

Plan de Comunicaciones para el IMEBU 2014

Objetivos del Plan

1. Aumentar la visibilidad del IMEBU: Incrementar el reconocimiento y la percepción positiva de la institución entre los ciudadanos y las empresas locales.
2. Promover programas y servicios: Difundir información sobre los programas, servicios y beneficios que ofrece el IMEBU a la comunidad.
3. Fortalecer la relación con los medios: Establecer y mantener relaciones sólidas con los medios de comunicación locales y regionales.
4. Fomentar la participación ciudadana: Incentivar la participación de los ciudadanos en las actividades y programas del IMEBU.

Audiencia Objetivo

1. Ciudadanos de todas las edades.
2. Emprendedores y empresarios locales.
3. Medios de comunicación.
4. Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
5. Instituciones educativas y culturales.

Estrategias de Comunicación

1. Medios Tradicionales:

- Notas de prensa: Enviar comunicados de prensa regularmente sobre eventos, programas y logros.
- Entrevistas y reportajes: Coordinar entrevistas con líderes del IMEBU y reportajes en medios locales.

www.imebu.gov.co

- Publicaciones en periódicos: Publicar artículos de opinión y columnas informativas.

2. Medios Digitales:

- Redes sociales: Crear y mantener perfiles activos en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Publicar contenido atractivo, interactivo y relevante.
- Página web: Mantener actualizada la página web del IMEBU con información detallada sobre programas, noticias y eventos.
- Boletines electrónicos: Enviar boletines periódicos a una base de datos de contactos interesados en las actividades del IMEBU.

3. Eventos y Actividades:

- Talleres y seminarios: Organizar eventos educativos y de capacitación abiertos a la comunidad.
- Ferias y exposiciones: Participar en ferias locales y regionales para promover los servicios del IMEBU.
- Foros comunitarios: Realizar reuniones y foros para escuchar las necesidades y opiniones de los ciudadanos.

4. Relaciones Públicas:

- Alianzas estratégicas: Establecer colaboraciones con otras entidades para ampliar el alcance y la efectividad de las comunicaciones.
- Gestión de crisis: Preparar un plan de contingencia para manejar situaciones de crisis comunicacional de manera efectiva y oportuna.

Estas directrices ayudarán a establecer un plan de comunicaciones robusto y efectivo para el IMEBU, asegurando que cada acción esté alineada con los objetivos y contribuya al desarrollo y crecimiento de la institución.

Marco Metodológico del Plan de Comunicaciones del IMEBU

1. Diagnóstico Situacional:

- **Análisis Interno:** Evaluar los recursos y capacidades del IMEBU en términos de comunicación.
- **Análisis Externo:** Estudiar el entorno, identificando oportunidades y amenazas, así como la percepción actual del IMEBU.
- **Análisis de Audiencia:** Definir y segmentar a las audiencias objetivo basándose en sus características y necesidades.

2. Definición de Objetivos:

- Establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART).

Definición de Objetivos SMART

SMART es una metodología para definir objetivos. Se trata de un acrónimo del inglés a través del cual se explican las características básicas de los objetivos SMART. Éstos deben ser Específicos (Specific), measurable (Medibles), alcanzables (Achievable), realistas (Realistic) y de duración limitada (Time-bound).

Objetivo 1: Aumentar la visibilidad del IMEBU

Específico: Incrementar el reconocimiento del IMEBU entre los ciudadanos y las empresas locales.

Medible: Lograr un aumento del 30% en el alcance de publicaciones en redes sociales y un 20% en la cobertura de medios de comunicación en los próximos 12 meses.

Alcanzable: Utilizando campañas de branding y participación en eventos comunitarios.

Relevante: Mejorar la percepción pública del IMEBU.

Tiempo definido: En 12 meses.

www.imebu.gov.co

Objetivo 2: Promover programas y servicios del IMEBU

Específico: Difundir información sobre los programas, servicios y beneficios del IMEBU.

Medible: Aumentar la inscripción en programas en un 25% y la asistencia a eventos en un 20% durante el próximo año.

Alcanzable: Utilizando estrategias de comunicación segmentada y múltiples canales.

Relevante: Incrementar la utilización de los servicios del IMEBU.

Tiempo definido: En 12 meses.

Objetivo 3: Fortalecer la relación con los medios

Específico: Establecer y mantener relaciones sólidas con los medios de comunicación locales y regionales.

Medible: Incrementar el número de notas de prensa publicadas en un 50% y aumentar las entrevistas con líderes del IMEBU en un 30% en un año.

Alcanzable: Mediante una comunicación regular y transparente con los medios.

Relevante: Mejorar la cobertura mediática del IMEBU.

Tiempo definido: En 12 meses.

Objetivo 4: Fomentar la participación ciudadana

Específico: Incentivar la participación de los ciudadanos en las actividades y programas del IMEBU.

