



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA SIRECOM S.A.S. EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

Lourdes Camacho Torres
Ornella Sonia Galán López
Yina Paola Monroy Salas
Nathaly Nariño Sánchez



INTRODUCCIÓN

Sirecom es una empresa que presta servicios integrados en telecomunicaciones e ingeniería naval, suministra, instala, diseña y ofrece soporte técnico en: ingeniería naval y seguridad electrónica.

Esta empresa cuenta con una experiencia de diez años en el mercado, en los cuales no ha logrado posicionarse en el medio en que se desenvuelve.

Es por esto que hemos diseñado una estrategia de comunicación que busca el posicionamiento de la empresa Sirecom en la ciudad de Cartagena, para esto recolectamos datos cuantitativos y cualitativos que nos ayudaron para el desarrollo de la misma.



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación que logre el posicionamiento de la empresa Sirecom en la ciudad de Cartagena?

¿Cuál es el reconocimiento que la empresa Sirecom deja en los clientes en la ciudad de Cartagena?

¿En qué estado se encuentra la comunicación al interior de la empresa?

¿Qué características de la empresa podemos utilizar para la creación de la estrategia?



Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación para posicionar la empresa Sirecom en la ciudad de Cartagena, según los postulados de Jorge Molina Villegas en el libro “viva la publicidad viva”

Objetivos Específicos

- Establecer el estado de la comunicación interna y externa de la empresa Sirecom
- Identificar cuál es el reconocimiento de la empresa Sirecom por parte de sus clientes.
- Definir los atributos distintivos de la empresa Sirecom que se pueden utilizar para la creación de la estrategia de posicionamiento

Justificación

El reto de diseñar una estrategia de comunicación que busque posicionar una empresa o es imperante en la vida laboral de los comunicadores, representa un trabajo de responsabilidad, compromiso y dedicación.

Hoy día todas las empresas están en busca de organizar su departamento de comunicaciones en aras de lograr ser competitivos y evolucionar al ritmo de la tecnología, tomar máximo provecho de los beneficios del internet no quedar encapsulados en el tiempo.



@SirecomSAS



/SIRECOMSAS

Marco Teórico

“Es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo ante la competencia, puede tratarse de un elemento físico, intangible o una empresa” (Bernal Escoto 2011)
Viva la publicidad

Plan de Medios (Molina 1999)

Se define como el proyecto de distribución de mensajes publicitarios en los medios de comunicación para un tiempo determinado. Su estructura consta de unos hechos previos que lo originan y condicionan o antecedentes; metas que se quieren conquistar u objetivos

Estrategia creativa

La estrategia creativa es el documento con el cual se pasa definitivamente del mercadeo a la publicidad. Se elabora para generar comunicación publicitaria eficaz por medio del adecuado manejo de la forma y el fondo de los mensajes

Comunicación Interna:

- Según Fernández Collado, cuando los programas están dirigidos al personal de la organización, Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros

Comunicación Externa:

- “...La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución” (Muñiz, 2014).

Metodología

- El método de investigación que se utiliza para este trabajo es el de investigación mixta
- El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema (Teddlie y Tashakkori, 2003; Creswell, ; Mertens, 2005; Williams, Unrau y Grinnell, 2005).



@SirecomSAS



/SIRECOMSAS

Técnicas

- Para la consecución del primer objetivo del proyecto; se utilizará la técnica de Observación Participante
- El segundo objetivo se utilizara la técnica de encuestas
- Para la obtención del tercer y último objetivo la entrevista: La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional



@SirecomSAS



/SIRECOMSAS

Modelo de Jorge Molina en “viva la publicidad viva

El modelo de que Jorge Molina Villegas expone en su libro “viva la publicidad viva” consta de estrategia creativa y un plan de medios que resultan en e piezas comunicativas; en el caso de este proyecto no tendrá piezas concretas debido que se trata del diseño en teoría de una estrategia de comunicaciones para la empresa Sirecom.

La estrategia creativa

- Identificación del producto
- Objetivo de la estrategia (campana)
- Receptor de la comunicación
- Oferta para resaltar
- Guías de ejecución

El plan de medios

- La estrategia creativa
- El brief plataforma de comunicaciones
- Mensaje
- Situación de los medios
- Estrategia
- Objetivos
- Evaluación de medios
- Tácticas
- Uso de las tácticas
- Presupuesto de la estrategia

Resultados

- Los trabajadores reconocen los canales y medios con los que cuenta la empresa para ofrecer sus servicios, siendo las redes sociales la de mayor recordación y utilización con un 36% del total, seguido por la página web 22% y el correo electrónico 21%
- El 60% de los clientes encuestados desconoce los canales de comunicación de la empresa Sirecom
- El canal que más utilizan los clientes para comunicarse con la empresa es el correo electrónico 56% seguido del teléfono 44%,



@SirecomSAS



/SIRECOMSAS



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



Producto

DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA SIRECOM S.A.S. EN LA CIUDAD DE CARTAGENA



