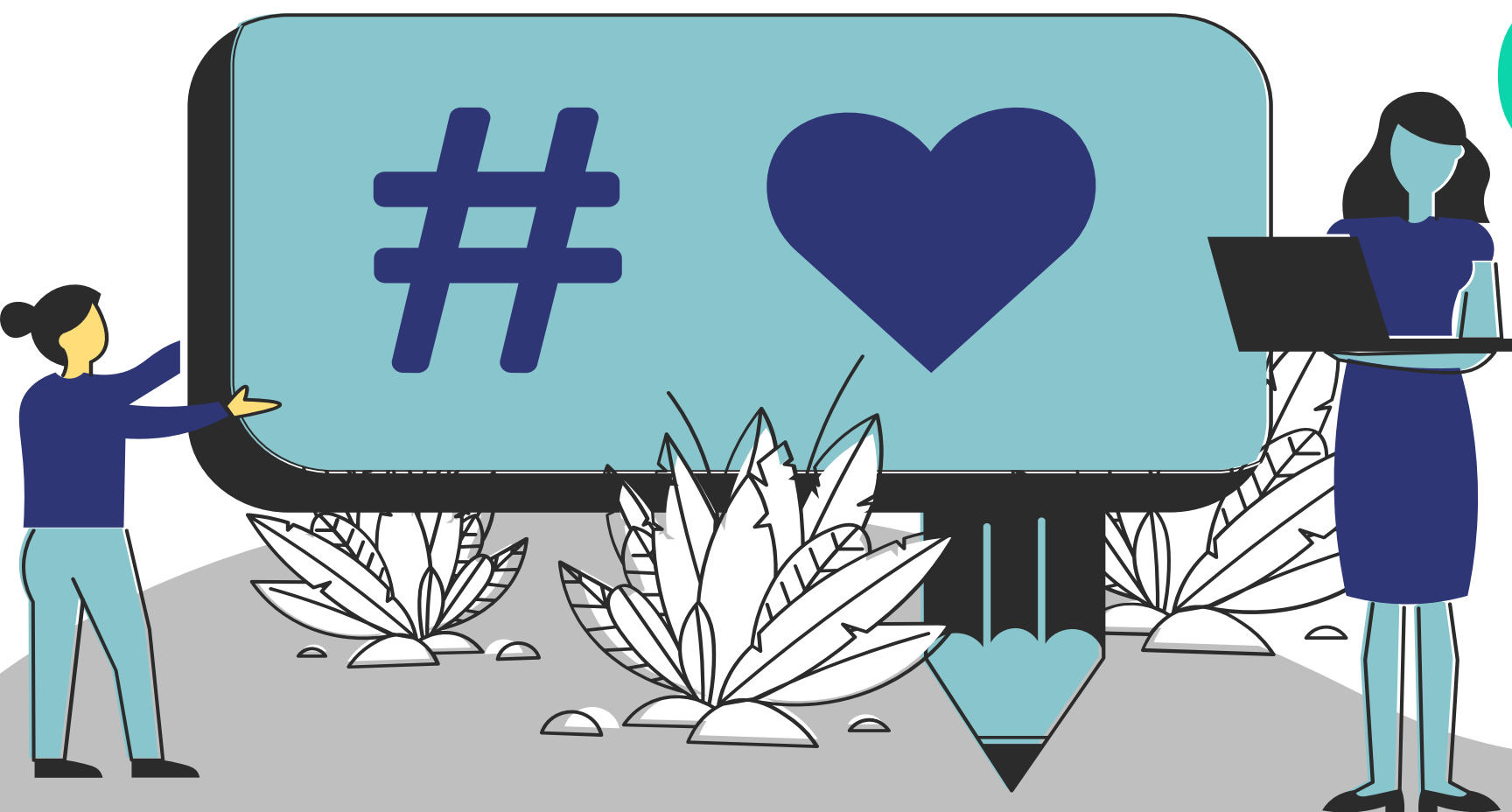




Plan de Comunicaciones Cooprudea





“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

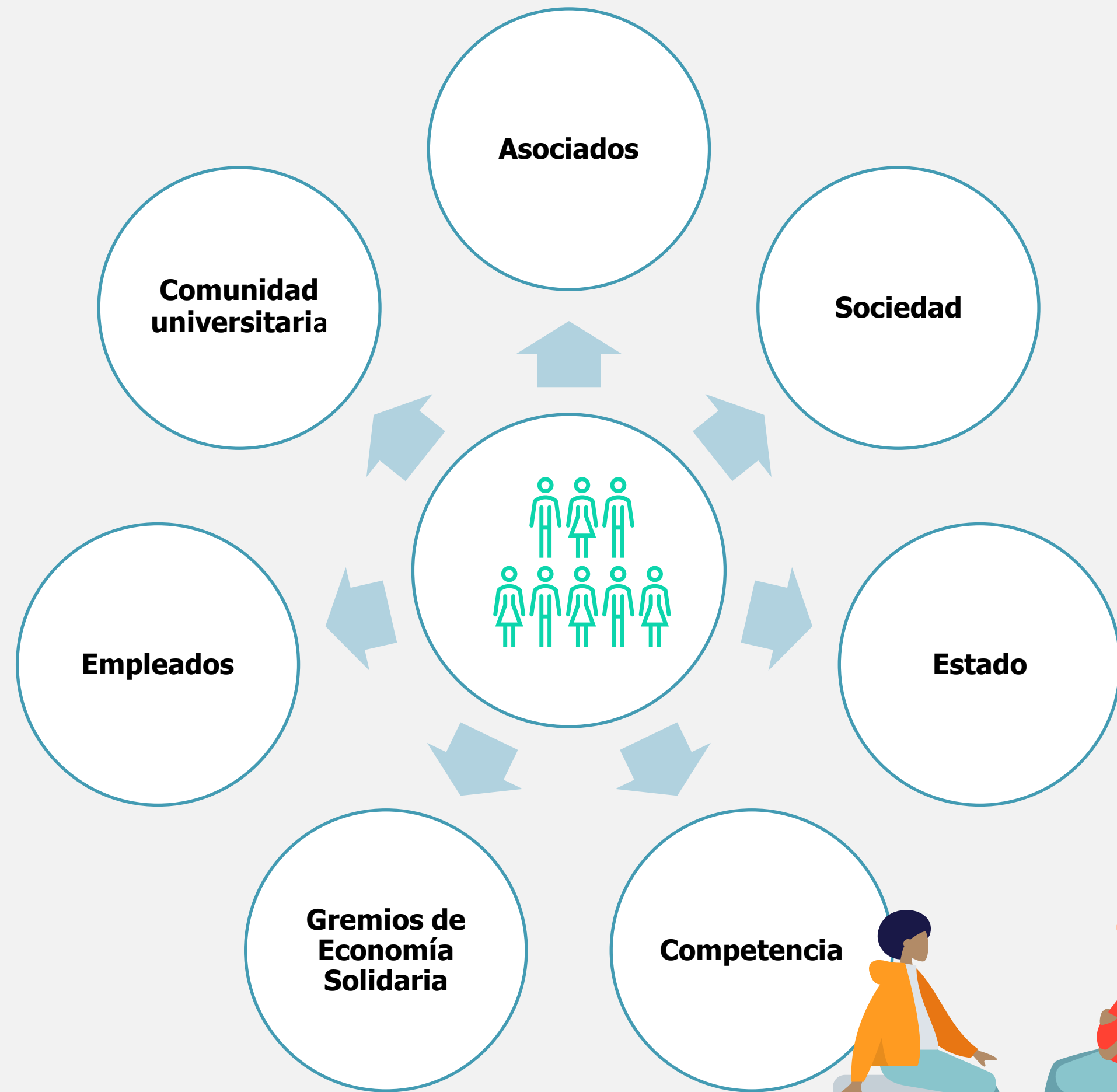
Informe de gestión, portafolio de servicios, comunicados, mensajes de texto, mensajes planta telefónica, Videos, cartelera, boletín virtual, piezas de publicidad, página web, correos directos. Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, B2chat.

