



CABILDEO ESTRATÉGICO Y COMUNICACIÓN EFECTIVA

EN
EL
NUEVO
ESCENARIO

The background features a hand holding a globe. A network of black lines and dots is overlaid on the globe. Several circular icons containing silhouettes of people in business suits are scattered across the network. Some of these icons are accompanied by question marks. The overall theme is global communication and connectivity.

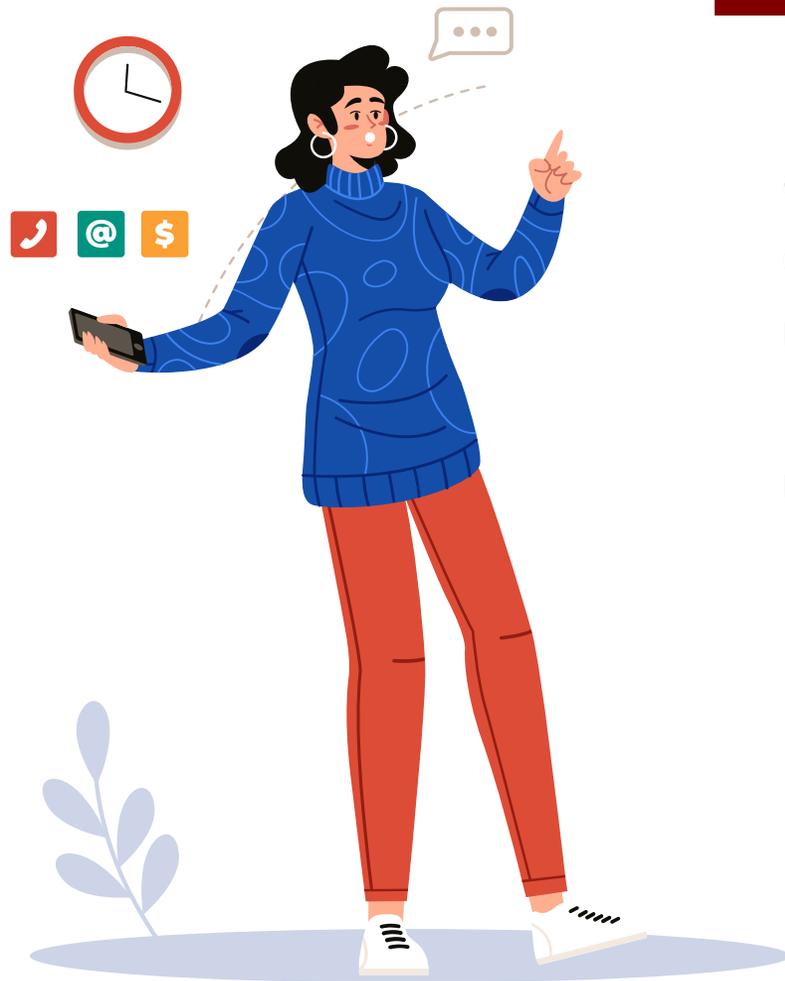
Comunicación

En un mundo
conectado

Presencia en Internet



Comunicación Digital



Intercambio de **mensajes de valor (Informático, entretenimiento o venta)** para los consumidores, clientes, socios y sociedad en general **haciendo uso de las herramientas digitales** disponibles con la finalidad de lograr **conexión y confianza con los usuarios.**

Herramientas del ecosistema digital



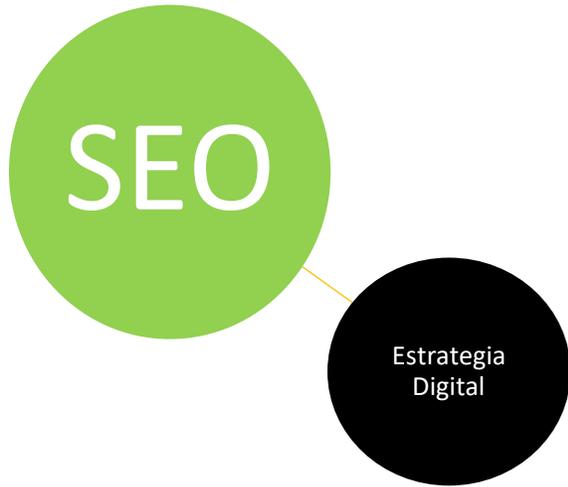
Página
Web

Estrategia
Digital

- Libertad de diseño
- Espacio para trabajar reputación y credibilidad
- Espacio para tu filosofía y tu propósito



The screenshot displays the ANDI website interface. At the top, there is a dark blue header with the date 'Lunes, 17 de Julio 2023', language 'English', and a login link 'INICIAR SESIÓN'. Below this is a white navigation bar with the ANDI logo and 'MÁS PAÍS' on the left, and menu items: 'QUIÉNES SOMOS', 'SERVICIOS TRANSVERSALES', 'CÁMARAS SECTORIALES', 'SECCIONALES', 'EVENTOS', and 'CONTÁCTENOS'. A search icon is on the right. The main content area features a large article with a photo of a woman and the headline 'El 76% de las zonas francas del país manifiestan interés en presentar un plan de internacionalización, según la Cámara de Usuarios de Zonas Francas de la ANDI'. Below the article is a 'Ver más' button and the date 'Julio 13 de 2023'. To the right is a sidebar titled 'Destacados ANDI' with buttons for 'Balance 2022 - Perspectivas 2023', '8°. Congreso Empresarial Colombiano - CEC', 'Eventos ANDI', 'Prácticas Estudiantiles CEAP', 'Informe de Gestión 2021-2022', 'Biblioteca Digital', 'Protocolo de Buenas Prácticas en materia de Competencia', and 'Estrategia ANDI 2025'. At the bottom, there are two smaller article teasers: 'La ANDI premia a las empresas del futuro...' and 'Luzca bien siéntase mejor, iniciativa de la ANDI, cumple 15 años apoyando a paci...'. The ANDI logo is visible in the bottom left corner.



- Conjunto de técnicas aplicadas a mi web para la optimización de su ranqueamiento en motores de búsqueda.
- Proyección a largo plazo, mayor calidad, mayor esfuerzo, costos bajos en el tiempo



andi colombia

< Todo Noticias Imágenes Videos Maps : Más Herramientas

Cerca de 863 resultados (0.18 segundos)

f Infobae
El presidente de la Andi habló sobre el hundimiento de la reforma laboral: “Colombia tiene una estructura laboral con inmensos problemas que tienen que ser corregidos”
Bruce Mac Master cree que el proyecto debe ser moderna, completa, y bien hecha para que pueda generar empleo.
hace 2 semanas

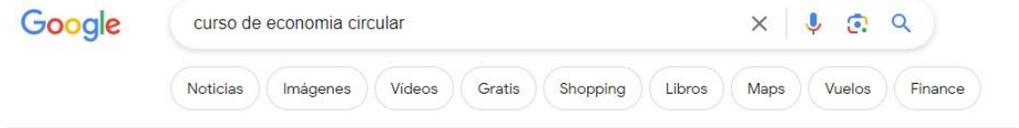
ANDI - Noticias
Noticias
En estos 15 años, la iniciativa Luzca Bien, Siéntase mejor, ha atendido a 24.100 pacientes en 90 hospitales de 14 ciudades del país.
hace 1 semana

E El País
La ANDI y el Gobierno coinciden: la escasez de medicamentos se ha sobredimensionado
Una paciente muestra las últimas pastillas que tenía de Duloxetine, un antidepresivo,





- Campañas de Google Ads
- Tiene un objetivo claro: captar leads



Cerca de 15,300,000 resultados (0.33 segundos)

Patrocinado

udemy.com
<https://www.udemy.com>

Economía Circular: Nuevos Modelos hacia la Sostenibilidad |...

