

MANUAL COMUNICACIONAL

PARA SENTAR LAS BASES DE LA
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.

Ivonne.

00 ¿A QUIÉN LE ES ÚTIL?

DIRIGIDO A:

Agencias de comunicación estratégica,
Departamentos internos de Marketing y Ventas y
tomadores de decisión de empresas.

01 ¿PARA QUÉ SIRVE?

OBJETIVO:

Facilita la creación de estrategias de comunicación, marketing y publicidad. Mejora la cohesión en tiempos de crisis y crecimiento. Ayuda a preservar la coherencia omnicanal, optimiza el levantamiento de clientes y favorece la conversión en ventas.

02 ¿QUÉ SE OBTIENE?

RESULTADOS:

Un manual digital que contiene la revisión de:

- Entorno comunicacional: competidores, referentes, identificación de universo verbal de la industria, Creación de mapa sistémico de stakeholder.
- Lineamientos comerciales: principales clientes y objetivos comerciales a mediano plazo.
- Propuesta de valor: productos y servicios ofrecidos, elementos de diferenciación y ventajas competitivas.

Junto con el análisis de la revisión anterior se obtiene:

1. Mapa sistémico de stakeholders.
2. Definición de universo verbal propio.
3. Definición de tono de voz y valores de marca.
4. Definición de identidad de marca a través de filosofía, Brand Character o Arquetipo.
5. Highlights para redes sociales.
6. Recomendaciones relaciones públicas.
7. Acciones potenciales para comunicación interna.

03 ¿CÓMO SE LLEVA A CABO?

METODOLOGÍA:

En las reuniones se extrae y ordena el conocimiento técnico de la organización. A su vez mediante un proceso de perfilamiento se detectan características implícitas de la identidad construida y se contrastan con los mensajes declarados **revelando sesgos cognitivos y elementos ocultos que funcionan como limitantes o potenciadores.**

Paso 1: Reunión con tomador de decisión para definir el equipo de trabajo (3 o 5 personas).

Paso 2: Reunión con el equipo de trabajo para revisión de funcionamiento (requerimientos, formas de comunicación, plazos)

Paso 3: Reuniones de revisión (3 a 4 encuentros, 1 hr cada uno).

Entrega digital del Manual.

Paso 4: Reunión de primera entrega y revisión.

Entrega final en reunión de cierre y recomendaciones.

04 CONSIDERACIONES

- La modalidad es definida previamente y puede ser presencial, online o híbrida.
- Requiere información estratégica de la empresa por lo que se firma un acuerdo de confidencialidad entre las partes.
- El tiempo total del proceso suele ser de 10 a 12 semanas.
- La tarifa base del proceso es de USD 2,500 en caso de requerir entrevistas adicionales a stakeholders se presupuestará adicional.

“
Mortal como he nacido,
el porvenir intento ver.”

¿QUIÉN SOY?

Descubrir quiénes somos es una de las aventuras más apoteósicas que podemos emprender en la vida. Podemos pasar por esta existencia sin decidir emprender aquel viaje.

Soy un humano algo complejo, me gusta muchísimo comer rúcula y amo todas las empanadas. Mi niñez y adolescencia fueron en las playas de Arica, Valparaíso me volvió ingeniera, Santiago máster en negocios, Mendoza coach de rendimiento y fue cuna para que emergiera la astrología antigua que vivía en mí. **Hoy todo confluye en la comunicación.**

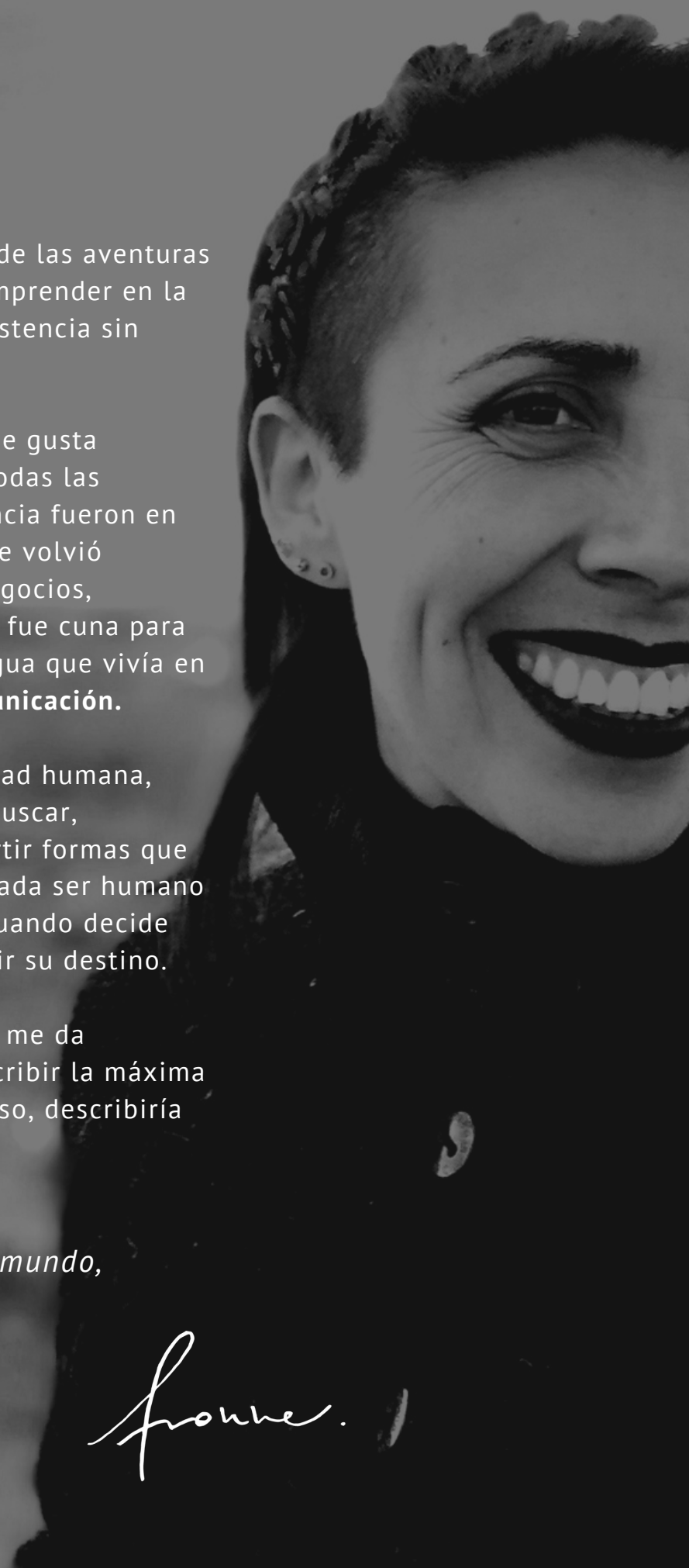
Creo profundamente en la voluntad humana, amo los desafíos y me moviliza buscar, recopilar, experimentar y compartir formas que potencien la libertad. Creo que cada ser humano brilla como estrella en el cielo cuando decide ser su propio coach de vida y vivir su destino.

Escribir me vuelve maga y pintar me da inmensidad. Y si tuviera que describir la máxima sensación de bienestar y el paraíso, describiría un viaje en crucero.

Mi epitafio declamará:

*"Pirata que vino a este mundo,
vivió y sonrió".*

Ivonne.



PARA SENTAR LAS BASES DE LA
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

MANUAL COMUNICACIONAL