

PERSPECTIVA		COMUNICACIÓN CON PÚBLICO DE INTERÉS							
		COMUNICACIÓN PÚBLICA							
OBJETIVO ESTRATÉGICO:		Desarrollar un proceso de comunicaciones efectivo y estratégico con la comunidad y partes interesadas en relación con los productos desarrollados por CrediAntioquia.							
OBJETIVO/PROYECTO PARA MATERIALIZAR EL PLAN DE ACCIÓN	METAS POR OBJETIVO	INDICADORES DE CADA OBJETIVO	TIEMPO DE EJECUCIÓN POR OBJETIVO		ACTIVIDAD	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL PLAN O PROYECTO	% Pond.	PRODUCTOS ESPERADOS	LÍDER RESPONSABLE
			INICIO	FINAL					
<b>Relacionamiento públicos externos</b>									
<b>USUARIOS/CLIENTES</b>									
Fidelización de los clientes y grupos de interés	Una campaña publicitaria en lugares de alto tráfico	% de ejecución de campaña / 100% de campaña planificada	Enero	Diciembre	Campaña masiva de ciudad	Propuesta de campaña para presencia en lugares de alto tráfico de la ciudad Programación y cotización Producción de material fotográfico, audiovisual, radial y multimedial: Publicidad digital en estaciones de Metro de Medellín (según presupuesto) Activación BTI Desarrollo de material gráfico Ejecución Registro y monitoreo		Documento Informe de gestión con fuentes de verificación	Comunicaciones
	Participación en dos eventos de la Gobernación o el IDEA	No de eventos apoyados / No de eventos de ciudad planificados	Enero	Diciembre	Eventos	Propuesta para participación en eventos territoriales: Stand CrediAntioquia dotado con: Pantalla digital interactiva de promoción CrediAntioquia (gran formato), que simule un celular donde además de informar el paso a paso le permita al cliente hacer su solicitud. Volantes pedagógicos Souvenir (Calendario Imán) Desarrollo de evento Informe de ejecución del evento		Informe de ejecución con personas asistentes e impactadas con actividad del evento, mensaje institucional, mensaje estratégico	Comunicaciones
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>									
Establecer y/o fortalecer la comunicación pública a través de medios de comunicación	Un manual de redacción editorial y manejo de crisis	% del avance del manual/ 100% del manual desarrollado	Enero	Diciembre	Modelo informativo de CrediAntioquia para el relacionamiento medios de comunicación y generadores de opinión mediáticos	Documento inicial		Publicación de manual editoria y manejo de crisis físico y en Intranet	Comunicaciones
	Una capacitación individual de voceros para manejo de medios	No de capacitaciones realizadas/ No de capacitaciones planeadas				Desarrollo de contenidos			
	1 encuentro o rueda de prensa de balance de producto/empresa	No de noticias/ No de participación de medios de comunicación				Planeación y desarrollo de material informativo		Artículos publicados o emitidos en medios de comunicación	
	1 boletín de prensa de balance o nuevo producto	No de boletines , entrevistas realizados / No de boletines, entrevistas planeados				Convocatoria Ejecución de encuentros o rueda de prensa (logística) Monitoreo y analisis			
Fortalecer la gestión informativa y posicionamiento institucional en medios digitales	Desarrollar 1 estrategia comunicacionales atractivas e interactivas para redes sociales: Facebook, Instagram y LinkedIn	No de personas impactadas en la ejecución/ No de personas impactadas en la planeación	Enero	Diciembre	Medios de comunicación institucionales digitales	Generar contenidos de valor para aumentar el alcance de las publicaciones realizadas en redes sociales, mediante la construcción de 4 parrillas de Publicar 20 contenidos en diferentes formatos (fotos, videos, piezas gráficas, historias) en las cuentas oficiales de CrediAntioquia que cuenten con: Servicios que ofrece CrediAntioquia ABC de cómo solicitar crédito Como gestionar el pago Educación financiera Experiencias del cliente Piezas de contexto: Blackdays/Navidad/Año nuevo Promocionar a través de pauta digital para fortalecer las redes sociales. Aumentar la interacción con los ciudadanos a través de las redes sociales oficiales		Documento analisis de aumento de seguidores en redes y visitas en sitio web, participación	Comunicaciones
