

## CAPÍTULO 15

Se corresponde con el “Para poner en práctica” de la página 476

### **ZETA CONTENIDOS      Elementos de la política de comunicación**

ZetaContenidos es una empresa de reciente creación que desarrolla su actividad en el sector de la economía digital. La política de comunicación de ZetaContenidos la dirige Miguel Barrios, profesional del mundo de la comunicación con una amplia experiencia en grandes empresas. Por ello deberá ajustar un tanto su propia experiencia a lo que le demanda ZetaContenidos, tanto por ser una empresa mediana, como por desarrollar su actividad en el sector de la economía digital.

El mandato que le ha dado el presidente de Zeta Contenidos a Miguel Barrios es que en un plazo de dos meses le presente un plan de comunicación para que lo analice la Comisión Directiva. Transcurridos los dos meses Miguel presenta un plan de comunicación articulado en las tres fases siguientes:

Fase uno: Establecimiento de los objetivos estratégicos de comunicación, definición de un mapa de clientes objetivo o grupos de interés, desarrollo de mensajes

Fase Dos: Establecimiento de la agenda de comunicación. Creación de un equipo multidisciplinario (mercadotecnia, relaciones públicas, asuntos públicos y medios digitales) con poder de decisión en temas de comunicaciones. La agenda de comunicación contiene lo que se quiere informar tanto al interior como exterior de la empresa, el mix de medios, los mensajes, los voceros adecuados para atender las demandas de información y los lineamientos para el desarrollo de las acciones previstas.

Fase Tres: Practica y monitoreo. Para llevar a cabo una adecuada política de comunicación hay que tener un continuo monitoreo del entorno. Definición de lo que se tiene que monitorear para identificar los asuntos asociados a la actividad de la empresa. Para llevar a cabo la ejecución de la fase tres ha nombrado a cuatro personas. A uno lo ha responsabilizado de la publicidad, que será el encargado de la presentación y promoción de ideas y de las relaciones con las agencias de publicidad. Otra pesona se encargará de las relaciones públicas, esto es, de las relaciones con la prensa y de todas las actividades de imagen o patrocinio que realiza la empresa con el fin de difundir información sobre la marca. El tercer responsable se encargará del marketing directo, entendiendo por tal la comunicación de la oferta de bienes y servicios directamente al cliente potencial. La cuarta persona es la encargada de coordinar la fuerza de ventas. Su misión fundamental es articular la comunicación con los clientes. Dado el tipo de servicios que oferta ZetaContenidos, unos se han especializado en las relaciones con las operadoras de telefonía móvil y otros en la gestión de las redes sociales y en la utilización de mecanismo de viralización, encaminados a lograr que los servicios y aplicaciones se difundan éntrelas redes sociales.

Por último, debe señalarse que una norma que Miguel ha impuesto es la simplicidad. En la era de la comunicación la simplicidad es clave. Las personas no tienen el tiempo para digerir información compleja. Por lo tanto cualquier cosa que se comunique, dentro y fuera de la empresa, hay que hacerlo de forma simple, y mucho más en el caso de una empresa digital.