Medible: Aumentar la participación ciudadana en eventos y actividades en un 40% en un año.

Alcanzable: Creando espacios de interacción y retroalimentación.

Relevante: Fortalecer el vínculo entre el IMEBU y la comunidad.

Tiempo definido: En 12 meses.

Desarrollo de Estrategias y Tácticas

- Estrategia para Aumentar la Visibilidad del IMEBU
- Estrategia: Campañas de branding y participación en eventos comunitarios.

Tácticas:

- Publicar testimoniales y casos de éxito mensualmente.
- Crear y compartir contenido visual atractivo (videos, infografías) semanalmente en redes sociales.
- Realizar campañas de publicidad pagada trimestralmente en medios digitales y tradicionales.
- Participar en al menos cinco ferias comunitarias y regionales al año.

Estrategia para Promover Programas y Servicios

Estrategia: Comunicación segmentada a diferentes públicos utilizando múltiples canales.

Tácticas:

- Enviar newsletters informativos mensualmente a una base de datos segmentada.
- Publicar en redes sociales sobre servicios específicos semanalmente.
- Realizar webinars y sesiones informativas bimensuales.
- Colaborar con instituciones educativas para difundir programas y servicios.

Estrategia para Fortalecer la Relación con los Medios

Estrategia: Relaciones proactivas con periodistas y medios, comunicación regular y transparente.

Tácticas:

- Enviar comunicados de prensa periódicos, al menos uno por mes.
- Organizar conferencias de prensa y eventos para medios trimestralmente.
- Ofrecer exclusivas y contenido de interés periodístico, como reportajes especiales.
- Mantener un listado actualizado de contactos clave en los medios de comunicación.

Estrategia para Fomentar la Participación Ciudadana

Estrategia: Crear espacios de interacción y retroalimentación, incentivar la participación en eventos y actividades.

Tácticas:

- Organizar concursos y campañas participativas trimestralmente.
- Crear foros y mesas redondas mensuales para escuchar a la comunidad.
- Promover encuestas y estudios de opinión bimensuales para recoger feedback.
- Incentivar la participación ciudadana a través de recompensas o reconocimiento público.

Implementación del Plan

Asignación de Roles y Responsabilidades

Coordinador General de Comunicaciones:

- Supervisión general del plan de comunicación.
- Coordinación con todas las áreas del IMEBU.

Responsable de Medios Tradicionales:

- Redacción y distribución de comunicados de prensa.
- Gestión de relaciones con periodistas y medios.

Responsable de Medios Digitales:

- Gestión de perfiles en redes sociales.
- Creación y publicación de contenido digital.

Responsable de Eventos y Actividades:

- Organización de talleres, seminarios, ferias y foros comunitarios.
- Logística y coordinación de eventos.

Responsable de Relaciones Públicas:

- Establecimiento de alianzas estratégicas.
- Gestión de crisis comunicacional.

Cronograma de Actividades

1. Mes 1-3:

- Realizar diagnóstico situacional.
- Definir y segmentar audiencias.
- Establecer contactos con medios y influencers locales.
- Planificar campañas de branding y eventos iniciales.

2. Mes 4-6:

- Implementar campañas de publicidad pagada.
- Iniciar envío de newsletters y boletines electrónicos.
- Organizar el primer foro comunitario.
- Publicar los primeros testimonios y casos de éxito.

3. Mes 7-9:

- Realizar el primer webinar y sesión informativa.
- Participar en la primera feria comunitaria.
- Enviar comunicados de prensa mensualmente.
- Organizar concursos y campañas participativas.

4. Mes 10-12:

- Evaluar el impacto de las estrategias implementadas.
- Ajustar tácticas según resultados.
- Continuar con la publicación regular en redes sociales.
- Planificar la siguiente ronda de eventos y actividades.

3. Desarrollo de Estrategias y Tácticas:

- Diseñar estrategias de comunicación para cada objetivo.
- Planificar tácticas y acciones concretas que se alineen con las estrategias definidas.

4. Implementación del Plan:

- Asignar roles y responsabilidades.
- Desarrollar un cronograma de actividades.

5. Monitoreo y Evaluación:

- Definir indicadores clave de rendimiento (KPIs).

Un KPI, sigla que proviene de la frase en inglés key performance indicator (indicador clave de rendimiento), es una métrica cuantitativa que muestra cómo tu equipo o empresa progresa hacia tus objetivos empresariales más importantes.

- Establecer métodos de seguimiento y evaluación continua.

Desarrollo de Objetivos

1. Aumentar la visibilidad del IMEBU:

- Estrategias:

- Campañas de branding en medios tradicionales y digitales.
- Participación en eventos comunitarios y ferias.
- Colaboraciones con influencers y líderes de opinión locales.

- Tácticas:

- Publicar testimonios y casos de éxito.
- Crear contenido visual atractivo (videos, infografías).
- Realizar campañas de publicidad pagada.

www.imebu.gov.co

2. Promover programas y servicios:

- Estrategias:

- Comunicación segmentada a diferentes públicos.
- Utilización de múltiples canales de comunicación.

