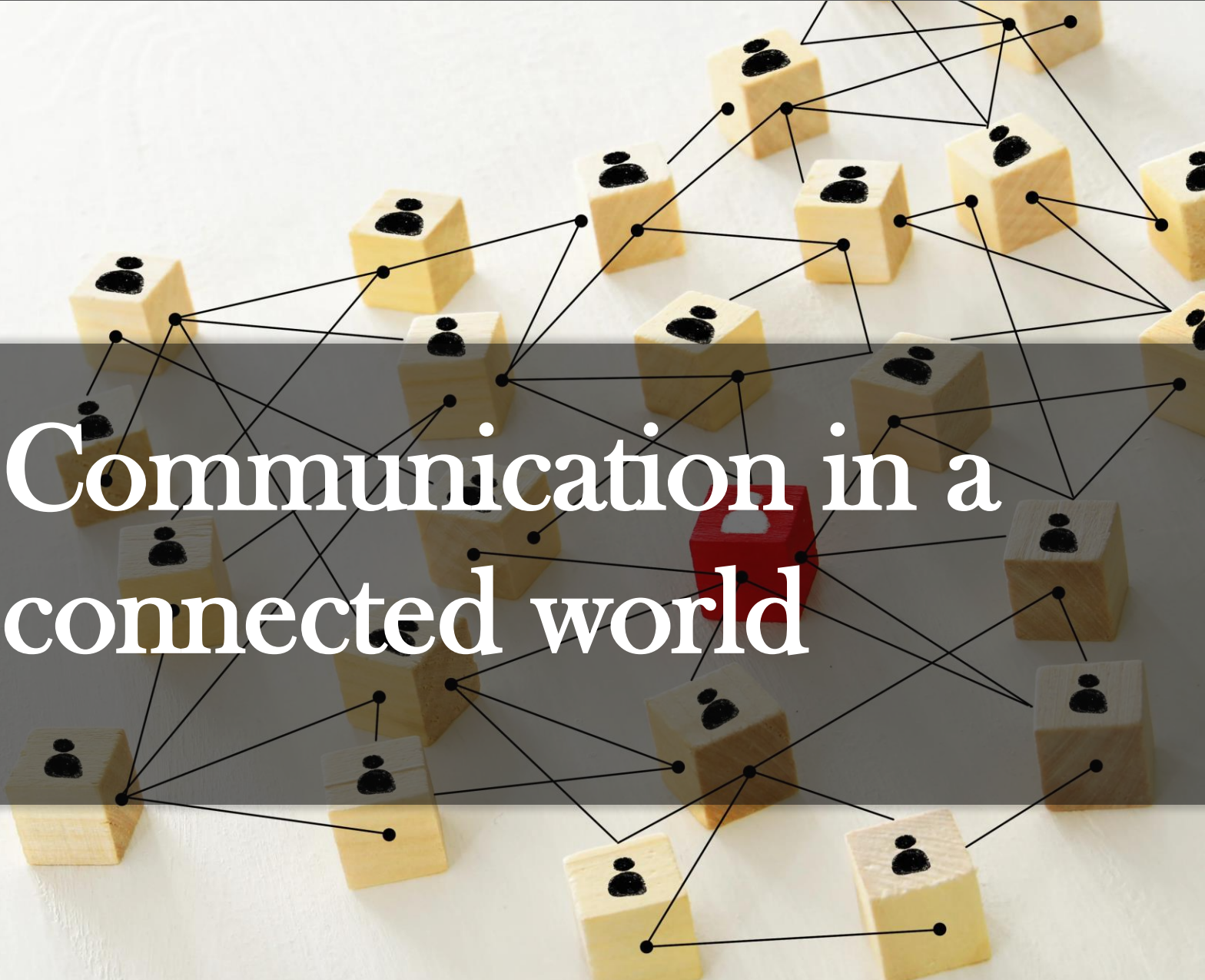




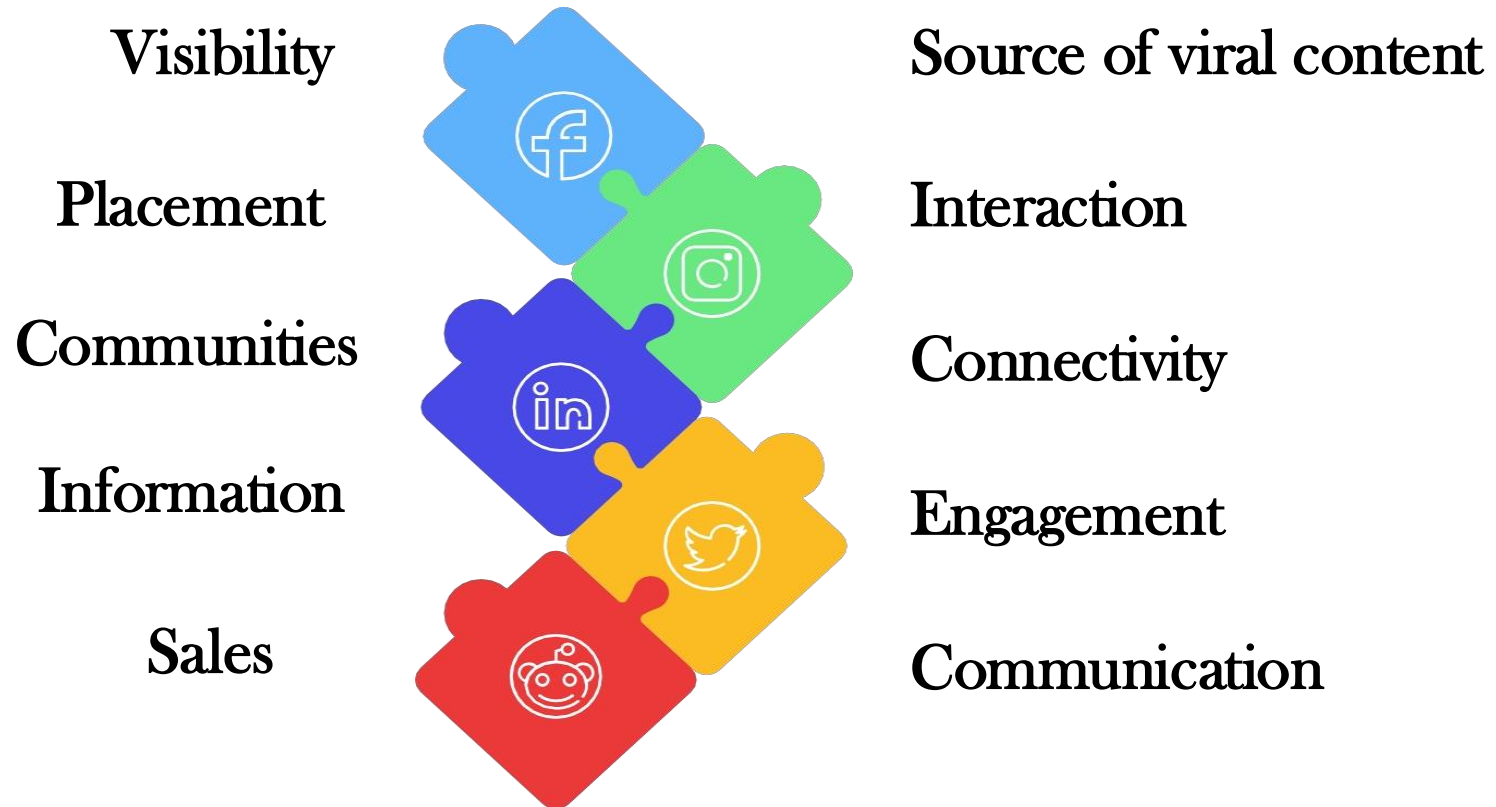
STRATEGIC ADVOCACY AND EFFECTIVE COMMUNICATION

IN  
THE  
NEW  
SCENARIO

A network of wooden blocks, each with a black human icon, connected by black lines. The blocks are arranged on a white surface. One block in the center is red, while the others are light-colored wood. The text "Communication in a connected world" is overlaid on the image in a white serif font.