	Fortalecimiento de sitio web y chats de WhatsApp para mejorar la permanencia del usuario en ella	No de personas que visitan la página y su permanencia/ No de personas que visitan la página y su permanencia en la planeación	Revisión de operación de página web y contenidos Revisión de operación de chat de WhatsApp Construcción de piezas gráficas y audiovisuales para difusión en los canales informativos						
Desarrollar un proceso de comunicaciones efectivo y estratégico con los clientes de CrediAntioquia	2 ediciones de boletín digital enviado a la base de datos de clientes /enviado vía correo electrónico y chat de WhatsApp	No de boletines digitales entregados /No de boletines digitales planeados para entrega	Enero	Diciembre	Medios de comunicación institucionales tradicionales y canales digitales	Propuesta de contenidos Reportaría Redacción de textos Diagramación Entrega		Informe final con verificación de cada edición y su envío	Comunicaciones
	2 Podcast o microprogramas y 5 cuñas radiales	No de microprogramas radiales emitidos/No de microprogramas radiales planeados	Enero	Diciembre	Reportaría Guión Producción Emisión	Carpeta con microprogramas radiales y certificado de emisión de			
	4 microprogramas o videos para TV y canales digitales	No de microprogramas radiales emitidos/No de microprogramas radiales planeados	Enero	Diciembre	Programación y temáticas Reportaría Guión Reportarismo Producción Emisión	Carpeta con microprogramas de tv y certificado de emisión			
Evaluación y control	Evaluación de los canales institucionales de	Medición analytics		Diciembre				Informe de la evaluación	Comunicaciones
<b>ALIADOS CREDIANTIOQUIA</b>									
Generar estrategias de fortalecimiento de las relaciones y alianzas con agentes externos relacionados con CrediAntioquia	Participación en un evento de impacto local y/o regional	No de participación en eventos/ No participación en eventos planificados	Enero	Diciembre	Conglomerado/ Idea/Filiales	Propuesta de participación en eventos de impacto local y/o regional Elaboración de material gráfico informativo Souvenir		Informe con medición de impacto generado por la participación en eventos	Comunicaciones
	1 Campaña para captar clientes de parte del conglomerado Gobernación y filiales de IDEA		Enero	Diciembre	Conglomerado/ Idea/Filiales	Kit campaña CrediAntioquia para canales internos conglomerado de Gobernación y filiales IDEA: - Imágenes campaña de lanzamiento. - Videos de experiencia del usuario. - Audio cuña radial (beneficios de prestar con CrediAntioquia y requisitos) - Piezas de pedagogía para pago - 2 piezas de educación financiera Activación BTL en filiales y parte del conglomerado Gobernación con personajes que representen a CrediAntioquia como un aliado legal que facilita el préstamo para suplir las necesidades de los antioqueños.			
<b>PÚBLICO INTERNO CREDIANTIOQUIA</b>									
Generar alineamiento organización al objetivo	1 Campaña pedagógica interna con mensajes de clima y cultura organizacional	No de campañas / No campañas planificadas			Clima Organizacional	Diseño de estrategia para desarrollar la actividad Divulgación en canales internos Actividad de cierre Evaluación		Carpeta con jpgs con piezas diseñadas e informe de cada una de las actividades	Comunicaciones
		No de actividades de	Enero	Diciembre		Tarjetas y avisos de felicitación de cumpleaños y fechas especiales			

OBJETIVO/PROYECTO PARA MATERIALIZAR EL PLAN DE ACCIÓN	METAS POR OBJETIVO	INDICADORES DE CADA OBJETIVO	TIEMPO DE EJECUCIÓN POR OBJETIVO		ACTIVIDAD	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL PLAN O PROYECTO	% Pond.	PRODUCTOS ESPERADOS	LÍDER RESPONSABLE
			INICIO	FINAL					
<b>Relacionamiento públicos externos</b>									
	Celebración de fechas especiales	celebración / No actividades celebración planificadas			Bienestar laboral	Conceptualización de actividades		Carpeta con jpgs con piezas diseñadas e informe de cada una de las actividades	Comunicaciones
						Desarrollo de actividad de celebración			
						Evaluación			
	Consolidación de 1 medio interno y generación de contenidos para canales institucionales internos	% de contenidos desarrollados para los canales internos/ % de contenidos desarrollados para los canales internos				Reportería, redacción y diseño de 2 boletines internos		Carpeta con jpgs con piezas diseñadas e informe de cada una de las actividades	Comunicaciones
							Actualización de cartelera interna		