

COOPRUDEA

El arte de servir



“La comunicación no es simplemente un emisor y un receptor, es una negociación, un acto creativo, contribuye a generar recordación en las personas para que cambien de acción, formándose un sistema de interacción y reacción bien integrado. La comunicación se diseña y el diseño comunica”.



Objetivo: Fortalecer los canales y la plataforma mediática interna y externa para el posicionamiento de imagen corporativa, fidelización y bienestar del asociado.

Empleados

chat interno, comunicarte, página web, correos electrónicos, portal de empleados, WhatsApp, boletín virtual.

Asociados

Comunicados, -Informe de gestión, portafolio de servicios-Videos, cartelera, boletín virtual, afiches, piezas de publicidad, -buzón de sugerencias, -planta telefónica, -talleres, -pagina web, correos directos. Información a través de Facebook, YouTube, Flickr, Instagram, Twitter, B2chat y las oficinas de la universidad,.

Externo

Informe de gestión, portafolio de servicios, cartelera, afiches, piezas de publicidad, -planta telefónica, - pagina web. Facebook, YouTube, Flickr, Instagram, Twitter, B2chat.

Estrategia

Fortalecer la comunicación digital a través de los canales internos y las redes sociales, sin olvidar el relacionamiento con el asociado en las aulas cooperativas y diferentes ferias de bienestar.
comunicación dirigida de acuerdo con los diferentes públicos de interés.



Empleados

PERFIL: Personas cualificadas intelectual y académicamente en diferentes áreas y talentos, con pleno conocimiento de los valores y normas cooperativas que trabajan para el buen desarrollo de la organización, y velan por el bienestar de los asociados y el correcto funcionamiento de los diferentes órganos de la Cooperativa.

OBJETIVOS: -Fortalecer la comunicación interna en la Cooperativa
-Mantener los canales de comunicación abiertos y a disposición de las necesidades de los usuarios.
-Fortalecer el grupo primario en las diferentes dependencias de la organización (Modelo de comunicación sistémica)

ESTRATEGIA: Entrenar a los líderes a de área en el manejo de la información con su grupo primario desarrollando un código de comunicación que incluya libretos, protocolos y políticas para unificar el lenguaje interno. Fortaleciendo los canales de comunicación y poniéndolos a disposición de las necesidades de los usuarios para reducir los rumores dentro del proceso comunicativo

MEDIOS:

-Intranet, -Correo electrónico, - página web, - piezas de publicidad, correos directos, video Institucional, - Cartelera punto de servicio, informe de gestión anual - Revista ser solidario (Boletín digital) -Celebraciones, - Boletín virtual, -Chat interno -Reunionés grupo primario, WhatsApp.

-
**Asociados
y grupo
familiar**

- **Docentes
y no
Docentes
de la UDEA**

PERFIL: Docentes y no docentes de la Universidad de Antioquia asociados a la Cooperativa cualificados intelectualmente en diferentes áreas del saber, y su grupo familiar (padres, esposa/o, e hijos)

OBJETIVOS: - Posicionamiento de la imagen corporativa, fidelización y bienestar del asociado.

Generar nuevas propuestas comunicativas para optimizar la relación con los asociados pensionados.

Generar nuevas propuestas comunicativas para crear lazos con los clientes potenciales.

ESTRATEGIA: -fortalecer el plan integral de comunicaciones flexible que permita integrar la comunicación proactiva y reactiva.

-optimizar el modelo de comunicación gerencial estratégica que maneja la cooperativa, mediante el mercadeo relacional con los asociados y los clientes potenciales. La implementación de tics.

MEDIOS: Comunicados, -Informe de gestión, portafolio de servicios
-Video institucional, -cartelera (punto de servicio), -Revista ser solidario (Boletín institucional), -guías de ahorro crédito, -afiches, -piezas de publicidad, -buzón de sugerencias, -planta telefónica, -talleres, - pagina web, - calendario, -estudio de expectativas, celebraciones, -capacitaciones, -campañas plan de medios,- estudio de satisfacción, correos directos. Información a través de las oficinas de la Universidad, instructivos.

- Asociados y grupo familiar

- Docentes y no Docentes de la UDEA

Objetivo del Medio:

Comunicados. Transmitir información oficial de valor para la Cooperativa a su público externo en el momento requerido.

Informe de Gestión: Entregar al público externo información detallada sobre el manejo de la Cooperativa y la gestión realizada por sus órganos de control y dirección

Portafolio de Servicio: Informar a los asociados y a los clientes potenciales los servicios y beneficios a los cuales pueden acceder, como asociados a la Cooperativa

Video Institucional: Informar a los nuevos miembros de la organización, sobre la historia y el trabajo que se ha realizado y que se está realizando actualmente en la cooperativa

Cartelera en el Punto de Servicio: Informar al público sobre ahorro, crédito bajas en las tasas de interés, y nuevos servicios de la Cooperativa.

Revista ser solidario (Boletín digital): Mantener al público externo permeado de la información del sector Solidario, de la Cooperativa y de los mismos asociados, a nivel interno y Regional.

Guías de Ahorro y Crédito: Informar a los asociados sobre los servicio de ahorro y crédito que presta la Cooperativa y la forma en cómo los pueden utilizar de manera optima para su beneficio y los cambios generados.

Piezas de publicidad: Generar recordación y reconocimiento acerca de los productos, servicios y campañas comunicativas que desarrolla la Cooperativa.

Buzón de sugerencias y contáctenos página web : En doble vía pretende informar los asociados que existe un medio que les permite comunicar sus inquietudes y sugerencias sobre la cooperativa, y al mismo tiempo es una herramienta administrativa que permite mejorar y potencializar los medios y servicios de la organización

Planta Telefónica: Generar un servicio informativo de inmediatez que le entregue al asociado información clara y precisa que la Cooperativa considere importante y necesaria.

Talleres y Capacitaciones: Generar el proceso de Fedd-back entre los asociados y la cooperativa para conseguir un mejor perfil del cliente y mejorar los procesos internos y externos de la cooperativa en diferentes áreas y entornos. Generando en el asociado conocimiento y pertenencia por la organización.

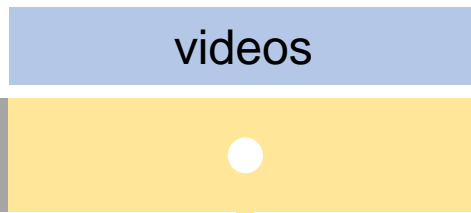
Página Web: Entregar a los usuarios del servicio información de calidad bien estructurada y diseñada que les pueda resolver inquietudes y que a su vez sea un puente comunicativo entre ellos y la organización . Promedio de visitas 600 a 700 diarias.

Plataforma mediática

Boletín institucional



videos



Envío de mensajes de texto

Promoción en planta telefónica



Instructivos



Plataforma mediática en redes sociales