Encuentra tu instructor perfecto para cualquier tópico o idioma para todos los niveles. **Cursos:** Desarrollo para Android, Android Studio, Diseño de apps para móvil, Java, Firebase.

Patrocinado

esan.edu.pe
<https://www.esan.edu.pe> » esan » sostenibilidad

Sostenibilidad - RSEI y Sostenibilidad

Especialízate con una escuela líder. ESAN: Top 5 en Latinoamérica y número 1º del Perú. Lidera acciones de sostenibilidad empresarial y consolida tu formación profesional.

Patrocinado

programas.iberonex.com
<https://programas.iberonex.com> » sostenibilidad » empresarial

Innovación y Economía Circular - Certifícate en 15 semanas

Orientado a profesionales con experiencia que quieran especializarse. ¡Últimas plazas! Programa internacional. Posiciona la sostenibilidad en el centro de la estrategia...

Patrocinado

onlineprofessionaluchicago.com
<https://www.onlineprofessionaluchicago.com>

Economía Circular | UChicago - Programa Economía Circular

Curso Online de 8 semanas. Sesiones interactivas en vivo. Certificado Profesional Online

up.edu.pe
<https://www.up.edu.pe> » egp » contactenos

Economía Circular - Inicio: Por confirmar

El objetivo del **curso** es desarrollar un pensamiento sistémico y sólido conocimiento conceptual de la **Economía Circular** y sus herramientas de implementación ...

edx.org
<https://www.edx.org> » aprende » economia-circular

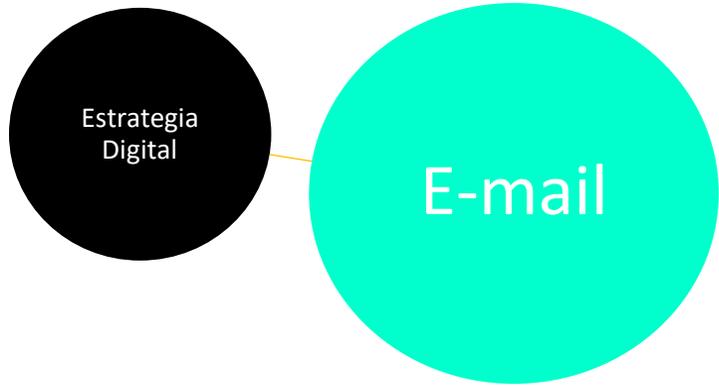
Aprende sobre economía circular con cursos online | edX

Un **curso** online y gratuito podrá enseñarte sobre la fundación para la **economía circular**, cómo reciclar eficientemente, cómo gestionar el procesamiento de las ...

aenor.com
<https://www.aenor.com> » formacion » economia-circular

Encuentra tu curso en Economía Circular - AENOR

Ecodiseño, estrategias de adaptación al cambio climático... Haz un **Curso de Economía Circular** y lleva estos conceptos al campo empresarial. ¡Infórmate!



- Segmentación de la base de datos
- Contenido descargable
- Estrategia de contenido
 - Newsletters
 - Campañas promocionales
 - Emails de lead nurturing
 - Emails de RRSS

Soluciona. No intoxica.
972 094 240
f
m

AHÓRRATE LOS PROBLEMAS QUE LAS AVES TRAEN A TU LOCAL

ESPANTA AVES PRO

Emite sonidos de diferentes depredadores, ahuyentando a las aves del área protegida.

ESPANTA AVES 4L

Evita que las aves se posen o aniden en el área protegida.

ESPANTA GALLINAZOS PRO

Emite sonidos altamente molestos para las aves, creando una "zona peligrosa" que las ahuyenta.

GLOBO HOLOGRÁFICO 3D

Genera miedo en las aves debido a la ilusión óptica de sus ojos grandes y amenazantes.

COMPRA ONLINE 24 HORAS

ENVÍOS A NIVEL NACIONAL

Tienda: Av. Aramburu 888, Surquillo, Lima
 ventas@mdtechperu.com / www.mdtechperu.com
 Teléfonos: (511) 222 - 1929

REPUTACIÓN & INTANGIBLES

Actualización semanal



¡Esta semana presentamos los resultados globales de Approaching The Future!

Junto con la Global Alliance, este 13 de julio a las 13:00 h CEST, vamos a dar a conocer los resultados globales de Approaching The Future - Trends in Reputation & Intangible Assets. [Puedes inscribirte aquí.](#)

Próximamente presentaremos los resultados en Ecuador. ¿Quieres conocer más?

Consulta nuestra última newsletter

👉 **El Índice 3D del Propósito**

¿Puede medirse el propósito corporativo? Junto con DPMC te traemos el Índice 3D del Propósito. Se trata de una nueva métrica que aspira a integrarse como un indicador clave que toda organización debería utilizar para conocer el grado de vivencia del propósito corporativo, de modo similar a como se emplean indicadores como el 'Net Promoter Score' (NPS) o el de reputación global.

[\[Lee más en Harvard Deusto\]](#)

✉ Envíalo
🐦 Tweetea
🍷 Comparte

📺 **Regresa el Capitán de los Intangibles**

El Capitán de los Intangibles estrena su tercera temporada. Para este primer episodio contamos con un diálogo entre los codirectores del programa, Oriol Iglesias y Ángel Alloza, donde recorren los inicios de The Global CCO y explican el cambio de Chief Communication a Chief Corporate Officer.

Escúchalo aquí

Si te gusta esta newsletter... ¡Comparte y recoméndanos!

Ayúdanos a mejorar esta newsletter con tu opinión

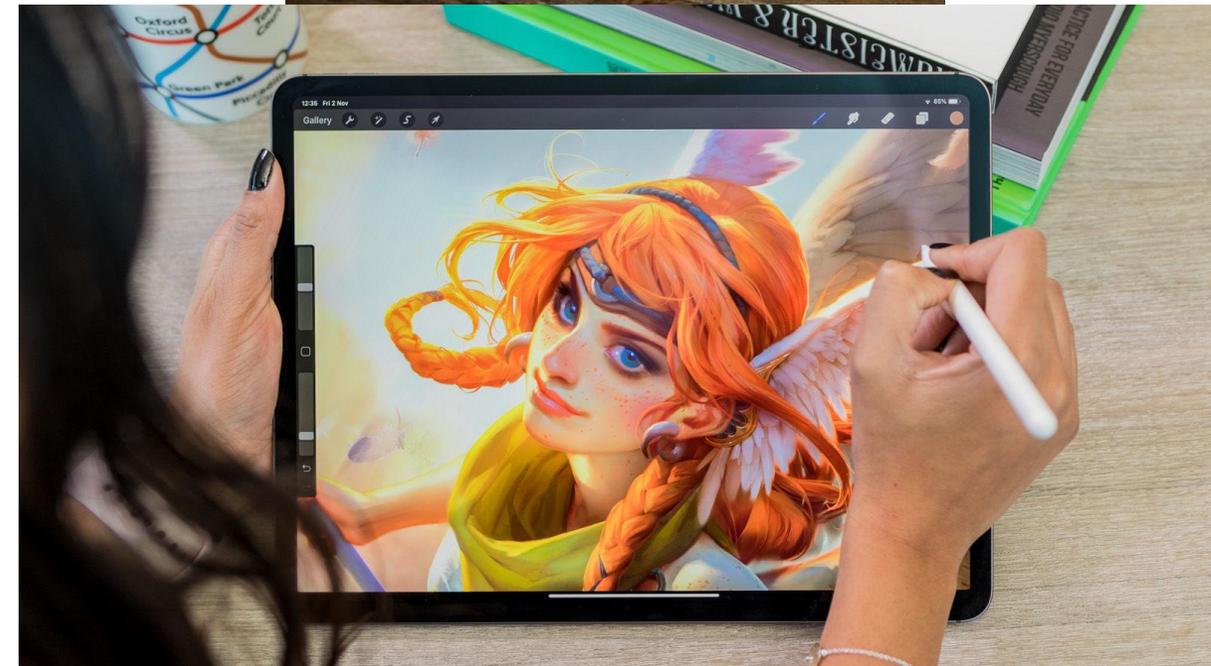
Leading by reputation.