Externo

Informe de gestión, portafolio de servicios, comunicados, planta telefónica, página web, Facebook, Instagram, Twitter, B2chat

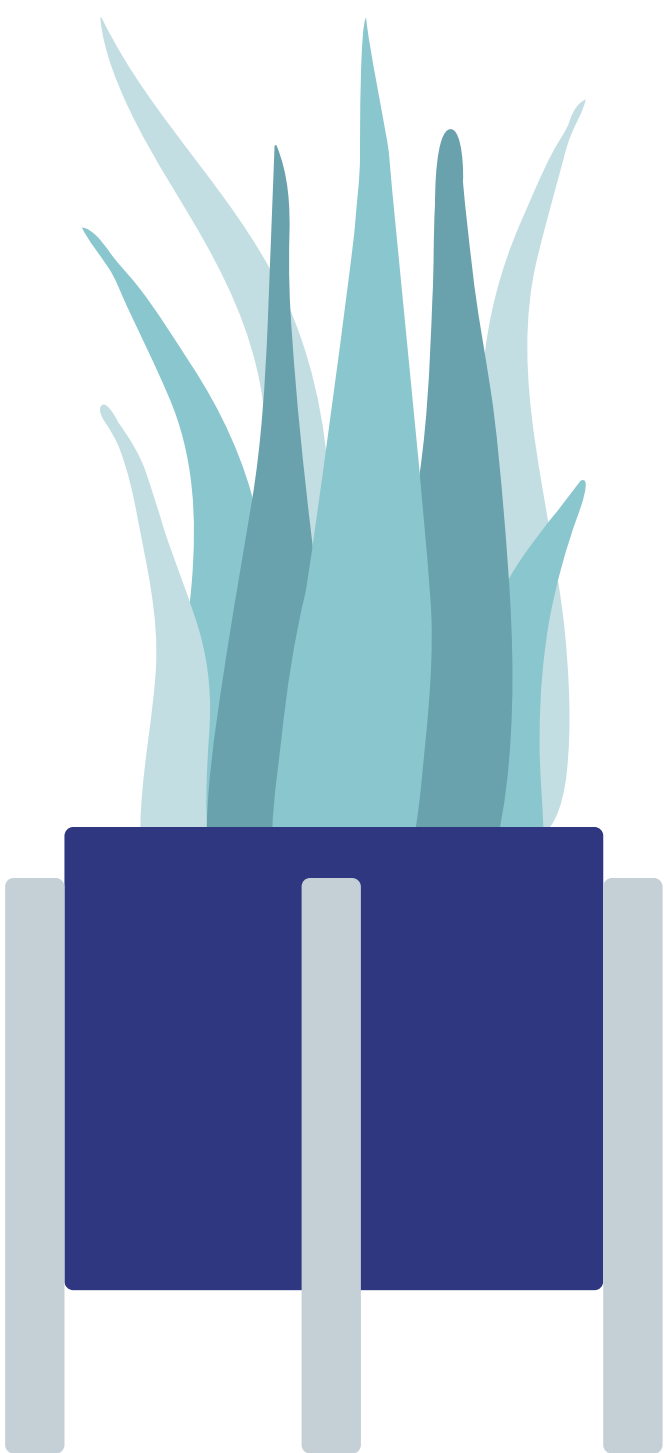
Estrategia

Implementar una infraestructura de relacionamiento dirigida con las partes interesadas o públicos de interés por medio de canales digitales, escritos internos y externos, de acuerdo con los diferentes públicos de interés.



Grupos de interés





Empleados

PERFIL: Personas calificadas 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, b2chat (canal de entrada de inquietudes). 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 servicios de ahorro y crédito que presta la Cooperativa y la forma en cómo los pueden utilizar de manera óptima 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.