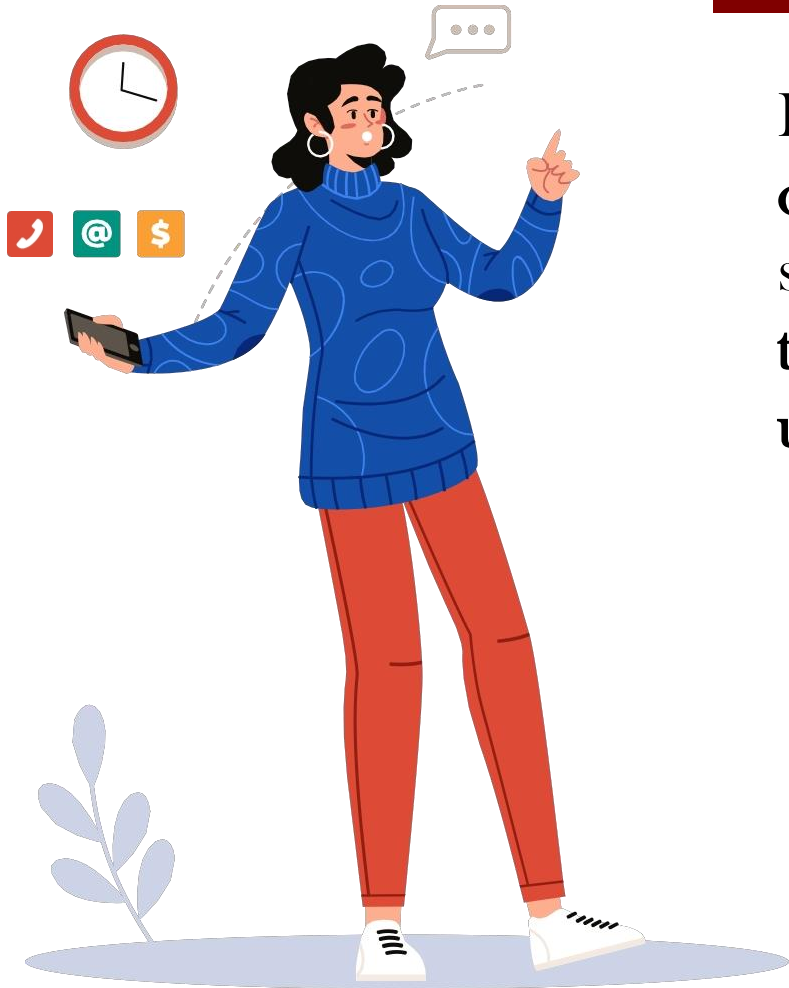
# Communication in a connected world

# Internet presence





# Digital Communication



Exchange of messages of value (IT, entertainment or sales) to consumers, customers, partners and society in general by making use of available digital tools in order to achieve connection and trust with users.

# Tools of the digital ecosystem

---



# Website

## Digital Strategy

- Design freedom
- Space to work on reputation and credibility
- Space for your philosophy and purpose



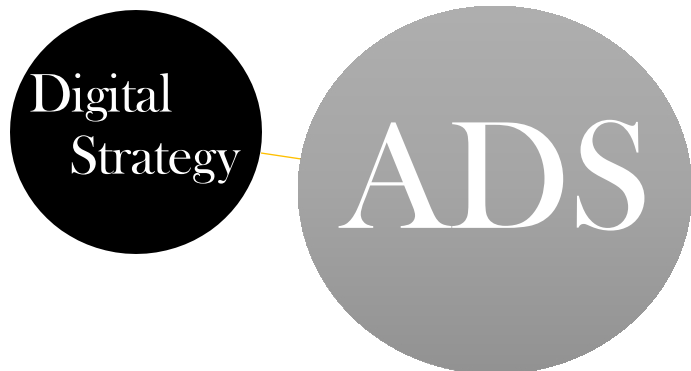


- A set of techniques applied to the website to optimise its ranking in search engines.
- Long-term projection, higher quality, greater effort, lower costs over time.



A screenshot of a Google search results page for the query 'andi colombia'. The search bar at the top shows the query and a magnifying glass icon. Below the search bar are tabs for 'Todo', 'Noticias', 'Imágenes', 'Videos', 'Maps', and 'Más'. The 'Noticias' tab is selected. The results show 'Cerca de 863 resultados (0.18 segundos)'. The first result is from Infobae, titled '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"', with a subtext 'Bruce Mac Master cree que el proyecto debe ser moderna, completa, y bien hecha para que pueda generar empleo.' and a date 'hace 2 semanas'. The second result is from ANDI - Noticias, titled 'Noticias', with a subtext 'En estos 15 años, la iniciativa Luzca Bien, Siéntase mejor, ha atendido a 24.100 pacientes en 90 hospitales de 14 ciudades del país.' and a date 'hace 1 semana'. The third result is from El País, titled 'La ANDI y el Gobierno coinciden: la escasez de medicamentos se ha sobredimensionado', with a subtext 'Una paciente muestra las últimas pastillas que tenía de Duloxetine, un antidepresivo.' Each result has a small thumbnail image to its right.





➤ Google Ads Campaigns

➤ It has a clear objective: to capture leads

Google

curso de economía circular

Noticias Imágenes Videos Gratis Shopping Libros Maps Vuelos Finance

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 1° 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!

Digital  
Strategy

E-mail

- Segmentation of the database
- Downloadable content
- Content strategy
  - Newsletters
  - Promotional campaigns
  - Lead nurturing emails
  - RRSS Emails

**mdtech**  
Soluciona. No intoxica.

972 094 240

**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.

**COMPRA ONLINE 24 HORAS**  
ENVÍOS A NIVEL NACIONAL

**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.

**mdtech**  
Soluciona. No intoxica.

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](#) [Twéstalo](#) [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 recomiéndanos!