BC-CERT120470

Estructura

En virtud del trabajo de campo, diagnóstico y recomendaciones realizadas referentes a la comunicación interna y externa de la empresa; se propone diseñar un plan estratégico de comunicaciones en busca del fortalecimiento de las mismas hacia dentro (interna) y hacia afuera (externa) en pro de lograr el posicionamiento de Sirecom en la ciudad de Cartagena

El diseño de la estrategia de comunicaciones para Sirecom estará dividido en:

- Diseño de estrategias de comunicación para el público externa.
- Diseño de estrategias de comunicación para el público interno



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



Diseño de Estrategia de Comunicación dirigida para El público externo de Sirecom



ISO 9001
icontec
CERTIFICADO

CERTIFIED
EONet
MANAGEMENT SYSTEM

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
CERTIFICADO

ESTRATEGIA CREATIVA

Identificación del producto:

- Sirecom es una empresa que presta servicios integrados en telecomunicaciones e ingeniería naval, suministra, instala, diseña y ofrece soporte técnico en: ingeniería Naval, seguridad electrónica, soluciones de voz, networking, potencia eléctrica sistema sellado Roxtec, circuito abierto de televisión y sistemas de sonorización, soluciones tecnológicas y controles de acceso, en los que posee una alta gama de productos en el mercado naviero y terrestre.

Objetivos de la estrategia:

- Posicionarla empresa Sirecom en la ciudad de Cartagena y así aumentar los clientes.

Receptor de la comunicación: Target Group

Toda persona natural o jurídica que se preocupe por la seguridad de su familia, hogar, pequeña, mediana o grande empresa

Oferta para resaltar: Oferta orientada por el producto.

Excelentes soluciones de seguridad

Guías de ejecución:

La empresa debe manejar un tono serio, un lenguaje sencillo, debe generar confianza en sus clientes y tener seriedad y cumplimiento en sus trabajos



**Universidad
de Cartagena**
Fundada en 1827



Plan de Medios de Comunicación Externa

Objetivo:

Posicionar la empresa Sirecom como líder en excelentes soluciones de seguridad en la ciudad de Cartagena y así aumentar sus clientes en número determinado de 500 empresas, transmitiendo el mensaje en sus diferentes canales de comunicaciones en determinadas horas del día durante el periodo de un año.

Mensaje: Sirecom, excelentes soluciones en seguridad



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



Tácticas

- El departamento de comunicaciones Actualizara diariamente las publicaciones en las redes sociales (Facebook, instagram y Twitter) y pagina web
- Enviar 3 correos semanales a sus clientes, estos serán enviados en el siguiente orden: lunes, miércoles y viernes en los siguientes horarios: entre las 8:am y las 10:am.
- Posicionar la página web de Sirecom en el buscador de Google a través del Marketing digital SEO SEM que significa Search Engiene Marketing



@SirecomSAS



/SIRECOMSAS



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



Diseño de Estrategia de Comunicación dirigida para El público interno de Sirecom



ISO 9001
Icontec
CERTIFICADO

CERTIFIED
ISO 9001
MANAGEMENT SYSTEM
Icontec

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FUNDADA EN 1827

ESTRATEGIA CREATIVA

Identificación del producto:

Sirecom es una empresa que presta servicios integrados en telecomunicaciones e ingeniería naval, suministra, instala, diseña y ofrece soporte técnico en: ingeniería naval.

Objetivos de la estrategia:

Generar apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de sus trabajadores

Receptor de la comunicación: Target Group

Trabajadores de la empresa (técnicos) hombres (5)
mujeres (0)

Gerencia hombre (1)

Talento humano mujeres (1)

Gerencia comercial mujeres (2)

Departamento de comunicaciones mujeres (2)

Contabilidad hombres (1) mujeres(0)

Total Hombre (7) mujeres (4)

Oferta para resaltar: Oferta orientada por el consumidor (trabajador)

Según la percepción de los trabajadores, la empresa Sirecom maneja un adecuado nivel de comunicación interna

Guías de ejecución:

La empresa debe manejar un tono serio con un lenguaje sencillo, debe generar confianza en sus trabajadores.



**Universidad
de Cartagena**
Fundada en 1827



Plan de Medios de Comunicación Interna

Objetivo:

Generar apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de sus trabajadores.

Mensaje: Sirecom, excelentes soluciones en seguridad



Universidad
de Cartagena
Fundada en 1827



Tácticas

- El departamento de comunicaciones junto con la gerencia y talento humano Realizara reuniones semanales, con los empleados, Convocando a los empleados mediante el correo electrónico, con una duración aproximada de 2 horas
- misión y visión debe estar ubicada en espacios visibles dentro de la oficina clara y legible ya que es el lugar donde hay flujo de empleados
- Crear una cartelera de anuncios en las instalaciones de la empresa, esta estará ubicada en un lugar visible donde todos los empleados puedan observarla
- El departamento de comunicaciones deberá realizar capacitaciones acerca de la importancia de la comunicación interna



¡Gracias!



**Universidad
de Cartagena**
Fundada en 1827