- Tácticas:

- Enviar newsletters informativos.
- Publicar en redes sociales sobre servicios específicos.
- Realizar webinars y sesiones informativas.

3. Fortalecer la relación con los medios:

- Estrategias:

- Establecer relaciones proactivas con periodistas y medios.
- Mantener una comunicación regular y transparente.

- Tácticas:

- Enviar comunicados de prensa periódicos.
- Organizar conferencias de prensa y eventos para medios.
- Ofrecer exclusivas y contenido de interés periodístico.

4. Fomentar la participación ciudadana:

- Estrategias:

- Crear espacios de interacción y retroalimentación.
- Incentivar la participación en eventos y actividades.

-Tácticas:

- Organizar concursos y campañas participativas.
- Crear foros y mesas redondas.
- Promover encuestas y estudios de opinión.

Plan de contenido para servicios

1. Agencia Pública de Empleo:

- Facebook: Publicar testimonios de éxito, ofertas de empleo, talleres y ferias de empleo.
- Instagram: Crear historias y reels con consejos de empleo, entrevistas con empleadores y empleados.
- X: Compartir noticias sobre el mercado laboral, actualizaciones rápidas sobre ofertas y eventos.

2. Banca IMEBU:

- Facebook: Informar sobre productos y servicios financieros, testimonios de beneficiarios.
- Instagram: Visuales atractivos de productos financieros, historias de éxito de emprendedores.
- X: Actualizaciones sobre nuevos productos, consejos financieros.

3. Centros de Desarrollo de Empleabilidad:

- Facebook: Eventos de capacitación, testimonios de beneficiarios, artículos sobre habilidades laborales.
- Instagram: Publicar historias de éxito, contenido visual de talleres y cursos.
- X: Actualizaciones sobre cursos y talleres, enlaces a recursos útiles.

4. MarketPlace IMEBU:

- Facebook: Promocionar productos locales, testimonios de vendedores.
- Instagram: Mostrar productos en fotos y videos, historias de vendedores.
- X: Actualizaciones rápidas sobre productos y ofertas especiales.

Estrategias de Comunicación en Redes Sociales

1. Facebook:

- Tono: Informativo y accesible. Enfocado en la comunidad.
- Contenido: Publicaciones regulares sobre eventos, noticias y testimonios.

2. Instagram:

- Tono: Visual y emocional. Enfocado en historias y experiencias personales.
- Contenido: Imágenes y videos atractivos, historias interactivas, reels.

3. X

- Tono: Conciso y directo. Enfocado en actualizaciones y noticias rápidas.
- Contenido: Tweets frecuentes con enlaces a contenido relevante, uso de hashtags.

Protocolos de Eventos

1. Antes del Evento:

- Preparación: Confirmar detalles logísticos, enviar invitaciones, realizar campañas de promoción.
- Comunicación: Anunciar el evento en redes sociales, enviar comunicados de prensa.

2. Durante el Evento:

- Cobertura: Publicar en vivo en redes sociales, tomar fotos y videos.
- Interacción: Facilitar la participación y retroalimentación de los asistentes.

3. Después del Evento:

- Seguimiento: Publicar resúmenes y fotos del evento, agradecer a los asistentes y colaboradores.
- Evaluación: Recopilar y analizar la retroalimentación, medir el impacto del evento.

Medición del Alcance y Efectividad del Plan

1. Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs):

- Alcance en redes sociales (likes, shares, comentarios).
- Tasa de participación en eventos y actividades.
- Cobertura en medios de comunicación.
- Incremento en la percepción positiva de la marca.

2. Métodos de Evaluación:

- Encuestas y estudios de opinión.
- Análisis de métricas de redes sociales y tráfico web.
- Informes de monitoreo de medios.

Componentes Académico y Operativo

1. Componente Académico:

- Formación y capacitación continua del equipo de comunicaciones.
- Investigación y análisis de tendencias en comunicación y marketing.

2. Componente Operativo:

- Implementación de herramientas y tecnologías de comunicación.
- Coordinación y gestión de recursos para la ejecución de actividades.

- **Enfoque Integral:** Integrar todas las actividades y canales de comunicación para lograr un impacto cohesivo y coherente.
- **Participación Activa:** Involucrar a todos los actores relevantes, desde ciudadanos hasta medios de comunicación.
- **Adaptabilidad:** Ser flexible y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos y las necesidades que por lo general son cambiantes.

Protocolo de Seguimiento

1. **Reuniones Regulares:** Realizar reuniones periódicas para evaluar el progreso del plan.
2. **Informes y Análisis:** Generar informes de resultados y análisis de desempeño.
3. **Ajustes y Mejoras:** Identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias y tácticas según sea necesario de acuerdo a los momentos por los que se esté atravesando.