[Ayúdanos a mejorar esta newsletter con tu opinión](#)

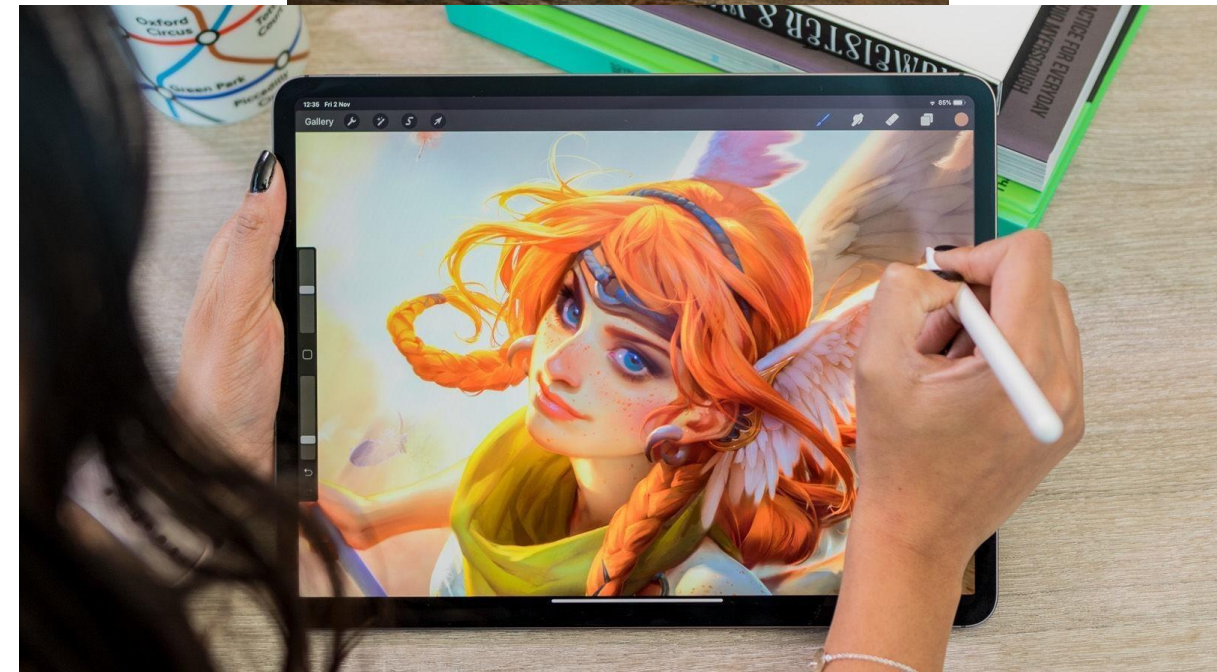
Leading  
by reputation.

[Visítanos](#) [in](#)

Digital  
Strategy

Mobile

- It is the dissemination of your brand on social networks, emails, SMS messages, apps and others.
- Better interaction with the target audience is achieved





# Tools of the digital ecosystem

---



# WHAT IS HAPPENING NOWADAYS?





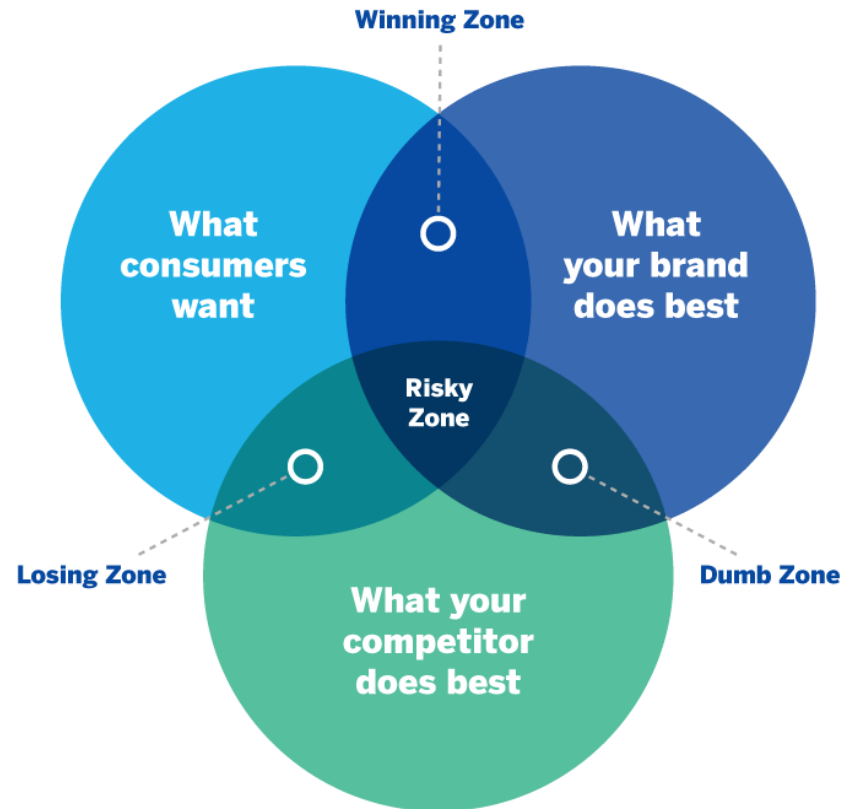
# Our brand positioning has changed

---

qualtrics.<sup>xm</sup>

## Brand Positioning

The winning space must be unique to competitors, motivating to consumers and ownable for the brand



# From online to 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.

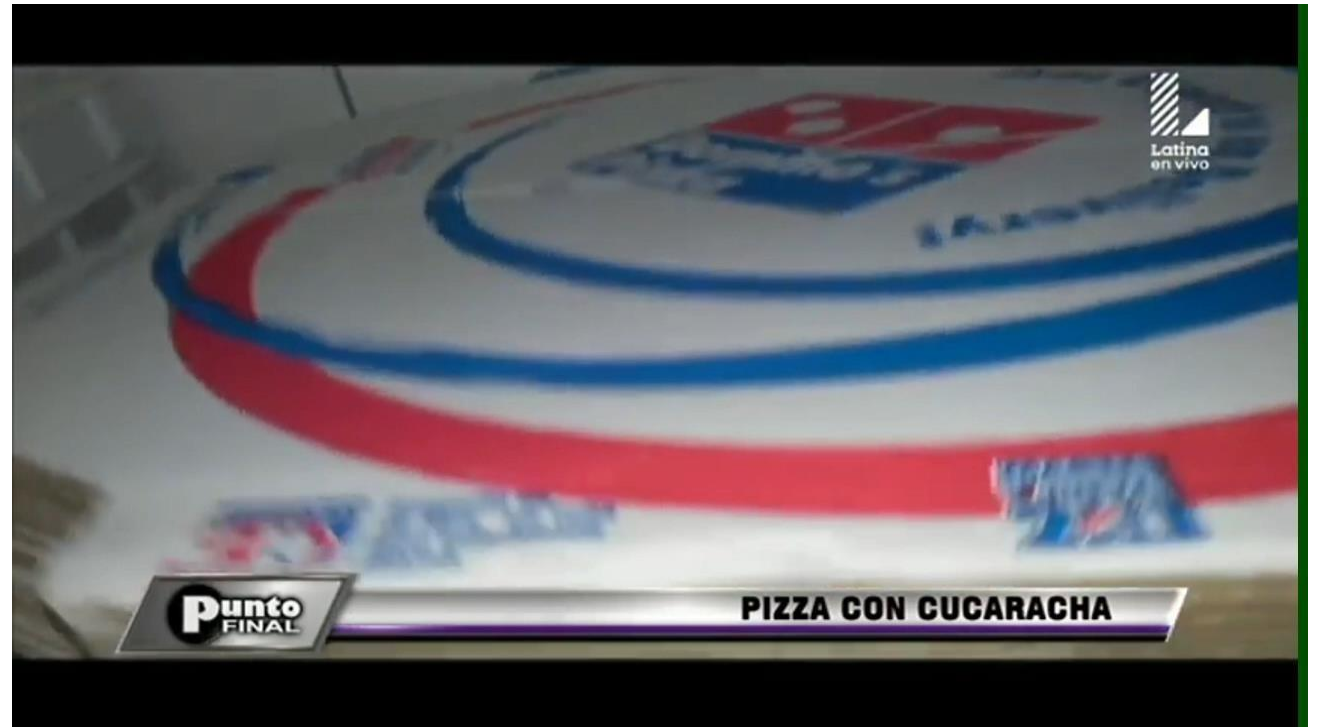
Me comuniqué con la cadena de pizzas que la única solución que me planteó fue enviarme otra "de cortesía" y con un tono acusador agregó: "que raro que haya encontrado una".