🌐 Visítanos
🍷

Estrategia
Digital

Mobile

- Es la divulgación de tu marca en redes sociales, emails, mensajes SMS, aplicaciones y otros.
- Se consigue una mejor interacción con el público objetivo



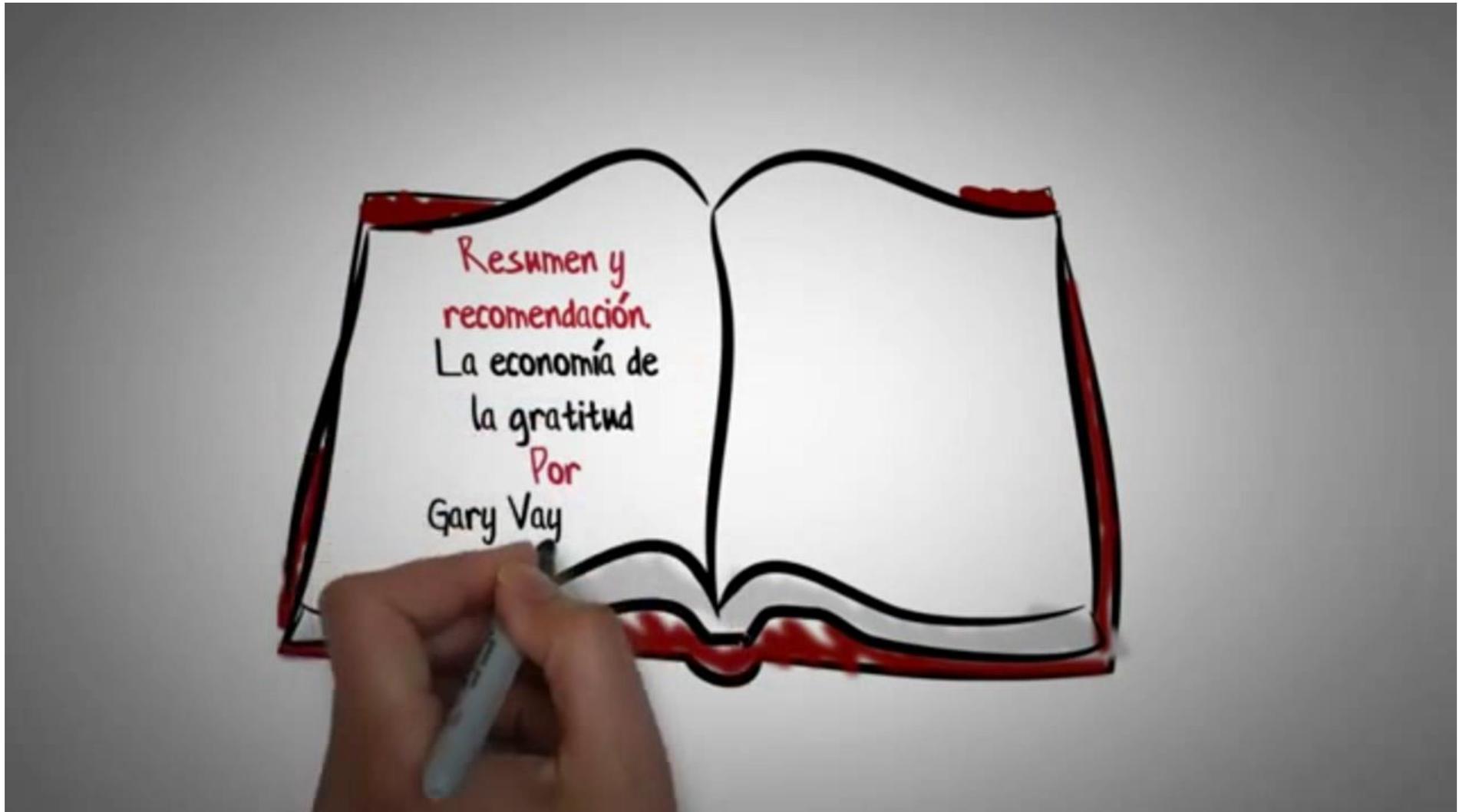
Herramientas del ecosistema digital



¿Qué está pasando en la actualidad?



Nuestra forma de posicionar nuestra marca ha cambiado



De lo online a lo Offline



Carlo Navea Paredes agregó 2 fotos nuevas.

27 de enero a la(s) 22:56 · Magdalena del Mar · 🌐

Una cucaracha en mi pizza!

La historia no es grata, es nauseabunda. Pero pasó y algo se debe hacer. La pizza que pedí a Domino's San Miguel tenía un bicho incrustado en la masa, con las patas encima de la pasta de tomate. Un asco que de inmediato retiré de mi mesa.

Me comuniqué con la cadena de pizzas que la única solución que me planteó fue enviarme otra "de cortesía" y con un tono acusador agregó: "que raro que haya encontrado una".

Obviamente le dije que no, que me mandara el dinero porque no pensaba comer nunca más una pizza de ellos.

A los 30 minutos llegó un repartidor y le entregué slide con el bicho. Su respuesta me desconcertó más aún.

Dijo que debía entregarle toda la pizza, por orden de un gerente llamado Carlos, si quería mi dinero y se fue.

-Ayúdenme a que esto, que no es solo maltrato al consumidor, sino que es un atentado a la salud, no quede impune.

