



CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

Irene Sánchez Chacón

Grado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas

Tutor/a: Guillem Marca Francès

Vic, Mayo de 2021

ÍNDICE

1. Plan de acciones.....	3
2. Óptico timing.....	71
3. Evaluación.....	76
4. Presupuesto de comunicación.....	86
4.1. Presupuesto desplegado por acciones.....	87
4.2. Presupuesto final de comunicación.....	93

1. PLAN DE ACCIONES

Prelanzamiento

JULIO

- Creación del Basic Toolkit
- Reforma de la oficina en base a la RSC
- Preparación Welcome Pack

AGOSTO

- Dar a nuestro equipo el Welcome Pack
- Diseño y creación página web
- Creación redes sociales y canal de Youtube
- Producción y edición vídeo corporativo
- Creación base de datos Prensa
- Preparación del evento de prensa
- Redacción y diseño nota de prensa
- Redacción y maquetación dossier de prensa
- Envío Save the date para el desayuno de prensa
- Contratación softwares y herramientas necesarios

Lanzamiento

SEPTIEMBRE

- Lanzamiento página web y XXSS
- Posicionamiento Google Maps
- Estrategia SEO y SEM
- Publicación vídeo corporativo Youtube
- Campaña PAID
- Aplicación acciones RSC
- Publicaciones redes sociales
- Welcome Pack clientes
- Enviar invitación desayuno prensa
- Celebración desayuno de prensa
- Dar o enviar nota de prensa y dossier de prensa
- Aplicación de acciones RSC

OCTUBRE

- Estrategia SEO y SEM
- Publicaciones redes sociales
- Estrategia remarketing
- Welcome Pack clientes
- Aplicación acciones RSC
- Branded Content
- Blog página web + LinkedIn
- Webinar RSC
- Newsletter
- Campaña PAID
- Guías RSC

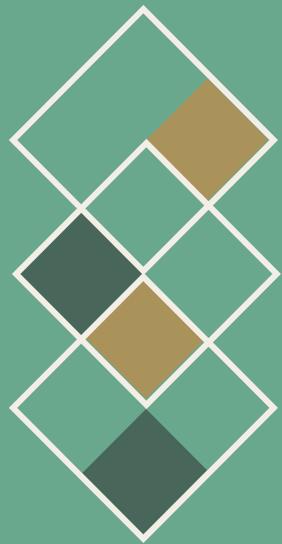
NOVIEMBRE

- Estrategia SEO y SEM
- Publicaciones redes sociales
- Estrategia remarketing
- Welcome Pack clientes
- Aplicación acciones RSC
- Blog página web + LinkedIn
- Webinar RSC
- Newsletter
- Guías RSC
- Programa Podcast
- Lives con profesionales
- Campaña PAID

ACCIÓN 1 - CREACIÓN BASIC TOOLKIT

TIMING	Realizado los primeros 15 días de julio
TARGET	Equipo de la agencia
CANAL	Vía online y offline
OBJETIVO	Garantizar la correcta aplicación del logotipo y su simbología, y garantizar la coherencia de su expresión en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos.
ESTRATEGIA	En este manual de identidad corporativa de la nueva agencia de comunicación y relaciones públicas, encontramos el logotipo con su aplicación prioritaria y a una tinta en función del fondo, los colores corporativos primarios y secundario junto a sus correspondientes códigos de color según el soporte de comunicación y/o el proceso de impresión y, por último, la tipografía.
PRESUPUESTO	0€

Aplicación prioritaria



**COMM
UNITY**

Aplicación a una tinta en función del fondo



Naming

Community es el naming de la nueva agencia de comunicación y relaciones públicas. Este surge de la idea de unir el concepto de comunicación, ya que es el ámbito de la empresa, y el de comunidad y sociedad inclusiva.

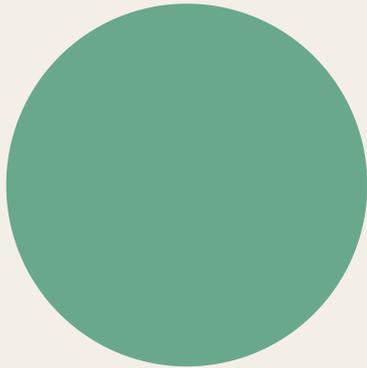
Logotipo

Podemos observar en el logotipo “COMM” (communication) por una banda, que hace referencia a que somos una agencia de comunicación, y “UNITY” por otra, ya que todos somos uno y debemos ayudarnos entre nosotros, tanto dentro de la agencia como en la sociedad en general. El resultado es Community, en español comunidad, enfocado como el punto de unión entre estas dos ideas. En la parte izquierda del logotipo encontramos un diseño que representa el mismo concepto de unión. Se pueden observar diversos cuadrados invertidos que forman un mismo conjunto. Estos representan que en la agencia somos diferentes perfiles de personas que formamos parte de un mismo total.

Eslogan

Aunque nosotros como agencia te asesoremos y te ayudemos en la mejora de tu empresa, el primer paso lo das tú. Por esa razón, nuestro eslogan se basa en este concepto: *the change is up to you* (El cambio lo decides tú, en español).

Colores corporativos primarios



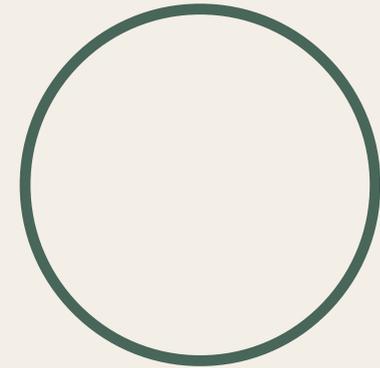
VERDE SUAVE

CMYK C63 M15 Y51 K1
Spot color Pantone 556 C
RGB R105 G168 B141
HEX/HTML #69A88D



VERDE GRISÁCEO

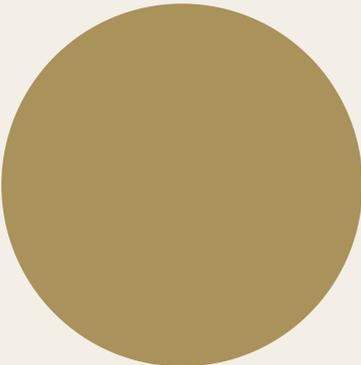
CMYK C71 M40 Y59 K32
Spot color Pantone 5545 C
RGB R72 G102 B89
HEX/HTML #486659



NARANJA GRISÁCEO CLARO

CMYK C0 M2 Y5 K4
Spot color Pantone RAL 9010
RGB R243 G238 B230
HEX/HTML #F3EEE6

Color corporativo secundario



NARANJA APAGADO

CMYK	C31 M35 Y67 K17
Spot color	Pantone 4007 C
RGB	R168 G144 B91
HEX/HTML	#AA925B

Colores corporativos

Para los colores corporativos de la agencia se ha optado principalmente por tonos verdes (verde suave y verde grisáceo) y por tonos anaranjados: el naranja grisáceo claro como color corporativo principal junto a los verdes y, como secundario, el naranja apagado, similar al color dorado.

El verde ha sido escogido como tono principal, ya que es un color versátil que siempre resulta agradable y su significado concuerda muy bien con la agencia. Además de transmitir frescura, es el color de las buenas intenciones relacionado con lo positivo, todo lo que significa progreso, ir hacia adelante en la vida, avanzar, tener actitud, poseer firmeza para las decisiones relacionadas con expansión, crecimiento y evolución.

Tipografía

Bebas Neue Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bebas Neue Bold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Arimo Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Arimo Bold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

ACCIÓN 2 - REFORMA DE LA OFICINA EN BASE A LA RSC

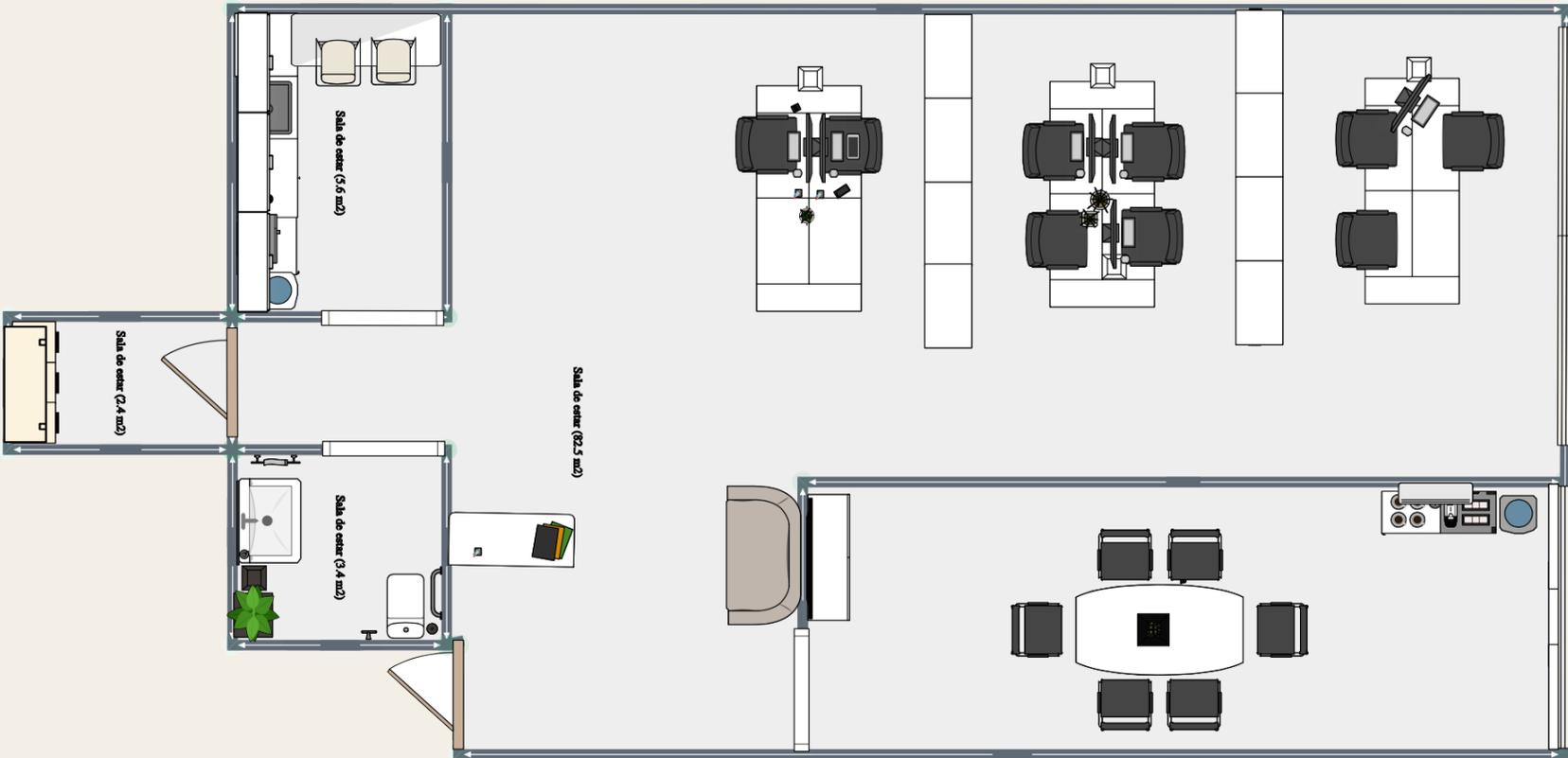
TIMING	Realizada durante el primer mes de prelanzamiento (julio)
TARGET	Equipo de la agencia y clientes actuales y potenciales
CANAL	Oficina de alquiler en Barcelona
OBJETIVO	Aplicar correctamente la Responsabilidad Social Corporativa en nuestra oficina, de manera que impacte positivamente en los distintos ámbitos con los que tenemos relación y podamos conseguir la certificación RSC.
ESTRATEGIA	La reforma que realizaremos en la oficina se centrará en el ámbito de la inclusión social y la sostenibilidad. Primero de todo, adaptaremos todas las puertas de la oficina y los espacios comunes como el baño para personas en silla de ruedas, ya que podemos encontrarnos con profesionales o clientes que necesiten estas adaptaciones. En cuanto a sostenibilidad, implementaremos el sistema de iluminación LED que consume menos y protege el medio ambiente y pintar una pared de la oficina de pintura pizarra para plasmar ideas en ella y borrar las veces que haga falta.
PRESUPUESTO	30.800€

Certificación RSC

La certificación RSC consiste en la obtención de un reconocimiento externo otorgado por una entidad independiente y debidamente acreditada que avala el diseño, desarrollo e implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social.

Las empresas que sean capaces de demostrar y hacer ver que su enfoque a la hora de tomar decisiones y llevar a cabo actividades es responsable sobre cuestiones sociales y éticas, estarán en disposición de obtener una certificación RSC, dispondrán de una ventaja competitiva e inspirarán la confianza de los diferentes grupos de interés.

Reforma en 2D



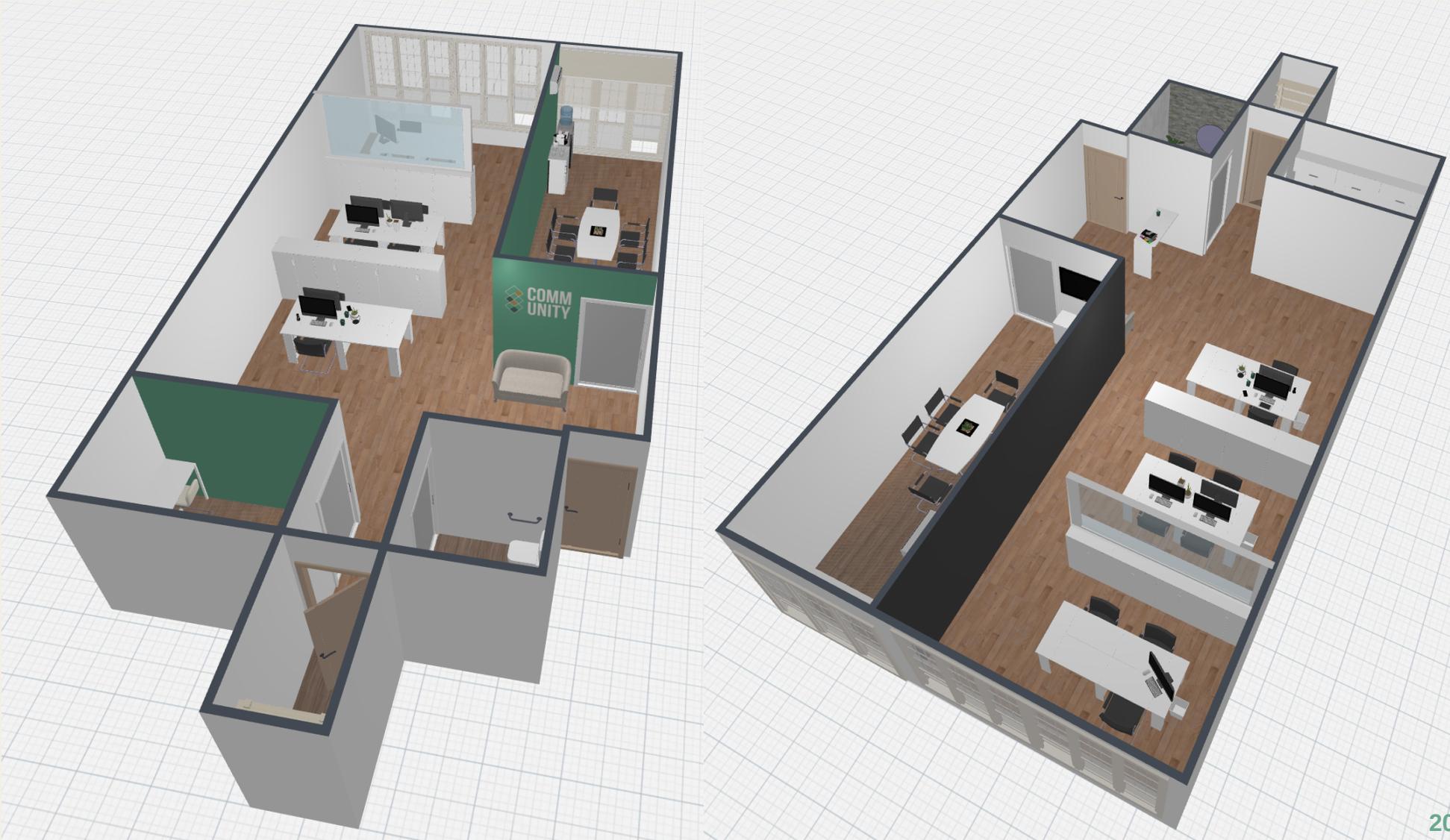
Reforma en 3D



Reforma en 3D



Reforma en 3D



Reforma

Aunque la agencia cumplió con todas las perspectivas marcadas, es necesario realizar reformas en ella. Como se puede observar, la estructura y las habitaciones de la oficina se han mantenido. Primero de todo, al suelo de baldosas se le ha aplicado suelo vinílico imitando al parquet, y las paredes se han pintado de los colores corporativos de la agencia. Además, la puerta de la entrada se ha sustituido por una más amplia, igual que las puertas de la sala de reuniones, del baño y la cocina, estas últimas por correderas. Este cambio ha sido efectuado con el objetivo de facilitar el acceso a las instalaciones de la agencia a personas en sillas de ruedas, ya que podemos encontrarnos con clientes o trabajadores que van en ella. Además, la iluminación se ha cambiado por luces LED que detectan el movimiento por zonas, para evitar que se queden encendidas sin necesidad.





Recibidor

Al entrar a la agencia, nos encontramos a mano izquierda un mostrador para gestiones rápidas. En el caso que la persona que entre en la agencia deba esperar para hacer una consulta a alguien que esté ocupado en ese momento o deba esperar para una reunión, le ofrecemos poder sentarse en un sofá. Sobre el sofá encontramos el logotipo de la agencia.



Sala de reuniones

Al entrar a la agencia, a mano derecha, encontramos la puerta de acceso a la sala de reuniones. En cuanto a la sala de reuniones, encontramos la misma mesa central, que ha sido pintada de blanco para ahorrar costes, junto a las sillas que ofrecía el inmueble. Al fondo a la izquierda, encontramos un “minibar” con el objetivo de poder ofrecer agua, un café, un té u otros refrescos a las personas reunidas. Finalmente, al lado de la puerta encontramos una televisión donde podemos mostrar el proyecto necesario, junto a un mueble.



Sala de reuniones



ANTES



DESPUÉS

Despacho

Por otra banda, el inmueble dispone del despacho, donde trabajan los profesionales de la agencia. Podemos observar tres mesas grandes, con los ordenadores necesarios, y separadas entre ellas por estanterías de altura media. Fácilmente, al fondo podemos ver un vidrio que ofrece más intimidad a la última mesa, donde se situaría el CEO de la agencia. Una de las paredes, destaca por ser negra, ya que es una pizarra donde los trabajadores hacen brainstormings, ideas o anotaciones. En esta pared, también podemos encontrar “El buzón de las ideas”, donde todo el equipo puede proponer ideas y mejoras para la agencia.



Despacho



ANTES

DESPUÉS

A continuación, explicaremos la última zona que comprende de un baño, un almacén y una pequeña cocina. Se ha decidido cambiar la localización del baño y el almacén entre ambas, ya que era importante cambiarle al baño la puerta para mejorar el acceso a personas con sillas de ruedas, y en la otra habitación era imposible realizar este cambio.

Baño

Empezando por el baño, las paredes son diferentes al resto de agencia: una de ellas cubierta por papel pintado imitando a piedra con tonos grises, y el resto de ellas, pintadas de color gris claro. En él, nos encontramos con un váter, junto a una barra abatible y un lavabo suspendido sin mueble, para facilitar el acceso a sillas de ruedas. Como complementos, encontramos un espejo sobre el lavabo, un toallero, un dispensador de jabón, una papelera, una estantería con una planta encima donde se colocarán toallas de manos limpias y papel de váter de recambio, un portarrollos y una escobilla de baño.

Baño



ANTES



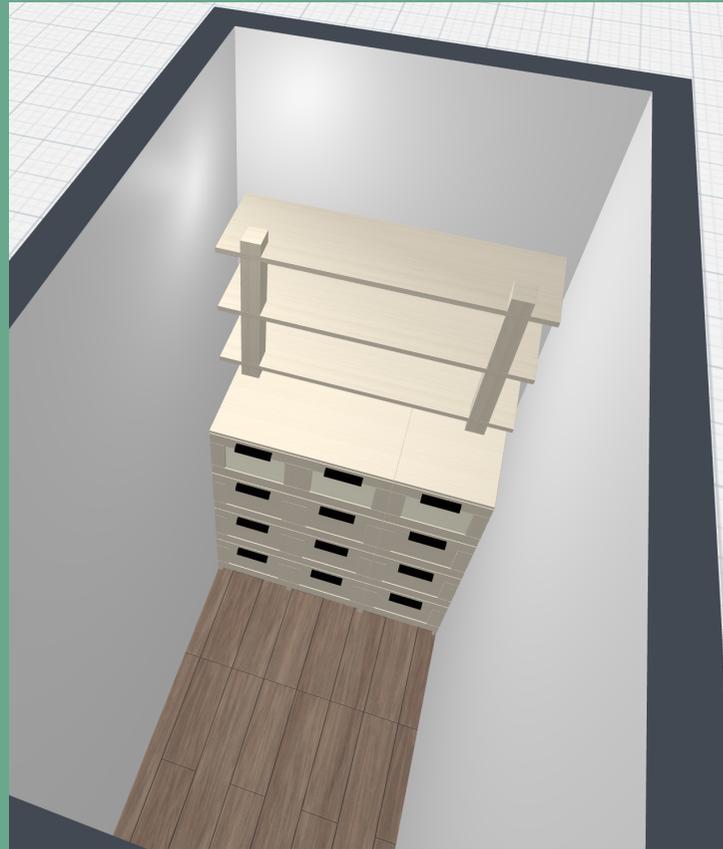
DESPUÉS

Almacén

El almacén básicamente dispone de archivadores y estanterías donde poder almacenar productos.