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

Revista Oficial del 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

Crímen que afecta la Imagen  
de la presidenta de Argentina  
El caso del fiscal Niemán

Nº 62  
Febrero  
2015

## 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 "destinar responsabilidades". De esta manera, por escrito, transmiten la casi nula credibilidad hacia el cliente, sin pensar que el mensaje que emitían 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, admite 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 Bolofía, 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 Bolofía 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.

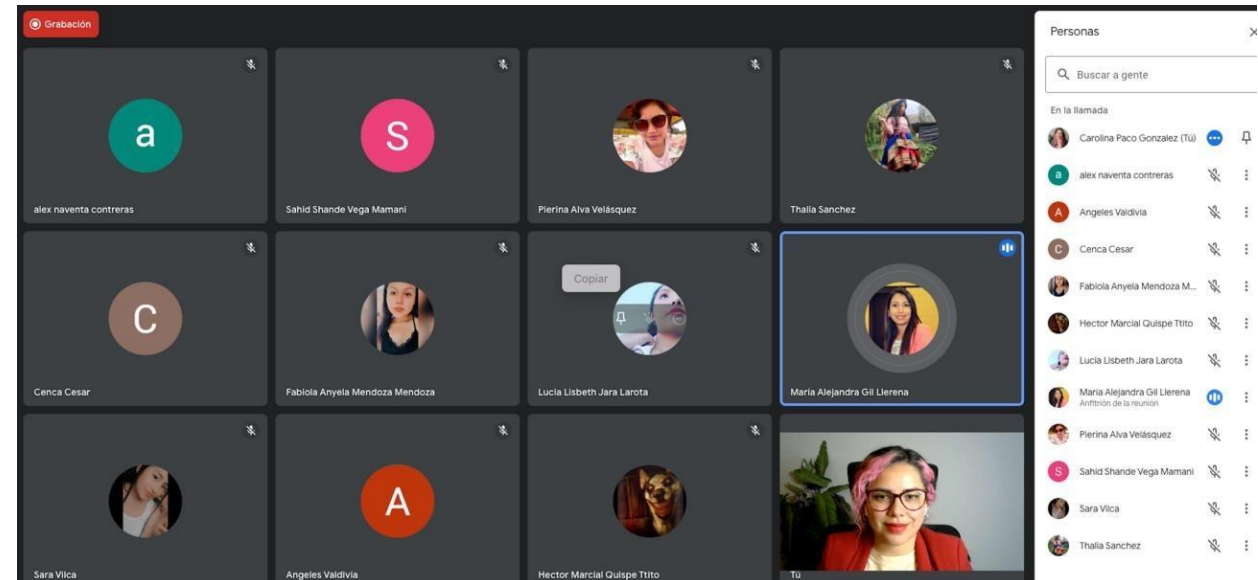
En la presente edición de la revista Imagen y Comunicación abordamos el tema.