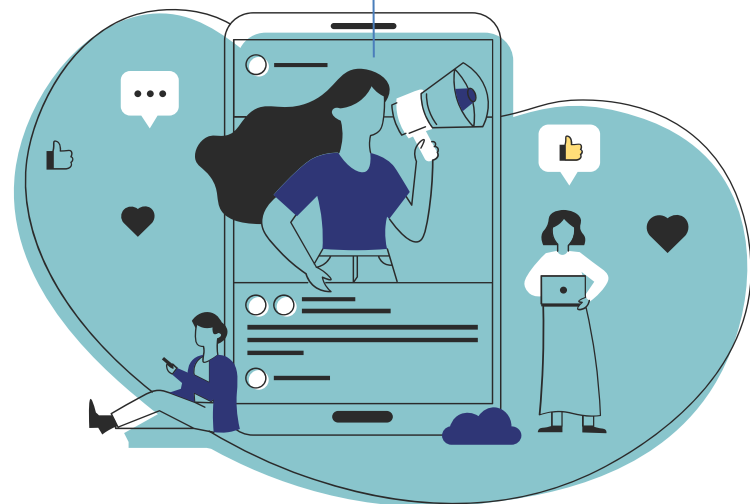
Talleres y Capacitaciones: Generar el proceso de Fedd-back entre los asociados y la cooperativa para conseguir un mejor perfil del cliente y mejorar los procesos internos y externos de la cooperativa en diferentes áreas y entornos. Generando en el asociado conocimiento y pertenencia por la organización.

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.

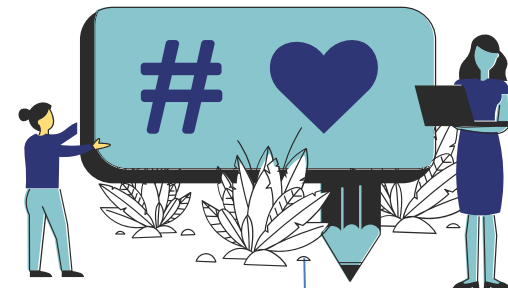
B2chat: Responder de forma inmediata las inquietudes de los asociados, potenciales y personas en general sin necesidad de la presencialidad

Plataforma mediática

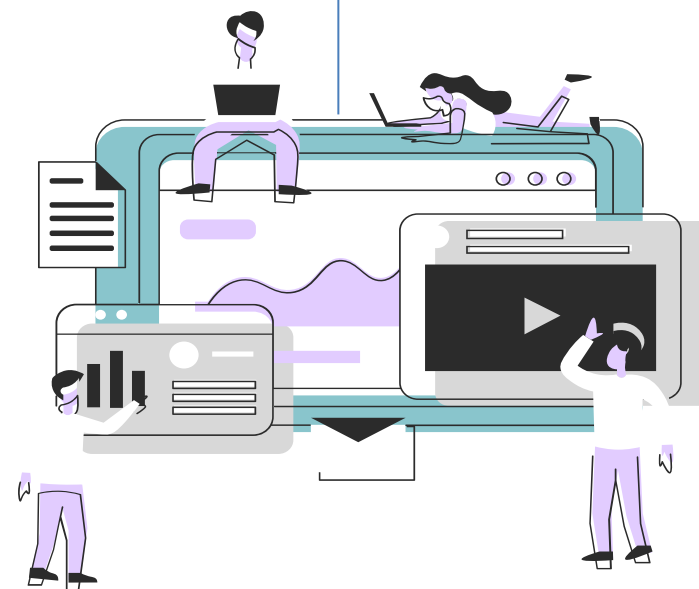
Boletín institucional



Promoción en planta telefónica



videos



Instructivos



Envío de mensajes de texto



Plataforma mediática en redes sociales



Facebook

Instagram

YouTube

Flickr

B2chat

Pagina web