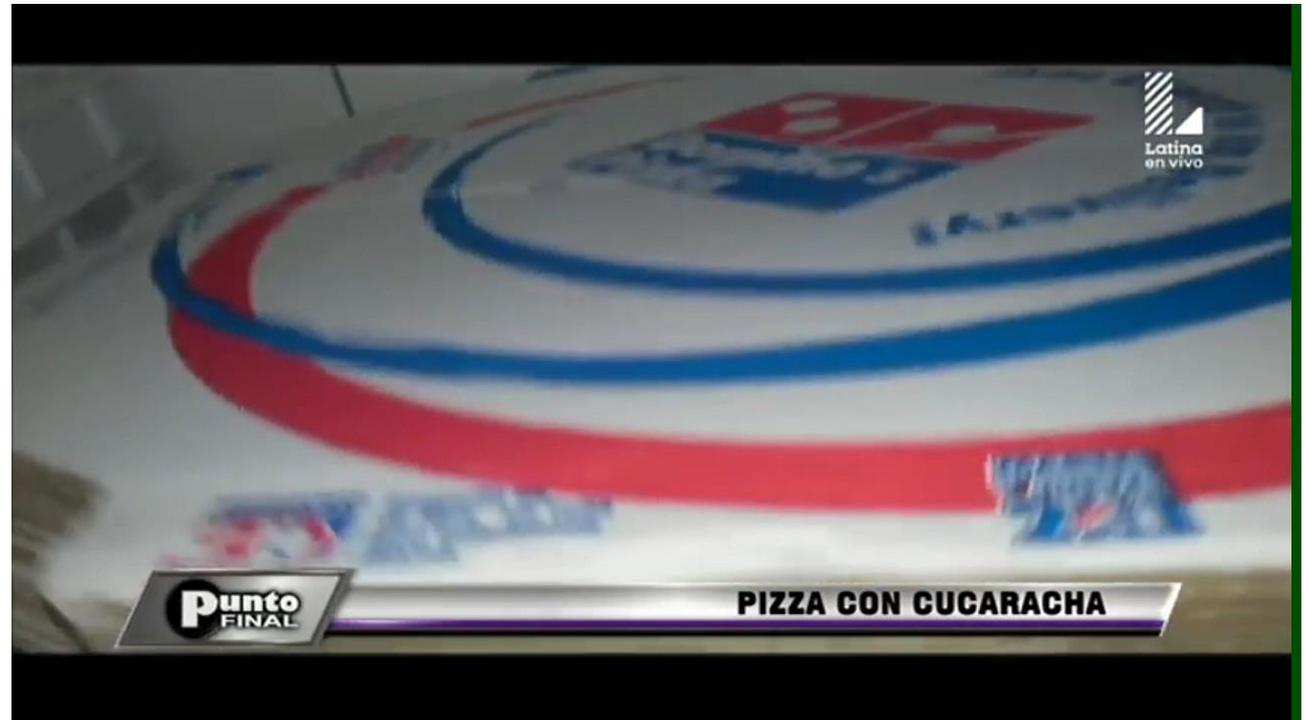


Imagen y Comunicación

la revista oficial de DirCom

1er. Congreso Iberoamericano DirCom
Hacia el encuentro e intercambio de experiencias

10 años de YouTube
Una década de la plataforma virtual como vitrina del mundo

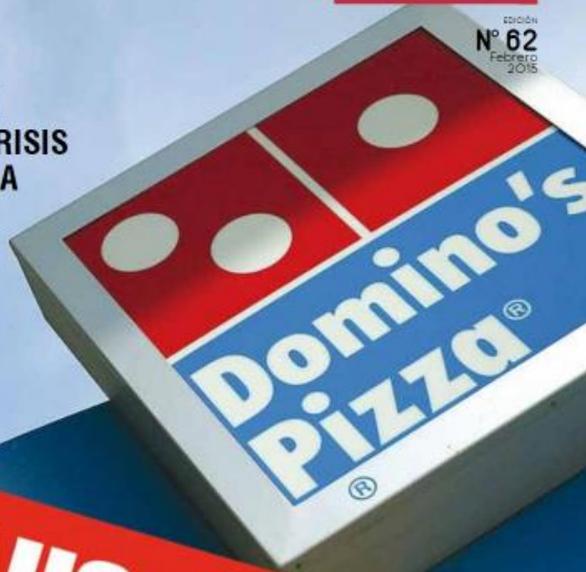
Crimen que afecta la Imagen de la presidenta de Argentina
El caso del fiscal Nisman

edición
N° 62
Febrero 2016

DESACERTADA GESTIÓN DE CRISIS QUE IMPACTA A UNA MARCA

El caso Domino's Pizza

CLAUSURADO



EDITORIAL



LOS SIETE ERRORES DE COMUNICACIÓN EN EL CASO DE DOMINO'S PIZZA PERÚ

LA AUSENCIA DE UNA VISIÓN ESTRATÉGICA GLOBAL

Lillian Zapata
Directora

La situación de crisis de Domino's Pizza Perú que motivó el cierre de todos sus locales pudo evitarse si la empresa hubiera escuchado la voz del cliente, en este caso de Carlos Navea, quien con todo derecho reclama a la marca por el producto entregado: una pizza con cucaracha incluida lista para comer. Frente al hecho la empresa no sabe reaccionar adecuadamente y maltrata al cliente repetidas veces produciendo en cada intervención un error de comunicación.

Primer error: el cliente denuncia el hecho de haber encontrado una cucaracha incrustada en la pizza y el primer mensaje que emite la empresa es "qué raro que haya encontrado una", poniendo en duda la versión del consumidor. La denuncia emitida por Carlos Navea debió ser interpretada por la empresa como una alerta de crisis que podía afectar la imagen de la compañía.

Segundo error: se pretende que el cliente entregue toda la pizza con el bicho incluido como condición para la devolución de su dinero. Al no ser clara la empresa en el mensaje, el cliente asume que lo más importante no era toda la pizza (como debió entender la empresa) sino recoger la evidencia de la repugnante situación que le tocó vivir.

Tercer error: el gerente de tienda llama al cliente y lo increpa diciéndole que está ocasionando "un perjuicio a la tienda", en referencia a las publicaciones sobre el caso que venía haciendo Navea a través de las redes sociales. Con esta actuación quedó claro que el trabajador de Domino's Pizza Perú no era consciente que quien estaba acrecentando el problema y conduciendo a la empresa a desencadenar una aguda situación de crisis era él con su desacertada actuación, muy lejana de asumir el hecho y pedir disculpas.

Cuarto error: la empresa emite su primer comunicado en redes sociales y pone en tela de juicio la experiencia vivida, señalando que el producto fue "presuntamente elaborado en uno de los locales" y desean "deslindar responsabilidades". De esta manera, por escrito, transmiten la casi nula credibilidad hacia el cliente, sin pensar que el mensaje que emitan iba directo no solo al cliente afectado sino a todos los seguidores del caso, entre ellos líderes de opinión presentes en redes sociales y medios tradicionales.

Quinto error: Domino's Pizza emite un segundo comunicado en la plataforma digital en el que, después de pedirle disculpas a Carlos Navea, puntualiza que lamenta que él mismo haya originado una serie de malinterpretaciones respecto a sus políticas de atención al cliente. Con estas líneas la empresa en lugar de reiterar su mensaje de disculpas, admitir el caso y dar tranquilidad a los consumidores, enfatizando que se harán las investigaciones y se informará, pretende transferir la crisis al cliente cuando lo cierto e inaceptable fue que existía un problema de control de calidad, sumado a la ausencia de una comunicación asertiva como parte de sus procedimientos.

Sexto error: la desacertada intervención de la gerente general de la franquicia, Bárbara Boloña, en entrevista en vivo con RPP muestra, a través de su comunicación verbal y no verbal, estar lejos de transmitir gestos de humildad, aceptar el error públicamente y garantizar al público el claro interés que tiene la marca por la salud de sus clientes.

Séptimo error: las contradicciones públicas de la ejecutiva a través de RPP generaron desconcierto en Carlos Navea, al escuchar que Boloña decía que sus trabajadores habían cumplido con el protocolo, mientras que en la visita que le hizo a su domicilio admite el error de la actuación de sus colaboradores. Lo que evidenció, una vez más, una falta de coherencia y de transparencia por parte de la representante legal de Domino's Pizza Perú, que no deja bien parada a la empresa.

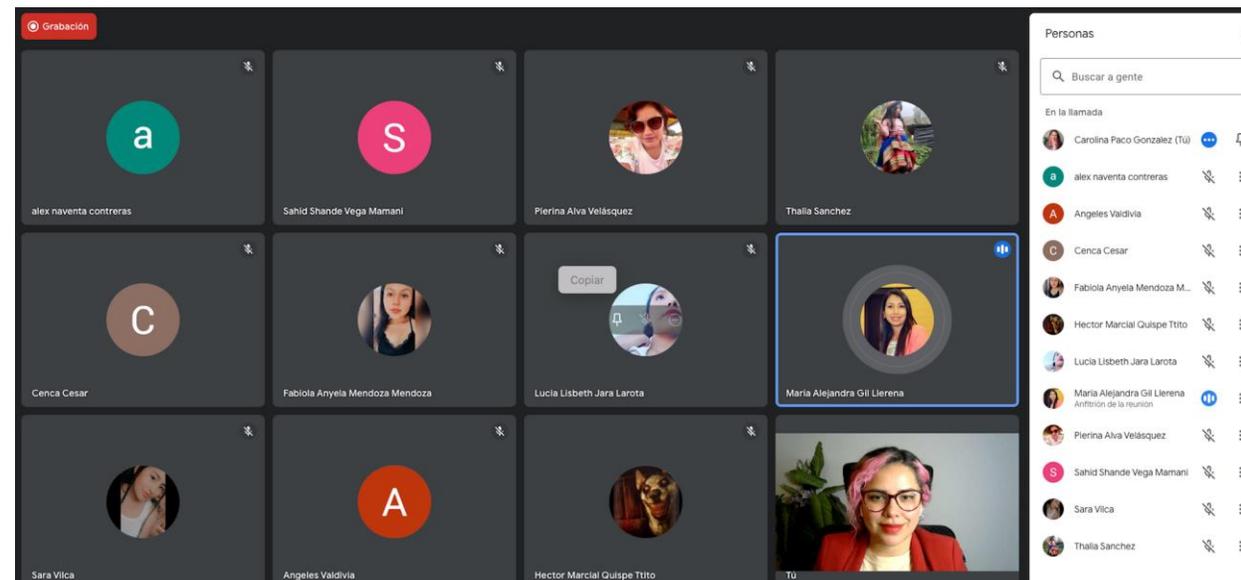
Estos siete errores claramente identificados en las comunicaciones emitidas por los representantes de la empresa demuestran que Domino's Pizza no tuvo un adecuado manejo de la situación que terminó en una grave crisis con cierre de locales como resultado final. Queda claro que en Domino's Pizza Perú existió una ausencia absoluta de una visión holística de la organización en el que la comunicación es el eje transversal presente en todos los procesos y su manejo estratégico, que parte desde el interior, establece la diferencia al velar por la reputación de la marca.

En la presente edición de la revista Imagen y Comunicación abordamos el tema.

Antes



Ahora



Después



Redes sociales



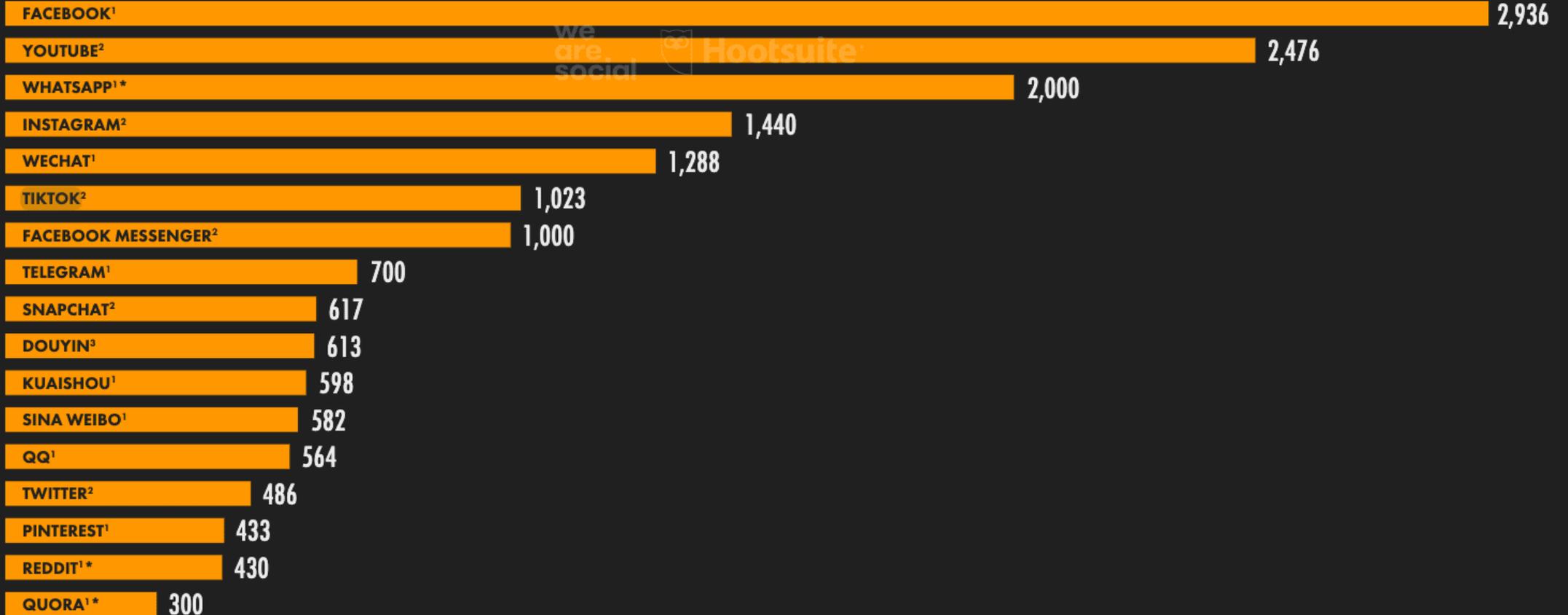
JUL
2022

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS)



GLOBAL OVERVIEW



Tendencias en la redes sociales



El contenido de video es el rey de las publicaciones



TikTok continuará dando la pauta sobre cómo hacer contenido para redes sociales



Las redes sociales se convierten en motores de búsqueda



El contenido creado por el usuario es el protagonista

Objetivos de las redes sociales



Nuestras acciones en redes sociales deben ayudarnos a generar confianza





- ▲ Una investigación Deloitte indicó que las organizaciones centradas en el cliente registran 60% más de ganancias.
- ▶ Un estudio de Motista mostró que los consumidores que tienen una conexión con la marca tienen un valor del tiempo de vida 306% más alto.
- ◀ Una encuesta de Zendesk indica que 75% de los consumidores están dispuestos a gastar más con empresas que ofrecen una excelente experiencia del cliente.

Buyer persona

Representación semi- ficticia de nuestro cliente actual o potencial



¿Dónde lo buscamos?

- Segmentación previa (elegimos el perfil representativo o ideal)
- Redes Sociales
- Cuestionarios
- De experiencia
- De Observación
- Estadísticas
- Base de datos
- Estudios de mercado
- Google Trends
- Google Analytics

Estilos de vida según Arellano



Austeros: Tienen un nivel educativo y un nivel socioeconómico bajo. Son relativamente más pobres que el promedio de los peruanos. Denominados supervivientes y que luchan a diario por conseguir recursos.

Sofisticados: Su nivel de ingreso e instrucción es alto. Son los peruanos más instruidos, muchos de ellos tienen carrera universitaria completa.

Progresistas: Sus niveles de ingreso son variados y su grado de instrucción es similar al promedio. Llamados también emprendedores.

Modernas: Sus niveles de ingreso son variados y no muy altos, con un nivel educativo similar al promedio. Buscan activamente aprender más.

Formalistas: Su nivel de ingreso es variado y su grado de instrucción es similar al promedio. Son cálidos y hogareños.

Conservadoras: Su nivel de ingreso es inferior al promedio poblacional. También son madres hogareñas y centradas en atender a sus familias.