ANTES



DESPUÉS

Cocina

Por último, nos encontrábamos con un despacho-sala de estar, que ha sido sustituido por una pequeña cocina. Este cambio ha sido efectuado para que el equipo tenga un espacio donde poder descansar, almorzar o comer los días que necesiten. En ella encontramos muebles de almacenamiento, un surtidor de agua, un microondas, una cafetera, una pequeña nevera, un fregadero y una mesa estilo barra de bar junto a un par de sillas de barra.



Cocina



ANTES



DESPUÉS

ACCIÓN 3 - CREACIÓN PÁGINA WEB

TIMING	Diseñada y creada todo el mes de agosto
TARGET	Todos
CANAL	Vía online
OBJETIVO	Que nuestro core target encuentre en una misma plataforma toda la información que necesite sobre nuestros servicios.
ESTRATEGIA	Mediante nuestra página web queremos facilitar toda la información que nuestros clientes puedan necesitar en cualquier momento para conocer más quiénes somos y qué hacemos. Además, ofreceremos una primera reunión sin compromiso para que nuestros clientes potenciales puedan realizar un primer encuentro con la agencia y detectar así sus necesidades y cómo podemos resolverlas.
PRESUPUESTO	1.407€ mes

En www.communityagency.com podemos encontrar toda la información que el público necesite. Por lo tanto, servirá para unificar las acciones e información. En esta encontraremos:

- **Sobre nosotros:** Dónde estará reflejada nuestra visión, misión y valores, junto a una presentación de cada uno del equipo.
- **Servicios:** En este apartado se detallará cada uno de los servicios. De esta manera será mucho más fácil para el cliente estar informado y entender que es lo que le ofrecemos.
- **Casos de éxito:** Aparecerán todos los proyectos realizados por la agencia, con un filtro para poder ver sobre empresas socialmente responsables o sobre ONG's.
- **Primera reunión sin compromiso gratuita:** Opción enfocada a ayudar a nuestros clientes a identificar sus necesidades y cómo le ayudaremos a solucionarlas. Tendrán dos opciones para hacer la reserva: A partir de correo electrónico (estará enlazado nuestro email corporativo) o nuestro calendario (se abrirá un calendario interactivo donde pueden seleccionar directamente la fecha y hora).
- **Redes sociales:** En la cabecera de la página web encontraremos las redes sociales corporativas de la agencia: Instagram y LinkedIn.
- **Idiomas:** Castellano y catalán, ya que nuestra agencia está enfocada a un público local.

A medida que vaya avanzando la campaña de lanzamiento, programaremos dos nuevas secciones en la página web de Community:

- **Blog:** En este apartado iremos publicando de manera frecuente contenido relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa y temáticas sociales. Además, también añadiremos la información sobre los webinars realizados por parte de la agencia y las guías disponibles para que los usuarios puedan descargárselas en cualquier momento.
- **Podcast:** Prácticamente, en esta sección compartiremos la lista de Spotify de nuestro programa de Podcast sobre actualidad social. De esta manera, los usuarios tendrán un fácil acceso a él.

ACCIÓN 4 - CREACIÓN Y PLANIFICACIÓN REDES SOCIALES Y CANAL DE YOUTUBE

TIMING	Del 23 al 27 de agosto
TARGET	Todos
CANAL	Vía online (Instagram, LinkedIn y Youtube)
OBJETIVO	Dar a conocer a la nueva agencia (crear awareness) mediante publicaciones orgánicas con diferentes tipologías de contenido o en el caso de Youtube, mediante vídeos.
ESTRATEGIA	Definiremos el tipo de contenido que publicaremos en cada una de las plataformas y la periodicidad de publicación. Además, realizaremos una planificación del contenido orgánico de los meses de la fase de lanzamiento, que irá rellenándose a medida que apliquemos nuevas acciones.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 5 - VÍDEO CORPORATIVO

TIMING	Producción y post-producción durante el mes de agosto. Publicación el 2 de septiembre
TARGET	Todos
CANAL	Vía online (Instagram, LinkedIn y Youtube)
OBJETIVO	Reforzar la imagen de marca que queremos transmitir como agencia de comunicación y relaciones públicas especializada en RSC y en el sector de las ONG's y generar confianza, recuerdo y que nuestro core target se sienta identificado con los valores que transmitimos.
ESTRATEGIA	Contrataremos a una productora para que nos ayude a transmitir nuestro mensaje de la forma más eficaz. Buscamos un vídeo corporativo muy humano, en el que salgan personas totalmente diferentes definiendo el concepto comunidad: ¿qué es una comunidad para ellos?. El mensaje que queremos transmitir es que entre todos podemos ayudarnos unos a los otros para un mundo mejor y socialmente más responsable, pero que el primer paso debes darlo tu (nuestro eslogan) concienciándote del problema y queriéndolo solucionar. Cuando des ese paso, nosotros te ayudaremos en tu camino.
PRESUPUESTO	1.048€

ACCIÓN 6 - WELCOME PACK

TIMING	Preparados del 12 al 30 de julio. El equipo de la agencia lo recibirá el 2 de agosto (su primer día en la oficina) y los clientes conforme contraten nuestros servicios en la fase de lanzamiento.
TARGET	Equipo de la agencia y nuevos clientes
CANAL	Face to face
OBJETIVO	Cuidar la relación tanto con nuestro equipo como con el cliente, para establecer los primeros vínculos.
ESTRATEGIA	Los welcome packs deben seguir nuestra línea RSC. Por lo tanto, la caja será sostenible y fabricada de kraft reciclado, con nuestro eslogan <i>The change is up to you</i> . Dentro de ella primero encontramos una tarjeta de bienvenida a Community y agradeciendo la confianza, escrita a mano por la CEO para transmitir más cercanía. Además, el welcome pack contiene una botella de vidrio con tapón de bambú y un Daily Tote Bag, ambos grabados con el logotipo y eslogan de la agencia, y un cuaderno educativo de comunicación inclusiva, con el adecuado uso del lenguaje para que no discriminar, escrito y diseñado por nosotros e impreso con papel reciclado.
PRESUPUESTO	619,20€ (30 unidades)