# Before



# Now



# Then





# Social networks



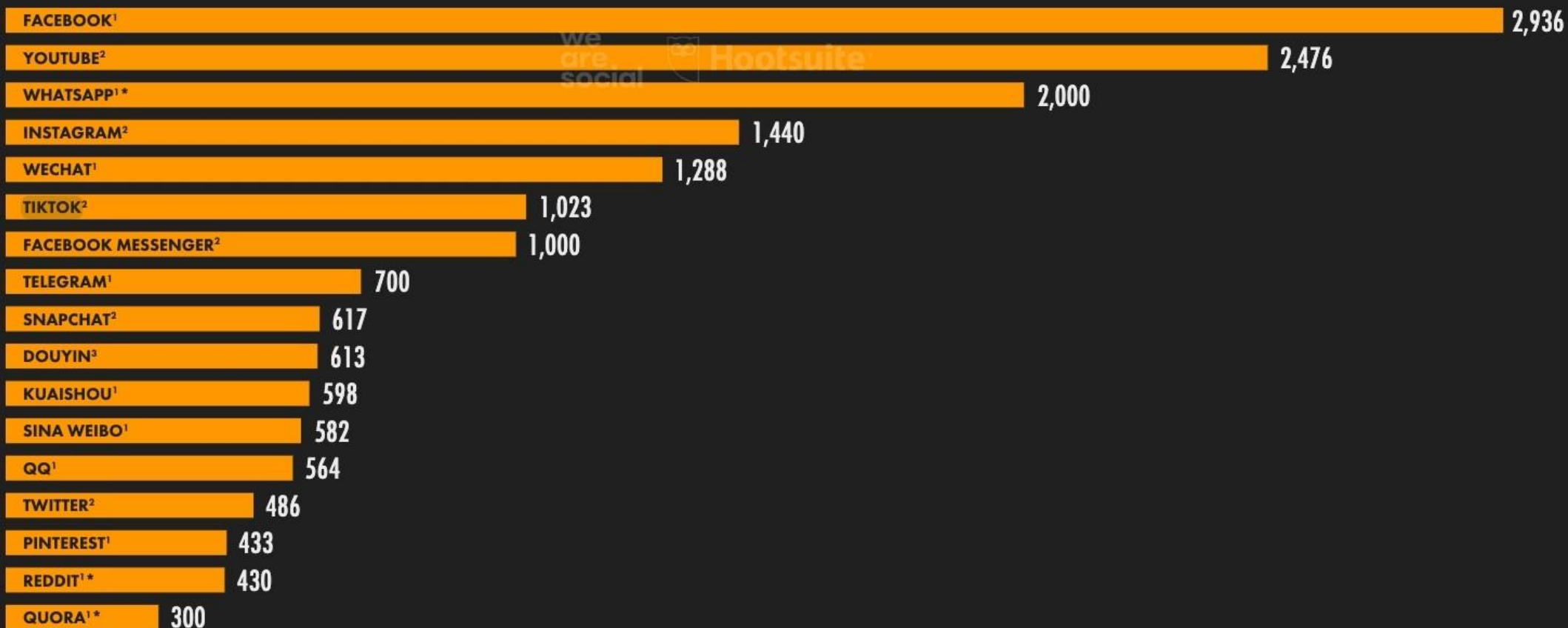
JUL  
2022

# THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

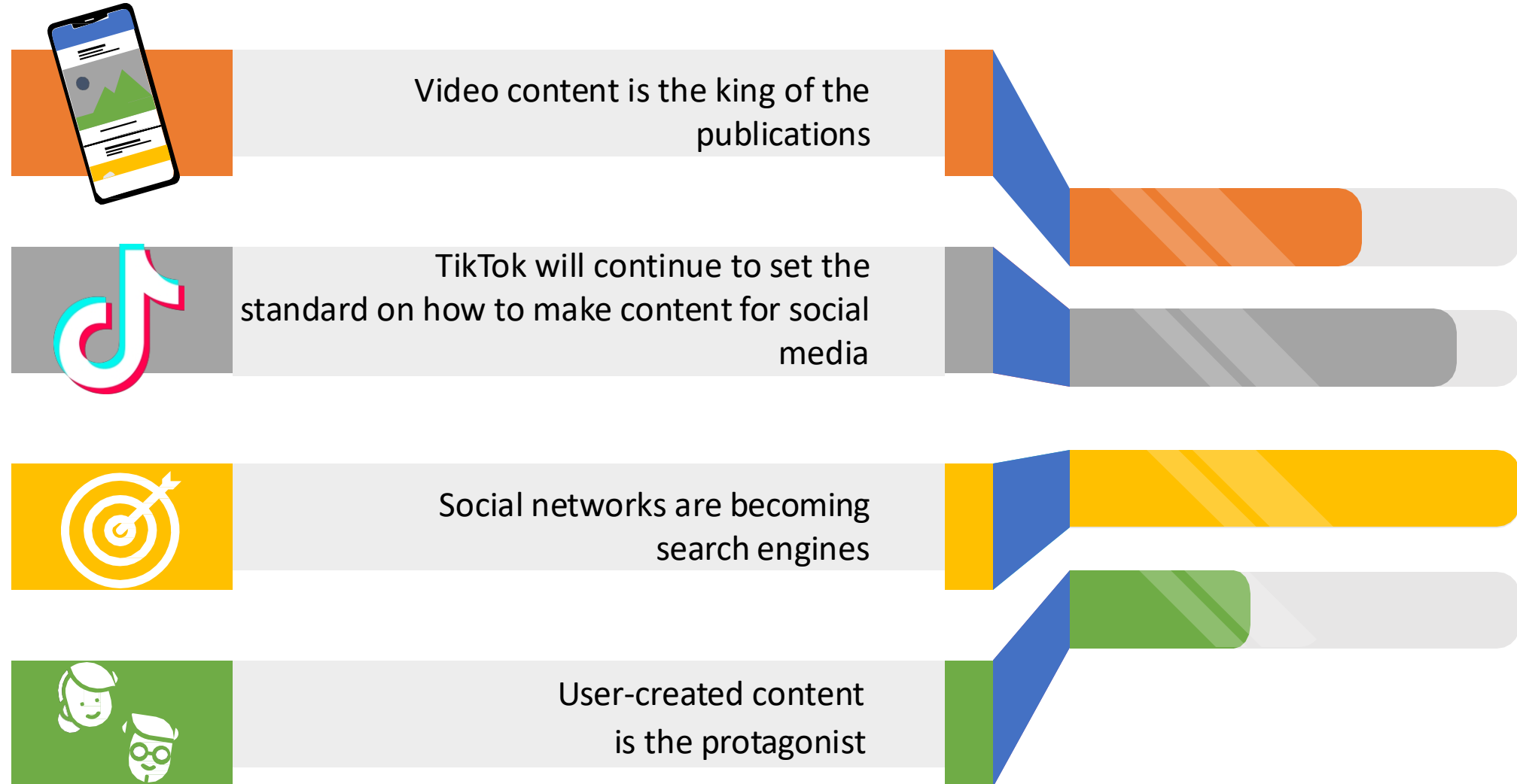
RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS)



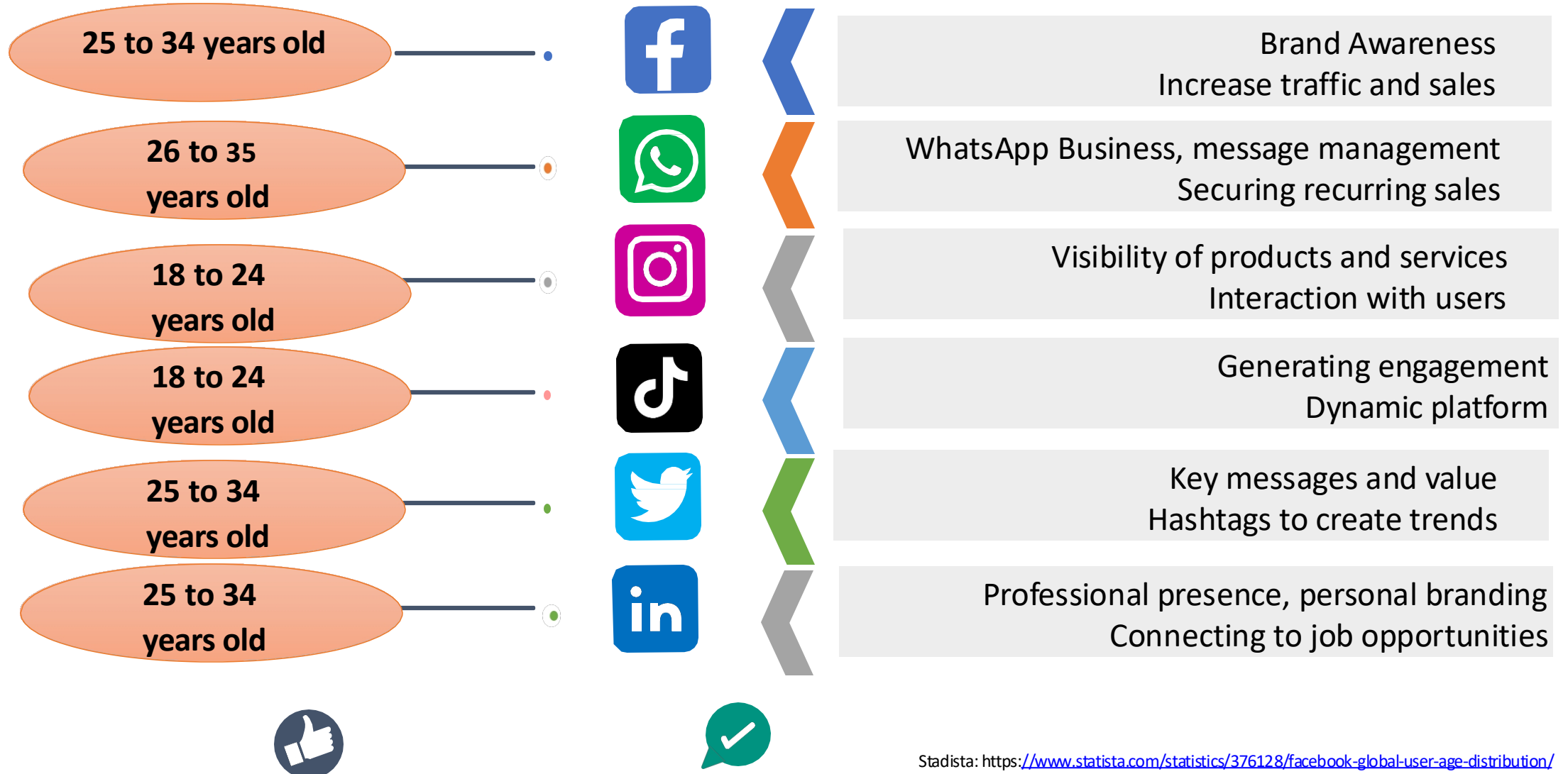
GLOBAL OVERVIEW



# Trends in social media



# Objectives of social networks





Our actions in  
social networks  
should help us  
build trust





➤ Deloitte research has indicated that organisations customer-focused companies record 60% higher profits.

➤ A Motista study showed that consumers who have a connection to the brand have a 306% higher lifetime value.

➤ A Zendesk survey indicates that 75% of consumers are willing to spend more with companies that offer an excellent customer experience.