Una buena segmentación atrae realmente a tu público objetivo



Ejercicio 1: Identificación del Buyer persona

Tiempo aprox: 15 minutos

Segmentación básica	Psicografía	Comportamiento	Beneficios buscados
Nombre del buyer:	Clase social:	Las redes sociales que utiliza:	Problemas específicos (del buyer):
Datos demográficos: Edad: Etapa de vida: Género: Origen étnico: Religión: Ingresos: Nivel de estudios: Tamaño de hogar:	Estilo de vida según Arellano: Personalidad:	Índices de uso: Muy frecuente bastante frecuente frecuente infrecuente nada frecuente Status de usuario con mi marca (es fan destacado de alguna cuenta) Lealtad de marca (las marcas que mas consume):	Percepción de marca: Necesidades cubiertas por el producto:

Ejemplo del ejercicio



JORGE, chato powr

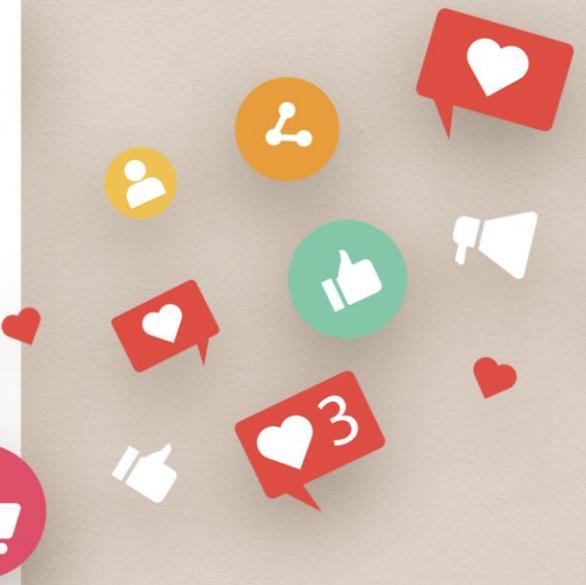
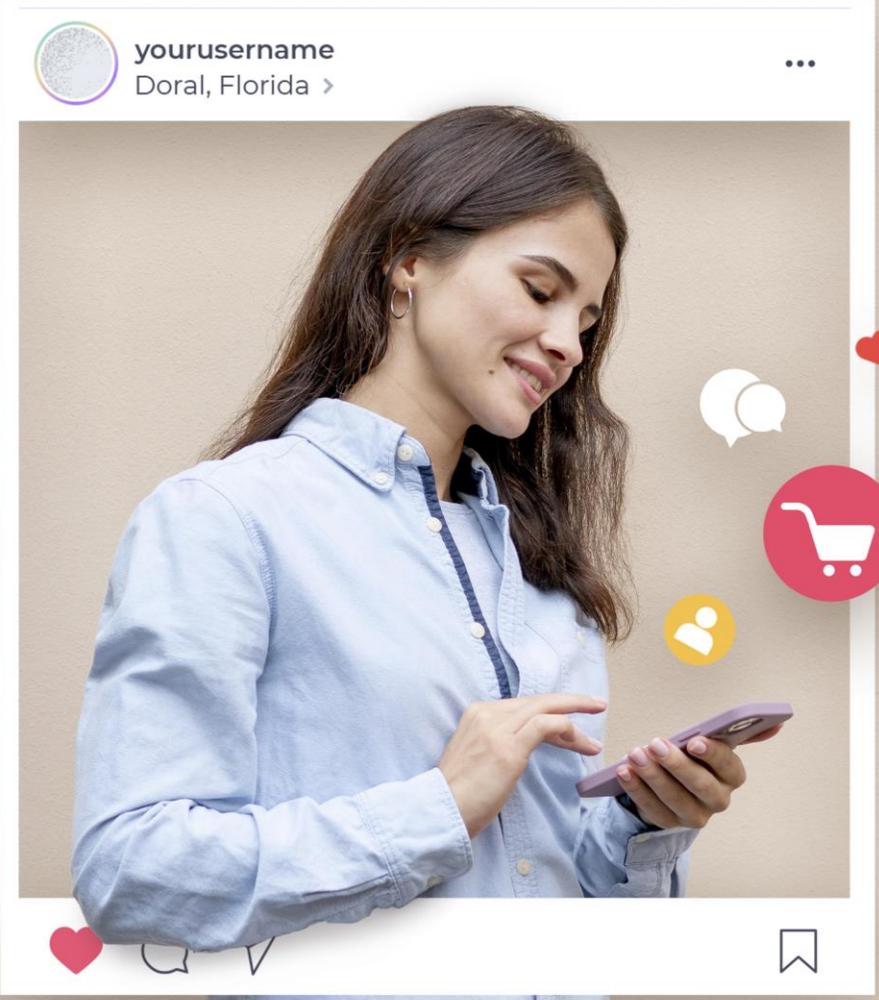
- Edad: 34 - Millennial
- Ocupación: Gerente Comercial
- Personalidad: Muy sociable, práctico para tomar decisiones pero exigente con los resultados.
- Nacimiento: Lima
- Estudios: Ingeniería Industrial
- Look: Al trabajo siempre va con ropa elegante ya que suele tener reuniones con altos mandos.
- Según clasificación Arellano: Sofisticado
- Redes sociales: Instagram, Facebook

Jorge tiene una personalidad magnética, te puede vender hasta una piedra y tiene un gran sentido del humor, además en el trabajo es muy pilas y sociable.

Le gusta vestir bien y llamar la atención de las chicas y la admiración de todos por lo que presume sus viajes y las fotos que se tomó en sus paseos.

Es ansioso e inquieto, siempre está moviéndose de un lado para el otro y le gusta estar preparado para todas las reuniones que tiene.

Es cazador de ofertas y se enorgullece de esto.



Formatos para comunicar

Tipos de contenido por formato



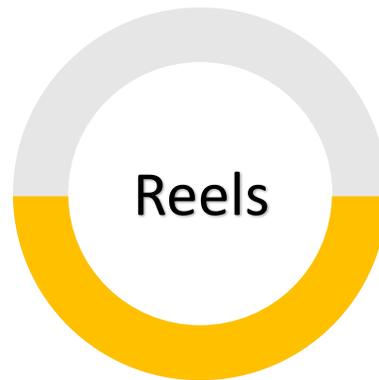
Contenido que muestra tus actividades y día a día



Mensajes directos para el público alcanzado



Favorecen al engagement
Uso público



Con contenido educativo o de valores sobre tu marca



La Inteligencia Artificial en nuestros contenidos

Herramientas IA y + Indispensables. 🤖🔥

Chat GPT **Freemium**



Investigación del sector, del cliente y de contenido.

Anthiago **Gratis**



Convierte videos de Youtube en texto. Varios idiomas.

Copy.ai **Freemium**



Producción de textos cortos y largos.

Dall-E **Freemium**



Creación de imágenes a partir de texto.

Beatoven.ai **Freemium**



Creador de música libre de derechos.

Predis.ai **Pagada**



Creador de post (texto + imagen) en varios formatos.

