**Protocolo De Comunicación Externa**

**Objetivo:** Implementar criterios y estrategias para poder asegurar una buena comunicación externa, que diferencia a WIMPREX de los entes económicos que se dedican a la producción y comercialización de electrodomésticos en el municipio de Sogamoso.

***Responsables:*** Gerencia general, gerencia administrativa, gerencial comercial, gerencia de producción, departamento de recursos humanos, área de marketing, departamento de ventas, departamento de compras y atención al cliente; cada uno de estos departamentos tendrán la responsabilidad de poder ejecutar de manera asertiva una comunicación externa en diferentes entornos.

* *Gerente de ventas*
* El gerente de ventas y sus delegados deben caracterizarse por ser personas de moral, responsabilidad y puntualidad, capaces de asesorar a sus posibles clientes con información veraz y oportuna, con un lenguaje corporal y verbal asertivo y respetuoso, sin tener cabidas a respuestas agresivas o groseras.
* La presentación debe ser elegante y distintiva, con el logo de identificación de la empresa, nunca se debe usar la imagen en eventos que no sean realizados por la empresa sin su respectiva autorización, ni deben vincularse con ningún tipo de altercados o polémicas.
* El gerente de ventas y sus delegados deben ser la cara amable y amigable para nuestro objetivo de población.

**Herramientas:**

* Publicidad

*Cuña de Radio*

Sera un anuncio breve no mayor a 30 segundos donde se transmitirá la filosofía de WIMPREX resaltando los servicios que ofrece.

* Se debe difundir la cuña en las principales emisoras de la ciudad de Sogamoso
* Debe especificar los servicios más importantes que ofrece la empresa para poder llamar la atención al público.
* Poder difundir las cuñas a través de medios digitales como lo son la página web, Facebook, twitter.

*Anuncio de Prensa*

Gráficamente se dará un mensaje mostrando la importancia de poder acceder a nuestros productos enfatizando en el cuidado del medio ambiente

* Se difundirá a través de periódicos regionales, revistas locales para una mayor cobertura.
* Se debe resaltar en las imágenes el cuidado del medio ambiente
* Se debe contrastar los colores que apoderan a WIMPREX
* Contemplar la idea de poder añadir un profesional que trabaje en WIMPREX

*Folletos*

Debe seguir las características del anuncio de prensa, pero contendrá promociones y características de los productos que ofrece WIMPREX

* Se hará en forma de folleto, deberá tener 2 dobleces.
* Deberá tener los colores corporativos
* Invitación a conocer más a fondo los productos que se ofrecen.
* Relaciones Publicas

*Feria*

Se debe programar la participación en la feria de Julio que se realiza en el municipio de Sogamoso donde se pueda exponer promociones para el incentivo de la venta de electrodomésticos.

* Se debe hacer un stand con los colores corporativos de WIMPREX.
* Se hará entrega de los folletos que se realizaron en la campaña de publicidad
* Se debe verificar que el personal sea calificado para dar un mensaje oportuno y asertivo a los clientes, para que no haya mal entendidos.

*Voz a voz*

* la calidad del producto debe ser excelente, así como la oportuna solución de la garantía de los productos
* las instalaciones deben mantenerse limpias y con buen aroma, organizado de una forma fácil de acceder y visualizar los productos.
* Los ejecutivos de ventas deben ser personas con muy buen vocabulario y excelente presentación, con la información suficiente para atender las necesidades de los clientes.
* De los anteriores puntos depende las recomendaciones de voz a voz de nuestros clientes.
* Medios digitales

*Página web*

Es el sitio principal para la comunicación y publicidad de WIMPREX.

* La página web debe ser un sitio amigable y fácil de acceder, con la posibilidad de encontrar todos los productos ofrecidos, con su valor y sus características.
* Link de respuestas rápidas y asesoría con alguno de nuestros consultores.
* Link de envió a formas de pago para compras por internet en un sitio seguro.
* Link de conexión con nuestras redes sociales

*Redes sociales*

Son sitios específicos para llevar nuestros productos a mayor cantidad de clientes

* Los sitios deben ser amigables y con variedad de información.
* Las imágenes deben ser de gran calidad.
* Ofertar y promocionar productos con concursos que generen mayor publicidad.
* Números y links de contacto con nuestros consultores para la solución de dudas e inquietudes.

*Campañas Publicitarias*

Se consideran estrategias de comunicación que tienen como objetivo fijar nuestros productos en la mente de sus consumidores potenciales

* + Debe tener una descripción del producto donde se evidencie los detalles técnicos y el historial de comunicación.
  + Implementar objetivos tácticos, estratégicos y finales que llamen la atención del cliente.
  + Debe contener un mensaje informativo o moral el cual debe estar argumentado y complementado con un estilo de creatividad.
  + Se debe contar con un presupuesto que se pueda ejecutar.

**Población Objetivo:**

* Publico Principal: Clientes particulares, clientes empresas y clientes potenciales
* Publico Relevante: Medios de comunicación
* Publico de Marginal: ONG`S

Nuestro público principal, relevante y marginal tendrá acceso a:

*Buzón de sugerencias*

* El buzón debe tener siempre un formato amigable donde se especifique la sugerencia expuesta por el trasmisor, además se debe tener un esfero para poder llenarlo.
* El buzón debe ser abierto a diario y las inquietudes expuestas en las respectivas reuniones para debatir y solucionar las sugerencias.

*Calificación del cliente en encuestas*

* Esto nos permite conocer la forma con o nos observan desde fuera de la empresa y así por buscar siempre la mejora
* El ejecutivo de ventas debe preguntas si es posible la contestación de la encuesta, ya sea en un equipo de nuestras instalaciones o vía correo electrónico.
* La encuesta debe ser sencilla, con respuestas rápidas y sugerencias al final.

**Estrategias:**

Implementar el uso de las nuevas tecnologías que WIMPREX trae al mercado, dando una sensibilización al público exterior de la importancia de obtener electrodomésticos que tengan un ahorro energético donde se enmarca el cuidado del medio ambiente.

Efectuar ayudas para el público marginal donde se implemente la reparación de electrodomésticos de segunda mano, que puedan ser asequibles a personas con bajos recursos.

Buscar de manera asertiva promociones y métodos de crédito a nuestro público exterior que no afecten el desarrollo económico de WIMPREX, generando así una imagen elocuente del poder contar con una empresa que piensa en sus clientes.

Implementar, optimizar y aprovechar cada una de las nuevas tecnologías existentes para mejorar y agilizar la comunicación., empleando herramientas sociales como Facebook Twitter WhatsApp y por su puesto la página Web.

**Cronograma:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Cronograma Protocolo de Comunicaciones Externas* | | | | | | | | | | | | |
| *Actividad*  *Semana* | ***Octubre*** | | | | ***Noviembre*** | | | | ***Diciembre*** | | | |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** |
| *Objetivo* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Responsables* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Herramientas* |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Población Objetivo* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Estrategias* |  | X | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Implementación* |  | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |