

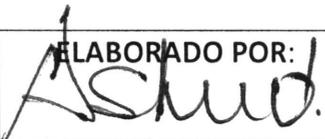
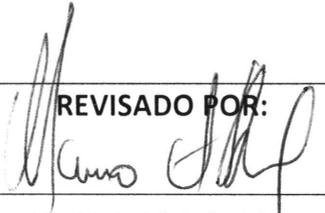
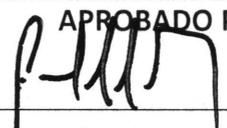


<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	<b>Código</b> SCOT-06	<b>Versión</b> 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	<b>Página</b> 1 de 6	

## PLAN DE COMUNICACIONES



## SERVICIUDAD ESP

<b>ELABORADO POR:</b> 	<b>REVISADO POR:</b> 	<b>APROBADO POR:</b> 
Astrid Giraldo Gallo Profesional Especializado mercadeo y publicidad	Mauricio Andrés Rodas Tabara Subgerente Comercial y de Mercadeo	Fernando José Da Pena Montenegro Gerente
Fecha: Oct-11-2022	Fecha: Oct-11-2022	Fecha: Oct-12-2022



<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	Código SCOT-06	Versión 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	Página 2 de 6	

## 1. OBJETIVO:

Planificar de manera estratégica y adecuada las comunicaciones y el marketing que realiza la Empresa, para impactar de manera positiva nuestro público objetivo, posicionando la imagen y la marca Serviciudad ESP, con sentido de pertenencia por la ciudad y la empresa.

## 2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

2.1 Tener claro el mensaje que se va a comunicar y definir a que publico objetivo se direcciona, de acuerdo a la necesidad.

2.2 Promover una acertada y asertiva comunicación tanto al interior como al exterior de la empresa, haciendo uso adecuado de medios de comunicación disponibles y posibles.

2.3 Establecer las comunicaciones como centro de apoyo a la gestión empresarial, canalizando y segmentando la misma, apoyando el cumplimiento de la misión y visión de la empresa

## 3.POLITICA DE INFORMACION:

Dado el carácter de empresa pública, se indica que la información es de carácter público, sin embargo, será el señor Gerente o quien este delegue el único autorizado para emitir información de carácter oficial.

Así mismo la información a difundir por cualquier medio tendrá su visto bueno, previa presentación de la Oficina de Mercadeo y Comunicaciones de la Empresa.



<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	<b>Código</b> SCOT-06	<b>Versión</b> 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	<b>Página</b> 3 de 6	



#### **4. PRINCIPIOS:**

##### **4.1. Colaboración**

El flujo de información que afecte la prestación de los servicios de la empresa será de forma vertical y horizontal, según sea necesario, asegurando la adecuada difusión de las actividades que deriven en el excelente y oportuno servicio al usuario.

##### **4.2 Entrega Oportuna**

Se gestionará la información de carácter operativo a nivel interno y externo con agilidad y asegurando que la misma llegue a los funcionarios y usuarios en forma eficaz, para que el resultado final sea un servicio de alta calidad



<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	<b>Código</b> SCOT-06	<b>Versión</b> 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	<b>Página</b> 4de 6	

#### 4.3 Eficiencia:

La información difundida a nivel externo e interno será adecuada y pertinente para el desarrollo óptimo de las labores y siempre en búsqueda de la excelencia integral de la Empresa.

#### 4.4 Participación:

Se buscará la mayor cobertura a través de los medios disponibles a nivel interno y externo, además del flujo de información para evitar complicaciones en la prestación de servicios.

4.5 Actitud de servicio: por medio de la promoción del bienestar de los trabajadores, se buscará incentivar el excelente servicio al usuario desde lo técnico hasta lo comportamental, pilar fundamental en el cumplimiento de la Misión y Visión empresariales.

### **5. PUBLICO OBJETIVO:**

5.1 Publico Externo usuarios de los servicios públicos domiciliarios de la empresa estratos 1,2, 3 y 4; comerciales e industriales.

5.2 Publico Interno: funcionarios en general de la Empresa.



<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	<b>Código</b> SCOT-06	<b>Versión</b> 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	<b>Página</b> 5de 6	

## 6.CANALES A UTILIZAR:

De acuerdo a la información que se requiera difundir se deberán canalizar adecuadamente, los medios pertinentes y disponibles para la misma, bien sea estrategia interna o externa.

### Medios de comunicación tradicionales

- Radio
- Prensa
- Televisión
- Revistas
- Ferias
- Medios urbanos como vallas, avisos, pantallas, publicidad en transporte publico masivo, etc.

### Medios de comunicación digitales

- Portales y páginas WEB
- Emisoras digitales
- Redes Sociales
- Eventos como streaming, live etc.

## 7.MEDICION

La medición, aunque en un tema un poco difícil de realizar se implementaran los siguientes mecanismos para alcanzar un aproximado que defina estrategias a seguir.

Medios tradicionales: la medición se hará de acuerdo a certificación de pauta entregada por los medios contratados.



<b>SERVICIUDAD E.S.P.</b>	<b>Código</b> SCOT-06	<b>Versión</b> 1
PLAN DE COMUNICACIONES SERVICIUDAD ESP	<b>Página</b> 6 de 6	

En lo que concierne a los medios digitales se hará seguimiento a los alcances obtenidos y certificados por cada firma contratada.

En general ambas mediciones deben redundar en el posicionamiento de la imagen positiva de la empresa que se comprobará en encuesta de satisfacción al cliente que se realizará a través de redes sociales, call center y pagina WEB de manera anual, a fin de ampliar la cobertura de la misma.

#### **8. RESPONSABLES:**

Serán responsables de la ejecución de este Plan la Profesional Especializada de Mercadeo en conjunto con el Subgerente Comercial quienes seguirán los lineamientos dictados por la Gerencia de la Entidad