Renderforest **Freemium**

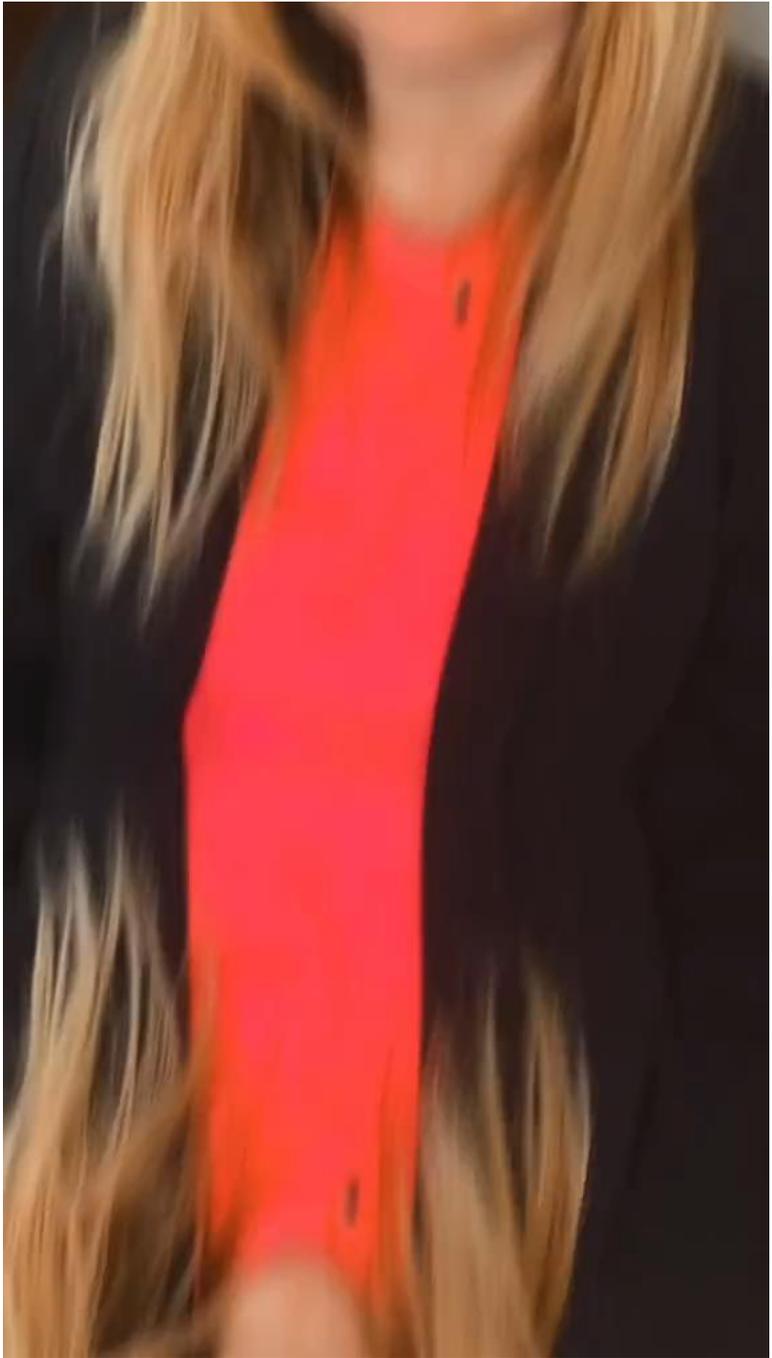


Creador de webs, video y presentación a partir de tu marca.

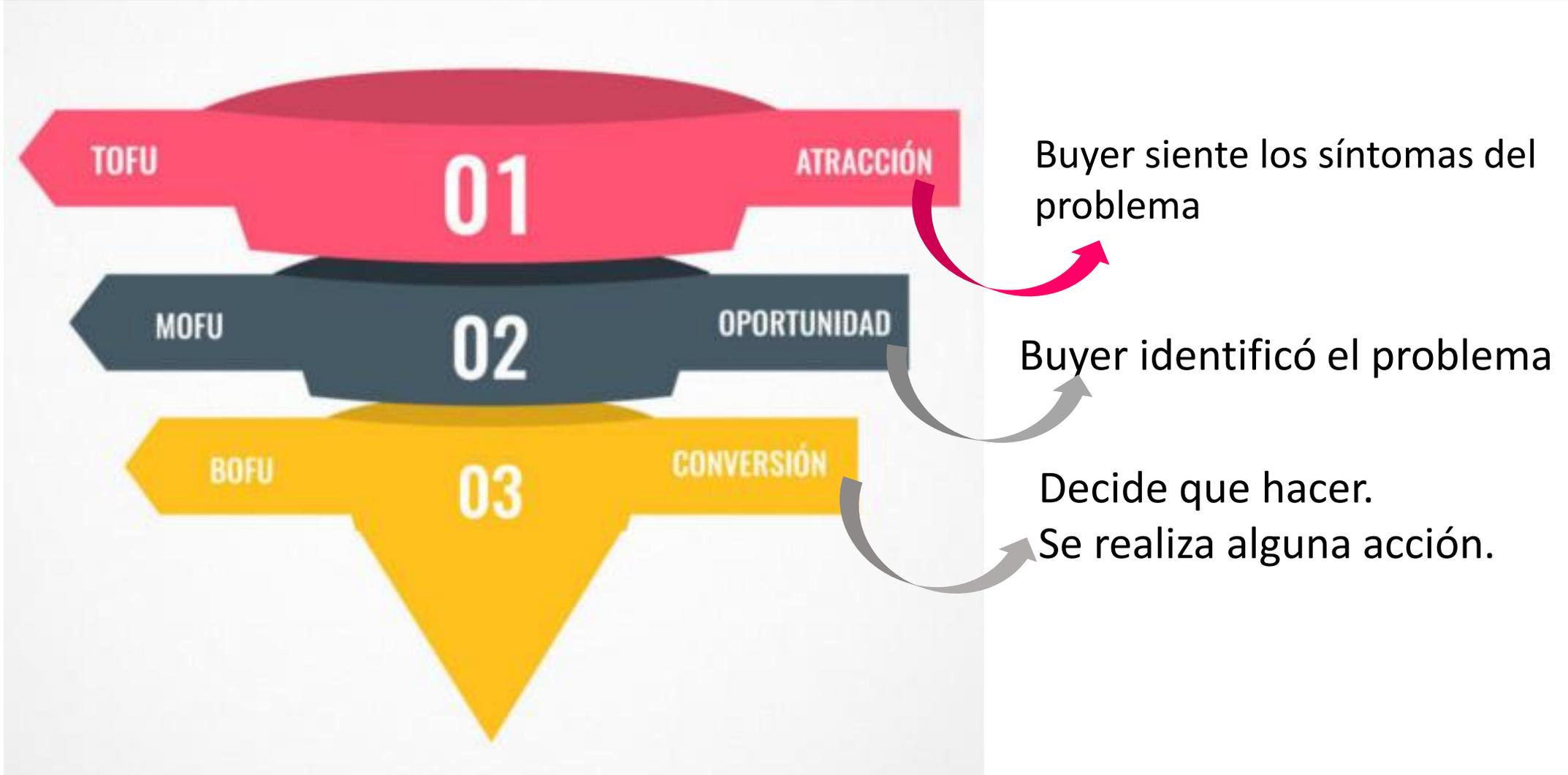
Transcriptor **Pagada**



Convertir podcast o audio a texto.



¿Qué estrategia debo utilizar?



¿Qué tipo de contenido debo crear?

