
  - Atención a clientes en actividades esenciales.
  - Medidas que adopta la empresa para facilitar las relaciones de sus clientes con la marca.
- En general
  - Información que facilite el entendimiento de la situación en relación con los productos y servicios de la empresa.
  - Posicionamiento de la empresa respecto a las circunstancias más apremiantes para sus clientes y consumidores, o la sociedad en general.

Usuarios
- Información sobre el estatus de las relaciones de los usuarios con los productos y servicios que proporciona la empresa.
- Información sobre perspectivas a futuro de las relaciones entre los usuarios y la empresa.

Prospectos
- Nuevas condiciones derivadas de la situación pospandemia.

Público en general
- (Solo cuando sea indispensable) informar lo estrictamente necesario sobre posibles cambios en la experiencia del cliente acostumbrada y sobre cambios en productos o servicios.

Públicos internos

Valor a comunicar: **Pertenencia**

Colaboradores:
- El cambio:
  - Nuevas condiciones de trabajo.
  - Requerimientos y expectativas.
  - Elementos de gestión del cambio.
- Aspectos centrales de la nueva narrativa de empresa.
- Propuesta de cultura, valores y estilo de empresa para la nueva situación.

Actores clave en la cadena de valor
- Aviso de reinicio de actividades.
- Explicación de los cambios esperados en la operación.
- Expectativas y ajustes a las propuestas de valor y los esquemas de colaboración de cada relación.

Accionistas/Inversionistas
- Plan de negocio actualizado.
- Diversificación de lineas de negocio y canales.
- Planes de innovación.
- Ajustes a la plantilla de personal.

Socios de negocios/ partners/alianzas
- Situación de la empresa.
- Redefinición/reforzamiento de las relaciones de negocios.
- Propuesta básica (de trabajo) de acción conjunta.

Otros asuntos

Factor clave de contexto: Transformación digital que implica nuevas tecnologías al servicio de la comunicación

Crisis: planes de anticipación y respuesta
- Actualización o desarrollo de planes para enfrentar crisis.
- Inicio o fortalecimiento de una cultura de seguridad y prevención.

Actualización de la narrativa corporativa
- Otras crisis vividas y superadas.
- Fortalezas de la organización en la nueva situación.
- Procesos de resiliencia y adaptación.

Transparencia y ciudadanía corporativa
- Medidas de transparencia necesarias en la nueva situación (puesta en marcha y comunicación).
- Revisión, explicación y comunicación de los principios éticos de la organización.