ACCIÓN 7 - DESAYUNO DE PRENSA

TIMING	Envío <i>Save the date</i> el 24 de agosto y envío de la invitación el 2 de septiembre. Preparación del evento del 2 al 30 de agosto. Evento celebrado el día 9 de septiembre.
TARGET	Periodistas invitados de los soportes seleccionados (diarios, revistas y suplementos)
CANAL	Evento de prensa
OBJETIVO	Dar a conocer la nueva agencia de forma rápida y efectiva y conseguir una interacción con los periodistas.
ESTRATEGIA	Invitando a los periodistas de nuestro mayor interés a un clima más relajado, hará que su trabajo sea más agradable y ameno. Este hecho se reflejará a la hora de redactar la información, donde veremos si el mensaje ha sido bien recibido y su impresión hacia nosotros a partir del formato, la extensión y el tono de los mensajes publicados. Por esta razón, seremos objetivos, intentaremos causar una mayor impresión y dejar huella en los periodistas.
PRESUPUESTO	2.759€

Selección periodistas

- Susana Quadrado Sociedad, La Vanguardia
- Elena Freixa Sociedad, Ara
- Iosu de la Torre Societat, El Periódico
- Emili Gispert Local, El Punt Avui
- Miquel Erra Sociedad, El 9 nou
- Alejandro Galisteo Pymes y emprendedores, Expansión
- Javier Calvo Pymes y emprendedores, El Economista

Save the date

Enviaremos por correo electrónico una invitación que anunciará la fecha del evento a los periodistas que queremos que asistan. Por lo tanto, la invitación será en formato digital, tendrá un diseño llamativo y que cause expectación y pedirá que los invitados confirmen la asistencia al evento. Será enviada 15 días antes del desayuno.

Invitación

Una semana antes del evento, enviaremos la invitación a los periodistas que han confirmado la asistencia y a aquellos que no han contestado pero han sido invitados. También realizaremos un diseño original y acorde a la imagen de marca y será enviada tanto en forma física como digital.

Temática

La Responsabilidad Social Corporativa actual

Fecha

Jueves 9 de septiembre del 2021

Hora

El evento abrirá sus puertas a los asistentes a las 9:00 am. Aún así, dejaremos un margen de 30 minutos por posibles retrasos. Por lo tanto, el desayuno empezará a las 9:30 am y finalizará sobre las 10.30 - 11 am.

Lugar

El sitio escogido para realizar el desayuno de prensa es la Terraza Colectiva, situada en la Derecha del Ensanche (Barcelona).

Esta es una ubicación céntrica, que facilita a los periodistas a llegar sin inconvenientes y que, posteriormente, puedan continuar con sus labores cotidianas. La terraza se encuentra cerca de la agencia Community y des de ella se puede disfrutar de las vistas de Barcelona: Sagrada Familia, La Pedrera, Hotel Majestic.



Definición

Conforme lleguen los periodistas al evento, les daremos una copia de la nota de prensa para que puedan revisarla mientras esperan que el resto de los invitados llegue. Además, para que no se olviden de lo que han escuchado y visto durante la presentación, les ofreceremos un kit compuesto por un cuaderno de hojas reutilizables junto a un lápiz de madera personalizados para que tomen notas, y un pendrive personalizado. En el interior de él, encontrarán la nota de prensa, el dossier de prensa, el vídeo corporativo e imágenes de la agencia para que puedan acceder fácilmente a todo el contenido una vez estén en la redacción.

Al acceder en la terraza se encontrarán con mesas que dispondrán del desayuno preparado. En la tarima, habrá un cantante de música pop junto a su guitarra que creará ambiente. La presentación de la agencia será de 20 minutos aproximadamente y estará acompañada por el vídeo corporativo, un audiovisual breve e impactante, que entretiene y muestra los valores principales de la agencia. Al final de la presentación, se dispondrá de 10 minutos para que los periodistas puedan hacer preguntas de su interés.

ACCIÓN 8 - DOSSIER DE PRENSA

TIMING	Redacción y diseño del 16 al 27 de agosto. Entregado a mano a los periodistas que asistan al desayuno de prensa, día 9 de septiembre. Envío al resto de nuestra base de datos el mismo día al finalizar el evento, junto a la nota de prensa.
TARGET	Periodistas de los soportes seleccionados (diarios, revistas y suplementos)
CANAL	Correo electrónico
OBJETIVO	Presentar la información destacada de nuestra agencia de comunicación y relaciones públicas al periodista que lo recibe.
ESTRATEGIA	Enviaremos el dossier de prensa junto a la nota de prensa, para que los periodistas tengan una información completa sobre nosotros. En este documento explicaremos nuestra historia, filosofía corporativa, los servicios que ofrecemos, el equipo que la forma y nuestros datos de contacto.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 9 - NOTA DE PRENSA

TIMING	Redacción y maquetación de la nota de prensa y creación de la base de datos del 16 al 27 de agosto. Entregada a mano a los periodistas que asistan al desayuno de prensa, día 9 de septiembre. Envío al resto de nuestra base de datos el mismo día al finalizar el evento, junto al dossier de prensa.
TARGET	Periodistas de los soportes seleccionados (diarios, revistas y suplementos)
CANAL	Correo electrónico
OBJETIVO	Conseguir que nuestra agencia aparezca en la prensa, para dar a conocer su lanzamiento en el mercado.
ESTRATEGIA	Para que nos publiquen en los medios de comunicación seleccionados debemos realizar una nota de prensa de interés público. Nosotros optaremos por una interactiva, la cual tendrá incorporado nuestro vídeo corporativo para captar la atención del periodista, a parte de la noticia sobre nuestro lanzamiento. En la
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 10 - CONTRATACIÓN SOFTWARES Y HERRAMIENTAS NECESARIOS