Lluvia de ideas



- Tips
- Tutoriales
- Video / Gif
- Carrusel
- Beneficios
- Lo que no sabías
- Podcast
- Artículo
- Video Largo
- Imágenes
- Infografías
- Noticias
- Videos
- Guías /Tutoriales
- Revistas
- E – books
- Plantillas
- Juegos
- Webinars
- Frases
- Personajes
- Inspiradores
- Encuestas
- Comparaciones
- Transmisiones en vivo
- Storytime
- Videos cortos
- Trends cortos
- Casos de estudio
- Hacks
- Checklist
- Herramientas
- Recomendaciones
- Pdf descargable
- Memes

Líderes en las redes sociales

Los mas seguidos en LinkedIn





Mary Barra • 3er+

Chair and Chief Executive Officer at General Motors

2 meses • Editado •

+ Seguir ...

En **General Motors**, donde los vehículos eléctricos y autónomos están impulsando la transformación más emocionante que he visto durante mi carrera, nuestro **#values** principal guía cada decisión comercial que tomamos, cada dólar que invertimos y cada empleado que se une a nuestro equipo. Y me han ayudado a guiarme en cada paso del camino desde que comencé en GM como estudiante cooperativo. Nuestro negocio está cambiando, pero nuestros valores permanecen constantes: nuestra estrella polar tanto en tiempos buenos como difíciles. Y apoyan una cultura colectiva dentro de GM que se centra en el cliente y está comprometida con la seguridad y la calidad, la integridad, las diversas perspectivas, la innovación y la responsabilidad. La gente quiere ser parte de una empresa que se alinea con sus valores y está trabajando para cambiar el mundo. En GM, pueden.



3255

89 comentarios • 66 veces compartido

VEED.IO



 **Satya Nadella**  • 3er+
Chairman and CEO at Microsoft
7 meses • 

[+ Seguir](#) 

In the midst of historic constraints, people and organizations turned to digital technology in 2022 to do more with less. Here are some of their incredible stories.

[Valora esta traducción](#) • 

En medio de limitaciones históricas, las personas y las organizaciones recurrieron a la tecnología digital en 2022 para hacer más con menos. Estas son algunas de sus increíbles historias.



But for us, it can never be just about technology

   20.738

440 comentarios • 1470 veces compartido

Y después de la publicación ¿Qué hacemos?

➔ Gestión de respuestas automatizadas

Publicación de Academia Peruana de la Lengua

Academia Peruana de la Lengua
12 de julio a las 13:43 · 🌐

📌 Curso gratuito «Niveles Gramaticales y Normativa del Español».
Inscripciones aquí: <https://forms.gle/naTNxzs28C4t5GCW6>



441 Me gusta 36 comentarios 139 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir Más relevantes ▼

Fan destacado
Alex Martín Bonilla Jarquín
Hola puede participar alguien fuera de Perú?
Me gusta Responder 4 d

Autor
Academia Peruana de la Lengua
Alex Martín Bonilla Jarquín Le respondimos por interno, muchas gracias por su comunicación.
Me gusta Responder 4 d

Bandeja de entrada > Automatizaciones + Crear automatización

Automatizaciones
Configura automatizaciones que administren tus conversaciones y optimicen los flujos de trabajo, y dedica más tiempo exclusivamente a tu negocio.

Sugerencias para ti ^

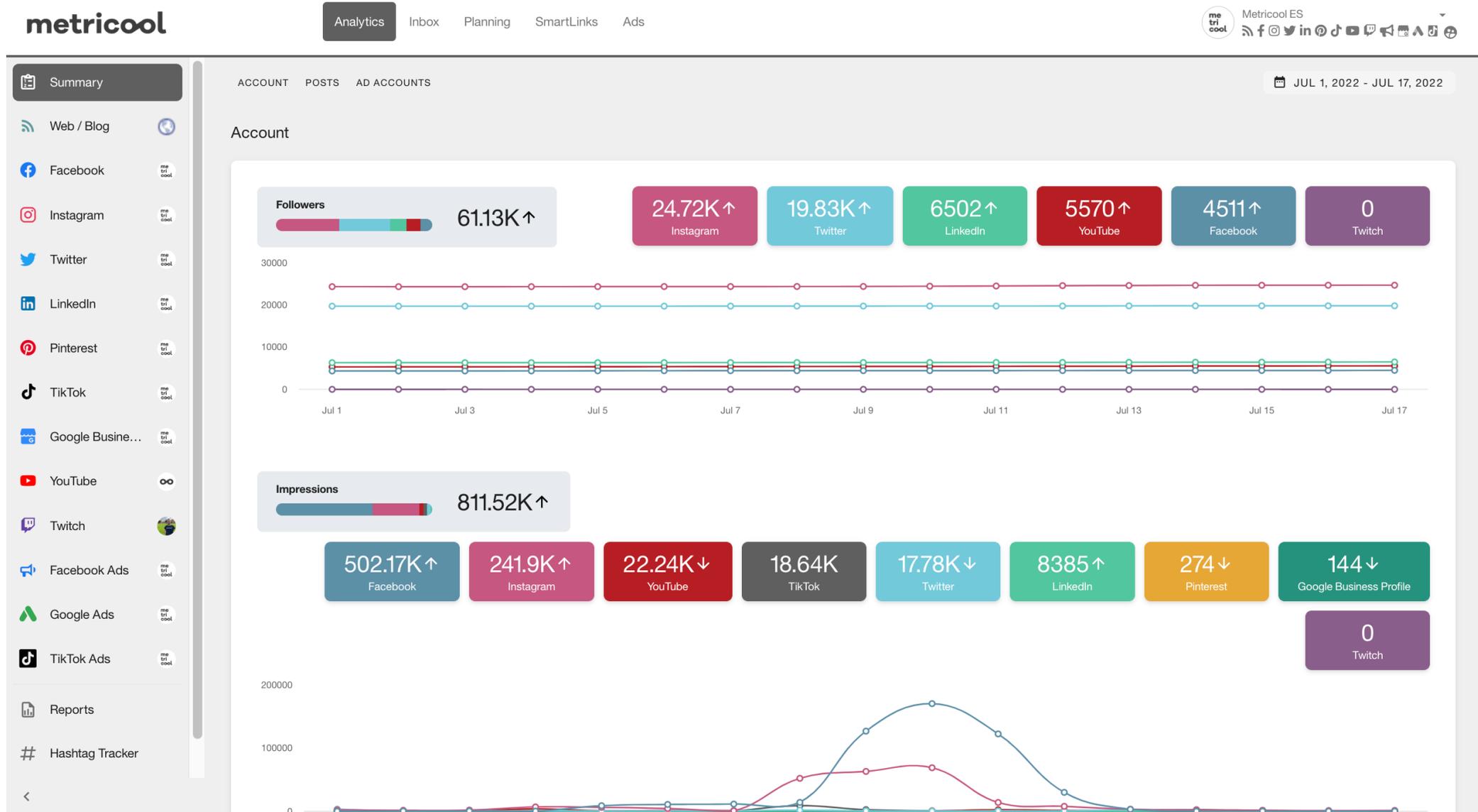
- **Identificar mensajes sin responder**
Busca los mensajes que no recibieron una respuesta.
Organizar mensajes
Probar
- **Palabras clave personalizadas**
Responde los mensajes que contengan palabras clave específicas.
Compartir información
Probar
- **Página recomendada**
Envía un mensaje cuando alguien recomiende tu página.
Seguir
Probar
- **Página no recomendada**
Envía un mensaje cuando alguien no recomiende tu página.
Seguir
Probar
- **Solicitud de empleo recibida**
Envía un mensaje de confirmación cuando recibas una solicitud de empleo.
Enviar confirmación
Probar

Tus automatizaciones

🔍 Buscar por nombre u objetivo



Analizamos las métricas de alcance de nuestras publicaciones





Muchas gracias

Jhoselyn Pfuño
jpfuno@lzcperu.com