# Buyer persona

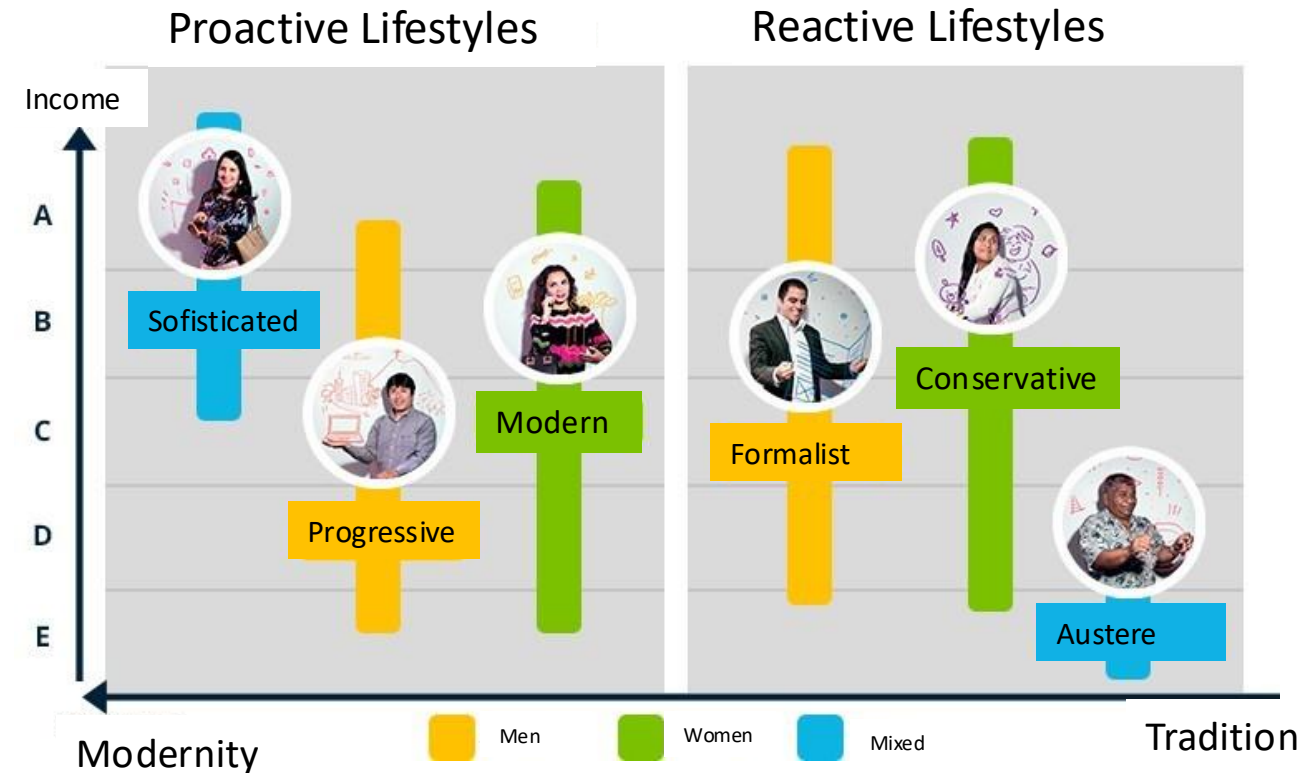
Semi-fictional representation of our actual or potential customer



## Where do we look for it?

- Pre-segmentation (we choose the representative or ideal profile)
- Social Networking
- Questionnaires
- From experience
- Observation
- Statistics
- Database
- Market research
- Google Trends
- Google Analytics

# Lifestyles according to Arellano



**Austere:** They have a low level of education and low socio-economic status. They are relatively poorer than the average. They are called survivors and struggle daily to obtain resources.

**Sophisticated:** Their level of income and education is high. They are the most educated ones, many of them with a full university degree.

**Progressive:** Their income levels are varied and their level of education is similar to the average. Also known as entrepreneurs.

**Modern:** Their income levels are varied and not very high, with a similar level of education to the average. They actively seek to learn more.

**Formalist:** Their income level is varied and their level of education is similar to the average. They are warm and homely.

**Conservative:** Their income level is lower than the population average. They are also stay-at-home mothers and focused on caring for their families.

Good segmentation really attracts your target audience.

---



# Exercise 1: Identifying the Buyer persona

Approx. time: 15 minutes

Basic segmentation	Psychography	Behaviour	Benefits sought
Name of the buyer:	Social class:	The social networks you use:	Specific problems (buyer's):
Demographic data: Age: Life stage: Gender: Ethnicity: Religion: Income: Level of education: Household size:	Lifestyle according to Arellano:	Usage rates: Very frequent fairly frequent frequent infrequent infrequent not common	Brand perception:
	Personality:	User status with my brand (is a featured fan of an account)	Needs covered by the product:
		Brand loyalty (the brands which consumes the most):	



# Example of the exercise



## **JORGE, chato power**

Age: 34 - Millennial

- Occupation: Business Manager
- Personality: Very sociable, practical in decision making but demanding with results.

From: Lima

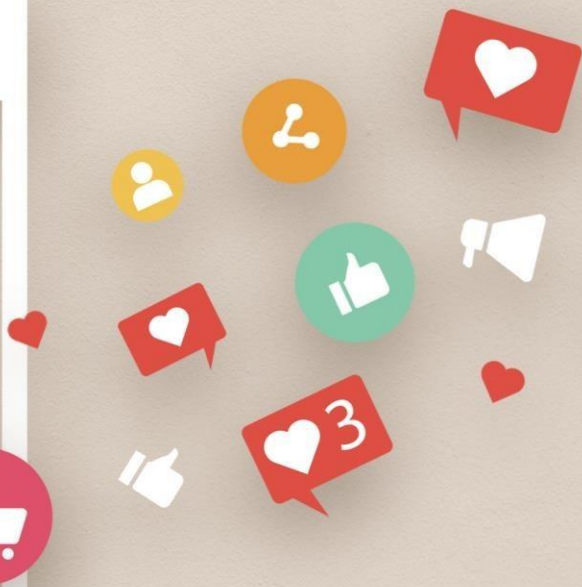
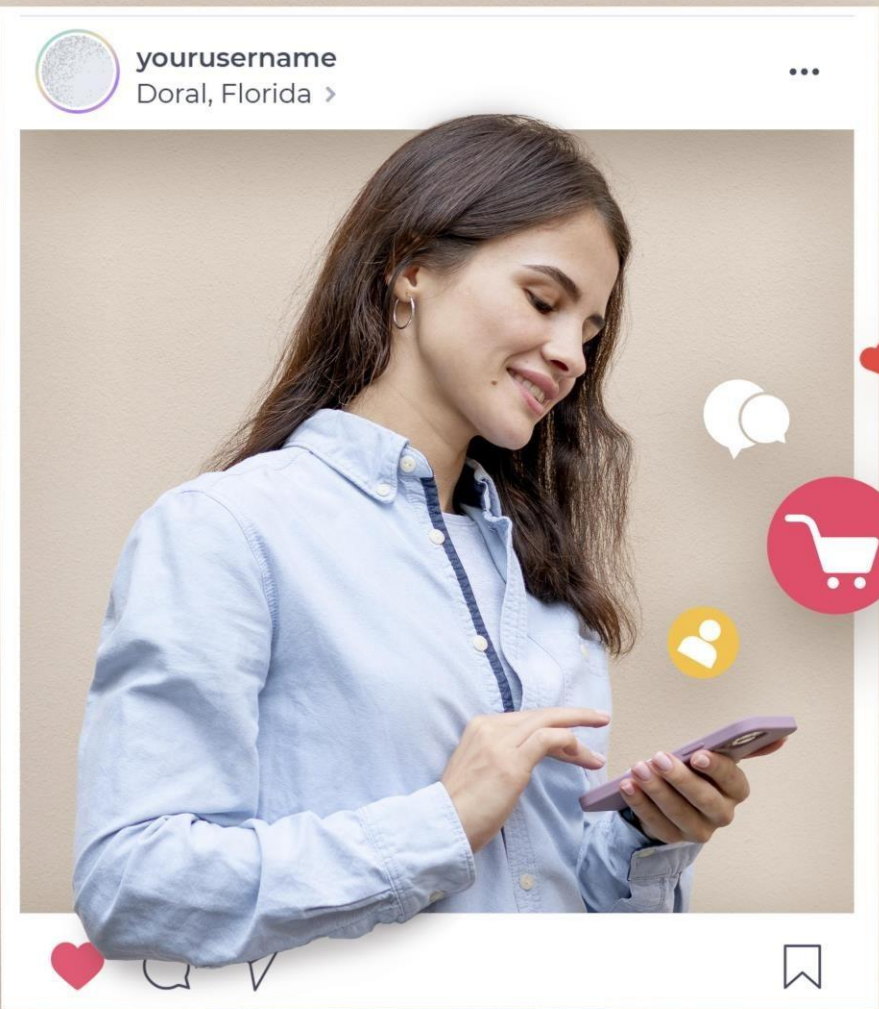
Studies: Industrial Engineering

