

Guía Nº8 Classroom Atención de Clientes Nivel: III A Contabilidad

Nombre: Fecha desde: 02 al 13 noviembre de 2020

OA: Atiende a clientes externos, conforme a las políticas establecidas y los protocolos de comunicación vigentes, utilizando los medios electrónicos e informáticos disponibles para ello.

Unidad 1 **Contenido: Comunicación Externa/ Plan de Comunicación, Análisis DAFO**

Cada vez escuchamos más en diferentes entornos acerca de la importancia de la comunicación en las marcas, sin embargo, muchas organizaciones todavía no disponen de un plan de comunicación en la empresa.

Si queremos llegar a nuestro público objetivo y destacar frente a nuestra competencia, debemos diseñar una hoja de ruta, acorde a los valores, objetivos y tono de la empresa, que abarque el contexto interno y externo.

Para que todo funcione es necesario contar con un buen plan de comunicación antes de lanzarse a comunicar los valores o las ventajas de una empresa.

¿Qué es un plan de comunicación en la empresa?

El plan de comunicación de una empresa es el documento o la hoja de ruta que nos servirá para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa y reforzará al plan de social media marketing.

El documento ofrece cuándo y cómo se van a poner en marcha estas acciones con el fin de alcanzar los objetivos fijados.

Ya seas una pyme o una gran empresa este plan será la herramienta que ayudará a no desviarnos del camino, alcanzar los objetivos y a que el viaje sea más satisfactorio, de lo contrario estamos a la deriva, sin objetivos y sin una ruta clara.

Tener un buen plan de comunicación ayudará a la empresa acercarse a sus potenciales clientes y a posicionarse de una manera positiva.

Objetivos de un plan de comunicación en la empresa

¿Para qué le sirve a mi empresa o entidad tener un plan de comunicación?

A continuación te detallo todos los beneficios que puede aportar a tu negocio :

Imagen de marca

El plan de comunicación en la empresa ayudará a fortalecer la imagen de marca.

Se trabajará internamente como externamente.

La identidad corporativa de la empresa quedará reforzada gracias a un plan de comunicación, mediante el cual el público al que nos dirigimos nos identificará.

Ayudará a definir nuestro propio estilo y tono para hacernos diferentes e identificables frente a nuestra competencia.

Segmentación del público

Esta hoja de ruta nos ayudará a identificar nuestro público y dirigir nuestras acciones aquellas personas que realmente nos interesan.

De esta forma, podremos trabajar la fidelización con nuestros potenciales clientes.

Estrategia empresarial

El plan de comunicación debe ir alineado con la estrategia empresarial.

Saber hacia dónde dirigimos nuestro negocio o entidad y tenerlo en cuenta en el proceso comunicativo, ayudará a remar en la misma dirección.

Una buena comunicación interna y que las personas que trabajan en la entidad conozcan los retos y objetivos de la empresa ayudará a que todo el proceso comunicativo funcione.

Para conseguir esto, el plan de comunicación será la herramienta imprescindible.

Visibilidad

El plan de comunicación externa nos ayudará a conseguir una mayor visibilidad, notoriedad e impacto.

Tener en cuenta por ejemplo a los medios de comunicación en nuestra agenda, nos permitirá anticiparnos y a elaborar nuestro mensaje para conseguir apariciones en medios de comunicación.

La clave será buscar el momento, lugar y mensaje adecuado que permita esta visibilidad.

Para este objetivo el plan de comunicación también será necesario.

¿Cómo elaborar un plan de comunicación en la empresa? 10 pasos

Cuando hablamos de elaborar un plan de comunicación para la empresa no se trata de redactar un documento cerrado, sino que debemos entenderlo como una herramienta en continua revisión, flexible, que tendremos que poner en práctica.

Se trata de reflexionar bien dónde estamos, qué queremos conseguir y mediante qué acciones vamos hacerlo.

¿Quieres saber cómo hacer un plan de comunicación paso a paso?

Si crees plenamente en todos los beneficios que te puede aportar esta herramienta no te pierdas estos 10 pasos con los que conseguirás tu plan de comunicación de éxito:

1-Análisis inicial: DAFO

Análisis DAFO para el plan de comunicación

Es fundamental realizar un análisis interno y externo de nuestra situación.

Para realizar este diagnóstico será de gran ayuda elaborar un DAFO, mediante el cual analizaremos nuestras debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. (Análisis de la empresa)

DAFO para el plan de comunicación

Debilidades/ análisis interno de la empresa

¿Qué limitaciones /qué carencias/ qué aspecto negativos tenemos?

Por ejemplo,

¿Tenemos un equipo competente?

¿Estamos gestionando bien los recursos?

¿Qué hacemos peor que nuestra competencia?

Identificarlos nos ayudará a establecer estrategias para poder mejorar.

Fortalezas/ análisis interno de la empresa

¿En qué factores destacamos frente a nuestra competencia?

Si nuestra empresa por ejemplo, dispone de un servicio de atención al cliente de 24 horas y nuestra competencia no, tendremos una fortaleza que será necesario recoger en este plan.

Este análisis del entorno nos ayuda a diagnosticar en qué momento está nuestra empresa, nuestra competencia y qué aspectos pueden estar afectando a nuestra estrategia empresarial.

Cuanto mejor identificamos estos factores, nuestro análisis será más exhaustivo y podremos elaborar una comunicación estratégica más acertada.

Amenazas/ análisis externo de la empresa

Son aquellos aspectos que no dependen de nosotros o de nuestra empresa (mercado, bolsa, política, etc.), pero sin embargo, están afectando negativamente.

Por ejemplo,

¿Qué hace la competencia que nosotros no realizamos?

¿Se ha producido un cambio político que ha afectado de manera directa a nuestra empresa?

¿Hay un cambio en la legislación y esto nos va afectar?

Oportunidades/ análisis externo de la empresa

Son aquellos aspectos externos (mercado, bolsa, política, etc.). que afectan de manera positiva a nuestra empresa.

Por ejemplo,

¿La irrupción de una tecnología ha sido un factor que podemos aprovechar en nuestra empresa?

¿Hay posibilidad de crecer debido a un nuevo canal de comunicación?

¿Las tendencias de consumo repercuten directamente en un incremento de nuestras ventas?

Síntesis:

El DAFO será la herramienta que nos sirve para corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas y explotar las oportunidades.

Esta herramienta será aplicable en nuestro Plan de social media marketing, pero también será válida para aplicarla en nuestro plan de comunicación.

Sin este análisis, va a ser complicado definir nuestra estrategia comunicativa.

Actividad: Dado el recuadro, complete lo siguiente: (18 puntos total).

- Identifique el factor correspondiente (sea interno o externo) y registre el nombre correspondiente.
- Defina cada uno de los factores
- Registre el o los ejemplos “dados en la guía” y **sume 1 idea nueva** que usted considere pertinente para mejorar el plan de acción de la empresa.

Análisis DAFO

Factores internos		
Factores externos		

Evaluación: Formativa

- El llenado debe ser a manuscrita y enviar fotografía legible y en posición vertical. (Puede responder en el cuaderno) **Si opta por cortar y pegar se considerará la mitad del puntaje obtenido.**

Enviar a

monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl

Plazo de envío: viernes 13 de noviembre de 2020