TIMING	Contratación última semana de la fase de prelanzamiento, para utilizarlos a partir de septiembre
TARGET	Equipo de la agencia
CANAL	Vía online
OBJETIVO	Tener un control exhaustivo de todas las operaciones realizadas en la agencia y ser eficaces en todo momento.
ESTRATEGIA	Para la contabilidad de la agencia optaremos por la contratación de FreshBooks, un software de contabilidad y finanzas enfocado a pequeñas empresas y empresas en crecimiento. En cuanto a la gestión de proyectos, hemos seleccionado el software Trello, ya que nos facilita el seguimiento de los planes de proyectos activos, las tareas y el avance. Por último, para saber nuestra mención en medios, la herramienta de clipping que hemos escogido es Acceso360.
PRESUPUESTO	1.116,80€ (3 meses de la fase de lanzamiento)

ACCIÓN 11 - POSICIONAMIENTO EN GOOGLE MAPS

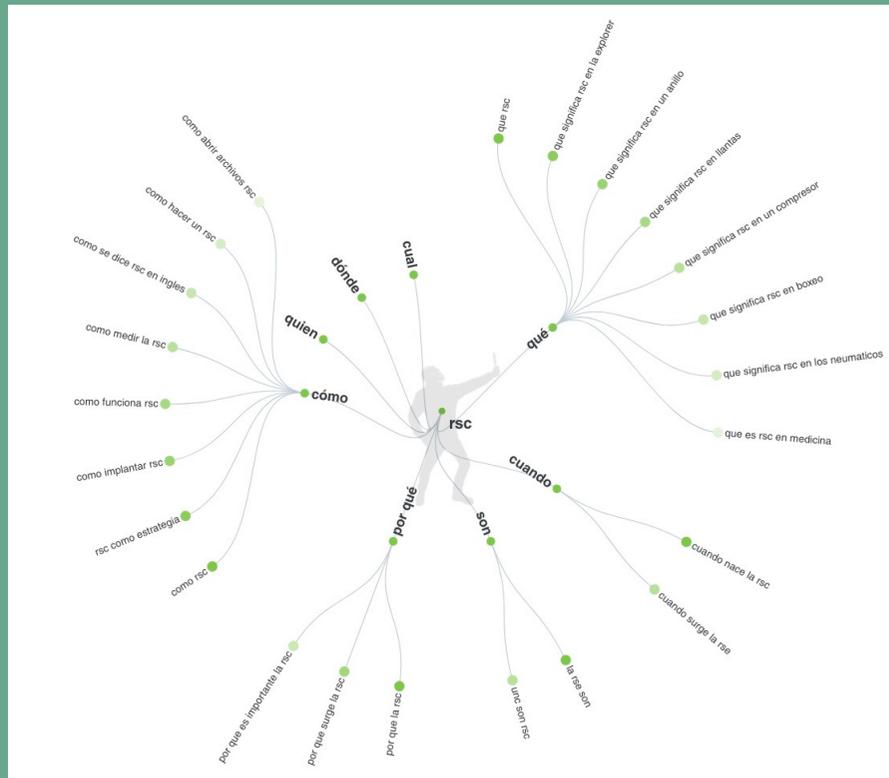
TIMING	Al activar la página web, el 1 de septiembre
TARGET	Todos
CANAL	Vía online (Google My Business)
OBJETIVO	Mejorar la visibilidad de la agencia y que esté mejor posicionada en los buscadores.
ESTRATEGIA	Daremos de alta la agencia en Google My Business y le crearemos un perfil para que aparezca en Google Maps y en los resultados locales de la búsqueda de Google. En la ficha añadiremos información relevante sobre nuestro negocio como el nombre, la dirección, el teléfono y la página web.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 12 - ESTRATEGIA SEO Y SEM

TIMING	Los 3 meses de lanzamiento
TARGET	Todos
CANAL	Vía online (buscadores)
OBJETIVO	Ganar visibilidad y conseguir mayor tráfico de nuestra página web.
ESTRATEGIA	Generalmente las personas tienen la concepción de que los resultados de arriba son los mejores y nos aporta seriedad. Para conseguir estar en los primeros hemos optado por hacer una estrategia conjunta de SEO y SEM (tanto gratuita como de pago por click). Realizaremos una identificación de palabras clave y un listado de los KPI's que mediremos para conocer la viabilidad de nuestra estrategia.
PRESUPUESTO	450€ para SEM (3 meses de lanzamiento)

Palabras clave

A partir de la herramienta *Answer the public* hemos recopilado las preguntas, búsquedas y sugerencias que realizan los usuarios en Internet, relacionadas con palabras clave de nuestro interés: agencia comunicación; agencia relaciones públicas y RSC. Debemos tener en cuenta, que conforme vayamos ampliando nuestro contenido en la página web, añadiremos más *keywords*.