Look: He always wears elegant clothes to work as he usually has meetings with high with top management.

According to Arellano classification: Sophisticated

Social networks: Instagram. Facebook

Jorge has a magnetic personality, he can sell you everything and has a great sense of humour. He is also very sociable and sociable at work. He likes to dress well and attract the attention of girls and the admiration of everyone, so he shows off his trips and the photos he has taken on his walks. He is anxious and restless, always moving from one place to another and likes to be prepared for all the meetings he has. He is a bargain hunter and takes pride in this.



# Communication formats






# Types of content by format







# Artificial Intelligence in our content

## FREE AI TOOLS EVERYONE SHOULD TRY



AI TOOL	ROLE
 ChatGPT	Chatbot Assistant for queries
 Grammarly	Proofreader
 copy.ai	Content Generator
 Otter.ai	Note-taker
 Mem	Workspace Organiser

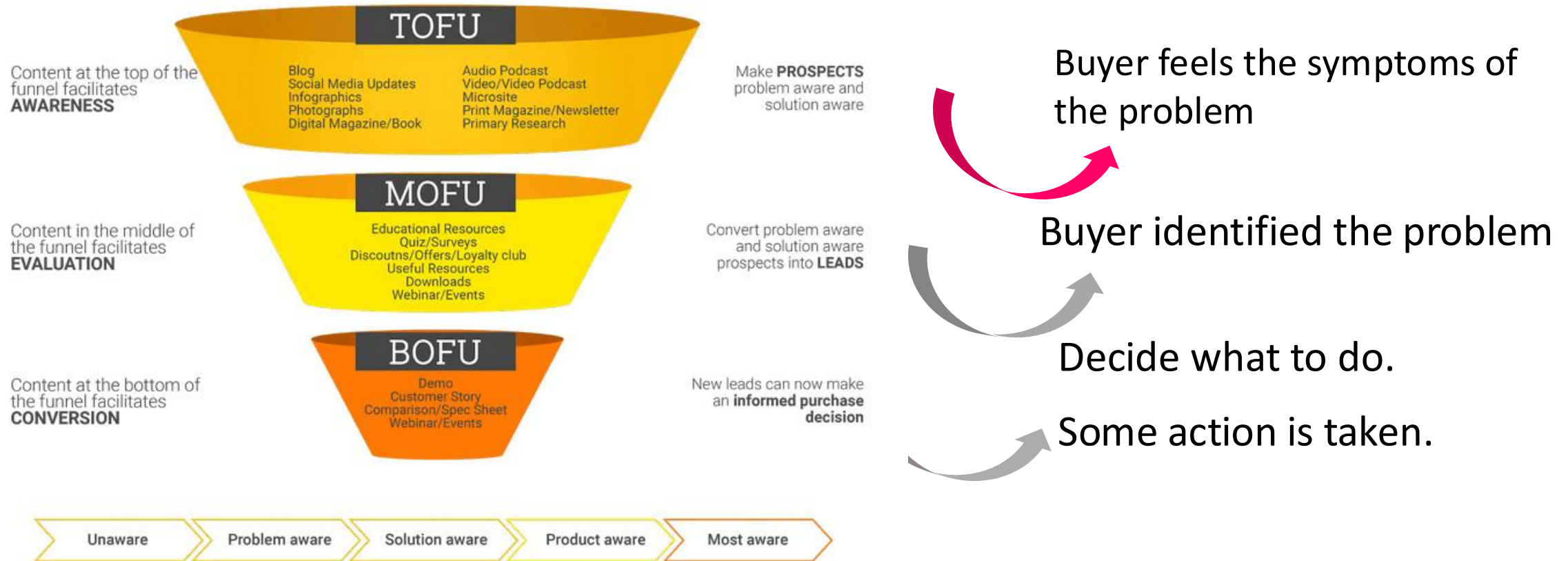
AI TOOL	ROLE
 Trevor	Personal Secretary
 tome	Presentation Maker
 Rationale	Decision Maker
 Excel Formula Bot	Excel Formulas

*find out about these useful AI tools and more!*





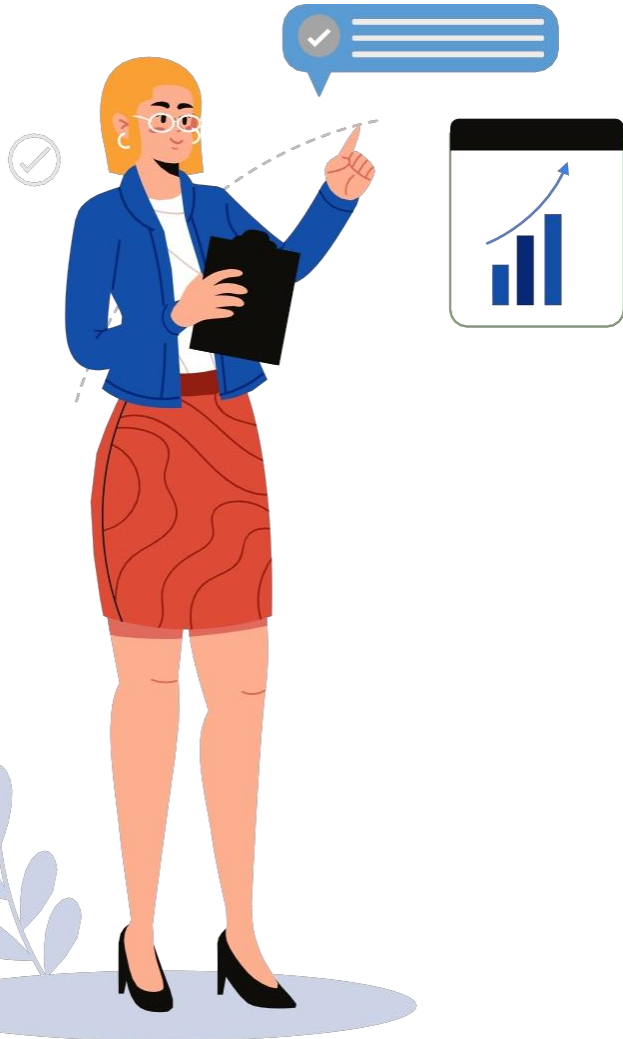
# What strategy should I use?



