

Objetivo:

Planear, coordinar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa para posicionar la imagen institucional, garantizar el flujo oportuno de información, fortalecer la relación con la comunidad, medios de comunicación y grupos de interés, así como apoyar la difusión de los procesos y logros institucionales

Alcance:

Desde la recolección de información, redacción y producción de contenidos, hasta su difusión en medios institucionales, tradicionales o digitales, así como la atención a medios de comunicación y gestión de crisis comunicacional.

Dueño del proceso:

Director administrativo – Contratistas de apoyo para el área de comunicaciones.

Participantes del proceso:

Contratista diseño gráfico, Contratista Community manager, Contratista Web master y en general todas las áreas que divulguen sus actividades por los medios de la Entidad.

Proveedor/Entrada

Comunidad: Información clara, oportuna y veraz.

Alcaldía: Difusión de campañas y eventos.

Estado / Entes de control: Cumplimiento de lineamientos normativos en información.

Junta Directiva: Visibilidad institucional y reputación.

Gestión estratégica: Divulgación de misión, visión, valores y logros.

Todas las áreas de la entidad: Soporte comunicacional para procesos y proyectos.

Medios de comunicación: Acceso a información oficial y vocerías.

Todas las dependencias: Información de interés institucional.

Dirección estratégica: Lineamientos y enfoque de la comunicación.

Entes gubernamentales: Campañas y directrices externas.

Comunidad: Preguntas, inquietudes y retroalimentación.

Diseño gráfico: Piezas visuales para la difusión.

Actuar

- Ajustar estrategias según resultados.
- Implementar acciones de mejora

Planear

- Diseñar estrategias de comunicación interna y externa.
- Elaborar un cronograma de contenidos.
- Establecer metas e indicadores.
- Definir encargados de las diferentes actividades.

Verificar

- Hacer seguimiento al Avance de la ejecución de las tareas y compromisos establecidos en la estrategia de comunicación.
- Analizar metas e indicadores
- Revisar cumplimiento del cronograma

Hacer

- Implementar la estrategia de comunicación.
- Generar contenidos y piezas gráficas con base al cronograma.
- Publicar en medios y redes sociales.
- Atender requerimientos internos y externos.

Cliente/Salida

Comunidad: Boletines, publicaciones, campañas, redes sociales.

Alcaldía: Cobertura y apoyo en eventos y estrategias.

Junta Directiva: Informes de gestión, logros y visibilidad.

Medios de comunicación: Comunicados, notas de prensa, ruedas de prensa.

Entidad: Posicionamiento de marca e imagen institucional

RECURSOS
• Humanos: Contratistas equipo de comunicaciones. • Financieros: Presupuesto de campañas. • Tecnológicos: Cámara, trípode, micrófonos, computadores. • Infraestructura: Oficina en las instalaciones de la EPC Cajicá. • Plataformas: Sitio web, redes sociales, software de diseño. • Conocimientos: Contexto interno y externo de la organización, necesidades y expectativas de los directivos, diseño gráfico y audiovisual, comunicación social, protocolo, redes sociales.
HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL
• Métricas de redes sociales (Engagement, alcance, seguidores) • Cronograma de actividades de comunicaciones. • Informe mensual de publicaciones y campañas. • Actas de reunión con direcciones para programación de actividades mensuales. • Actividades ejecutadas por contratista.
REQUISITOS QUE SE CUPLEN CON ESTE PROCESO Y ASOCIADOS A ISO 9001:
.4.4 – 4.4 – 5,3 -- 6.1.1. --7.1.3 – 7.1.4. –7.5.1 -- 7.1.5.1 -- 8.1. -- 9.1 -- 9.1.1 -- 9.1.3
DOCUMENTOS QUE SOPORTAN EL PROCESO
MATRIZ RIESGOS PROCEDIMIENTOS • Procedimiento comunicación interna y externa ADPRPR-01. FORMATOS • Autorización para el uso de derechos de imagen y propiedad intelectual ADPRFO-04. • Formato de Comunicación Interna y Externa BRIEF ADPRFO-01. • Planilla Seguimiento Comunicaciones ADPRFO-03. MANUALES • Manual de redes sociales y manejo de crisis. • Manual de imagen de identidad.
INDICADORES
• NOMBRE: Conversaciones iniciadas. FORMULA: Nº de contactos o mensajes iniciados META ESPERADA: Aumentar mensualmente un 5% META AMBICIONADA: Aumentar mensualmente un 10% FRECUENCIA: Trimestral. • NOMBRE: Seguidores de redes sociales FORMULA: Suma de seguidores en todas las redes META ESPERADA: 300 más en relación al mes anterior. META AMBICIONADA: 500 más en relación al mes anterior. FRECUENCIA: Trimestral.