# What kind of content should I create?

## Brainstorming

- Tips
- Videos
- Live broadcasts
- Tutorials
- Guides
- Video / Gif
- Carousel
- Magazines
- E-books
- Storytime
- Short videos
- Benefits
- Templates
- What you didn't know
- Games
- Short trends
- Case studies
- Podcast
- Article
- Webinars
- Phrases
- Hacks
- Checklist
- Long Video
- Images
- Inspirational Characters
- Tools
- Infographics
- News
- Surveys
- Recommendations
- Downloadable Pdf
- Comparisons
- Memes



# Leaders in social media




## Most followed on LinkedIn

TOP 20 MOST FOLLOWED ON  2022

	INFLUENCER NAME	NO OF FOLLOWERS	COUNTRY
1.	Bill Gates	35.9 Million +	USA
2.	Richard Branson	19.7 Million +	UK
3.	Jeff Weiner	10.7 Million +	USA
4.	Arianna Huffington	10.15 Million +	USA
5.	Satya Nadella	10.06 Million +	USA
6.	Mark Cuban	7.57 Million +	USA
7.	Tony Robbins	7.24 Million +	USA
8.	Melinda Gates	7.18 Million +	USA
9.	Jack Welch	7.15 Million +	USA
10.	Simon Sinek	6.31 Million +	USA
11.	Deepak Chopra MD	5.81 Million +	USA
12.	Daniel Goleman	5.70 Million +	USA
13.	Justin Trudeau	5.43 Million +	CAN
14.	Gary Vaynerchuk	5.26 Million +	USA
15.	Adam Grant	4.87 Million +	USA
16.	Brigitte Hyacinth	4.34 Million +	TTO
17.	Anthony J James	4.03 Million +	AUS
18.	Narendra Modi	3.81 Million +	IND
19.	Ian Bremmer	3.79 Million +	USA
20.	Brene Brown	3.73 Million +	USA







**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.



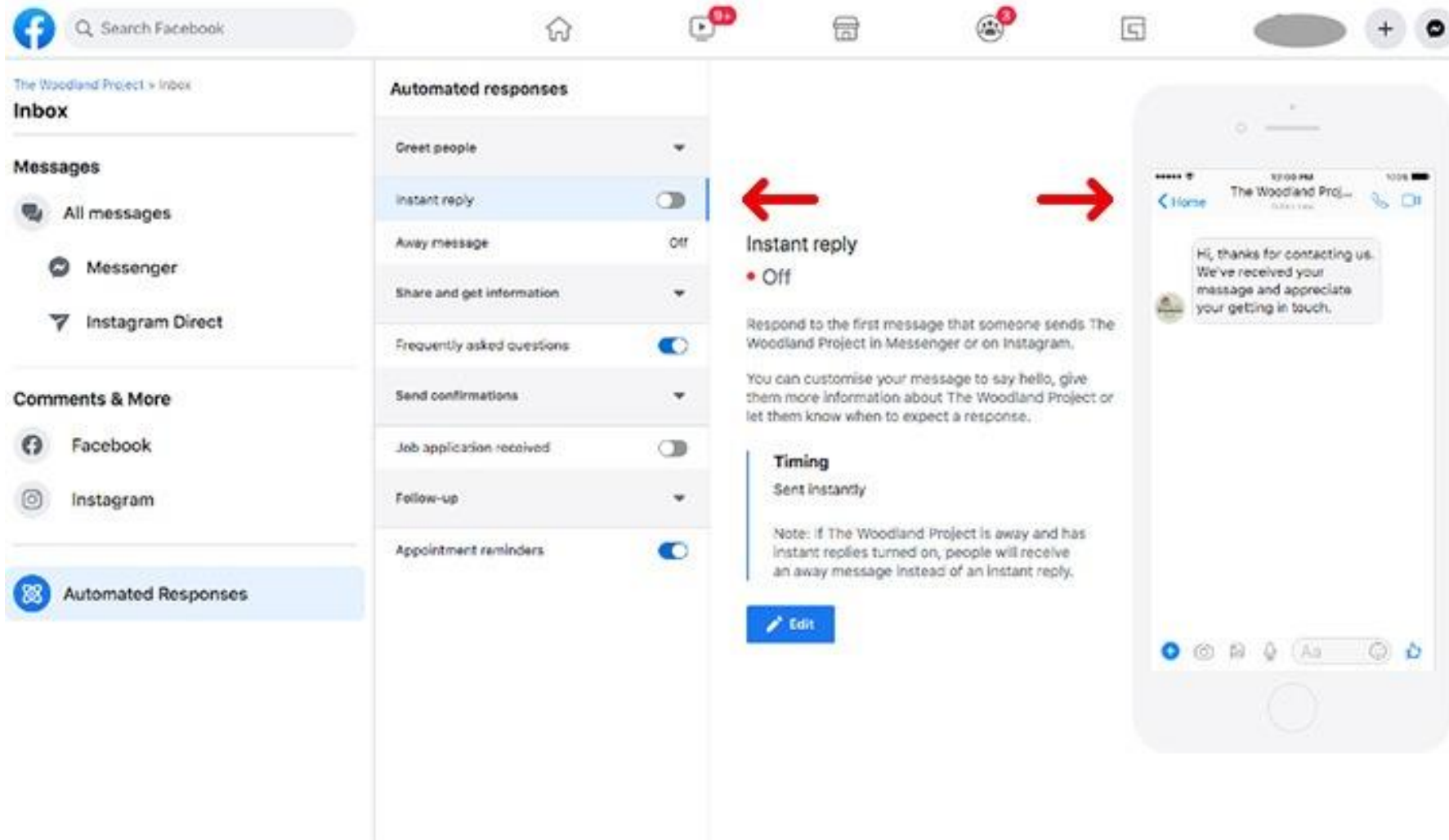
But for us, it can never be just about technology

   20,738

440 comentarios • 1470 veces compartido

# And after publication, what do we do?

## ➡ Automated response management



The screenshot shows the Facebook Business interface for 'The Woodland Project'. The left sidebar contains navigation links: 'Inbox', 'Messages' (with sub-links for 'All messages', 'Messenger', and 'Instagram Direct'), 'Comments & More' (with links for 'Facebook' and 'Instagram'), and 'Automated Responses' (highlighted). The main content area is titled 'Automated responses' and lists several settings: 'Greet people' (dropdown), 'Instant reply' (toggle, currently off), 'Away message' (Off), 'Share and get information' (dropdown), 'Frequently asked questions' (toggle, currently on), 'Send confirmations' (dropdown), 'Job application received' (toggle, currently off), 'Follow-up' (dropdown), and 'Appointment reminders' (toggle, currently on). The 'Instant reply' section is expanded, showing a description: 'Respond to the first message that someone sends The Woodland Project in Messenger or on Instagram. You can customise your message to say hello, give them more information about The Woodland Project or let them know when to expect a response.' Below this, the 'Timing' is set to 'Sent instantly', with a note: 'Note: If The Woodland Project is away and has instant replies turned on, people will receive an away message instead of an instant reply.' An 'Edit' button is at the bottom of this section. A red arrow points from the 'Instant reply' toggle to the expanded section, and another red arrow points from the expanded section to a smartphone mockup on the right. The smartphone screen displays a message from 'The Woodland Project' with the text: 'Hi, thanks for contacting us. We've received your message and appreciate your getting in touch.'

Meta for Business



# We analyse our publications' reach metrics







Thank you very much

Jhoselyn Pfuño  
[jpfuno@lzcperu.com](mailto:jpfuno@lzcperu.com)