Palabras clave

agencia comunicación barcelona
agencia comunicación
agencia relaciones públicas barcelona
agencia relaciones públicas
agencia comunicación y relaciones públicas
agencia de comunicación notas de prensa
por qué la comunicación es sumamente importante en las relaciones
entre las personas
por qué la comunicación
por que la comunicacion es importante
donde comunicacion
especialistas comunicación
especialistas relaciones públicas

rsc
rsc empresas
comunicación social
por que la rsc
por que es importante la rsc
rsc como estrategia
especialistas rsc

como implantar rsc
rsc para empresas
actividades rsc para empresas
rsc barcelona
rsc asesores
rsc empresas

ACCIÓN 13 - APLICACIÓN ACCIONES RSC EN LA AGENCIA

TIMING	Los 3 meses de lanzamiento
TARGET	Equipo de la agencia y clientes actuales y potenciales
CANAL	Oficina
OBJETIVO	Aplicar correctamente la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro día a día para conseguir la certificación RSC y mejorar nuestra reputación e imagen de marca.
ESTRATEGIA	Una vez inaugurada nuestra agencia, implementaremos en nuestra rutina acciones RSC enfocadas en la sostenibilidad y a los profesionales de nuestro equipo. Creemos que la clave está en tener un buen clima laboral en el que nuestros trabajadores estén cómodos, ya que de esta manera serán más productivos. Si conseguimos esto internamente, de cara a los clientes actuales y potenciales habrá una mayor armonía. Además, también es importante concienciarnos en cuanto al medio ambiente, realizando cambios en nuestra rutina.
PRESUPUESTO	4.095€

Acciones sostenibles

- Reciclaje en las papeleras de la oficina. En la cocina habrá un cubo de basura con sistema de separación de residuos (papel, plástico y orgánico). En el resto de papeleras de la oficina se destinará únicamente papel.
- El papel que utilizamos en la agencia tiene el certificado de hoja proveniente de bosques reutilizables (Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal, PRCF).
- Los utensilios de la cocina estarán fabricados de coco, bambú u hoja de palma.
- Para el material de oficina buscaremos su versión sin plástico: lápices subrayadores biodegradables, libretas de papel reciclado con el certificado PRCF, lápices de madera natural, gomas de borrar de caucho natural, etc.

Acciones enfocadas a los trabajadores

- Implementaremos un buzón de ideas, para que todo el equipo tenga voz y la opción de proponer nuevas perspectivas para mejorar a nivel corporativo. A final de mes valoraremos su viabilidad entre todo el equipo.
- Flexibilidad en el lugar. Nuestros trabajadores tendrán la opción de realizar teletrabajo cuando no sea necesario asistir a la agencia.
- Cada profesional tendrá la posibilidad de realizar 3 cursos de formación anuales, para que puedan obtener un conocimiento creciente en su ámbito.
- Cada viernes a las 9 de la mañana acostumbraremos a desayunar todos juntos. Cada semana un componente del equipo deberá sorprendernos con él.
- A las 18h en punto, sin dejar pasar ni un minuto, sonará una campana que marca el final de la jornada y nadie, absolutamente nadie, podrá quedarse trabajando más. Esto se realizará programando esta función en los ordenadores de la oficina, con la que activaremos un temporizador de 15 min de margen para que puedan guardar documentos. Con esta acción queremos que todos los empleados se sientan a gusto y descansados para poder trabajar con ganas cada día. También deberán organizarse la jornada de forma óptima, para que no se queden con las tareas a medias.

Acción enfocada a la sociedad

- Cada año, entre todo el equipo escogeremos una ONG para realizar una campaña de comunicación cobranding. De esta manera, ampliaremos nuestro conocimiento en el ámbito, nos solidarizaremos en una causa social y crearemos un vínculo con esta organización, de manera que si conseguimos los objetivos deseados nos tendrán en mente para una futura contratación. Esta acción nos ayudará a mejorar nuestra imagen como empresa socialmente responsable y además captaremos la atención del público de la ONG, quienes nos conocerán por realizar una acción con beneficio social.

ACCIÓN 14 - BRANDED CONTENT

TIMING	Segunda y tercera semana de octubre (martes y miércoles)
TARGET	Todos
CANAL	Revistas sobre comunicación, marketing, publicidad y relaciones públicas y portales de información seleccionados
OBJETIVO	Generar notoriedad y afinidad con los usuarios.
ESTRATEGIA	Apostaremos por la creación de contenido en los soportes seleccionados, que estará vinculado sutilmente con nuestra agencia de comunicación. Este contenido de marca es percibido como contenido nativo de los soportes por el lector. Es una estrategia de publicidad menos agresiva ya que no impactará directamente sobre nuestro core target, sino que este leerá un artículo sobre un tema que le interese y en él estará nombrada la agencia y lo que hacemos.
PRESUPUESTO	1.500€

ACCIÓN 15 - BLOG

TIMING	Octubre y noviembre (Cada 14 días, los martes publicación de un artículo en blog y LinkedIn, y el último jueves del mes, recopilación de noticias en LinkedIn).
TARGET	Todos
CANAL	Página web y LinkedIn
OBJETIVO	Captar la atención de nuestro core target a partir de contenido de valor gracias a su calidad, utilidad e interés.
ESTRATEGIA	Crearemos un blog en nuestra página web corporativa y en la red social LinkedIn que tratará sobre RSC i temas sociales. Mientras que en la página web colgaremos la publicación entera, en LinkedIn tan solo publicaremos un resumen del contenido, añadiendo el enlace directo al completo. Esta acción se realizará cada 15 días. En cuanto al LinkedIn, cada final de mes publicaremos una recopilación del top 10 noticias sociales o sobre RSC que han sucedido durante este. Gracias al blog conseguiremos posicionarnos como expertos en nuestro mercado, obtendremos más tráfico web y mejor SEO.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 16 - WEBINAR RSC

TIMING	Sesión el último jueves de octubre y noviembre. Abriremos las inscripciones una semana antes, y la grabación la publicaremos el mismo día del webinar.
TARGET	Todos
CANAL	Retransmisión en directo vía Zoom, pero después publicaremos la grabación del Webinar en nuestro canal de Youtube y algunos fragmentos en LinkedIn.
OBJETIVO	Interactuar de forma directa con nuestra audiencia y aumentar el tráfico web y el reconocimiento de marca.
ESTRATEGIA	Definiremos temas de interés para nuestro core target, relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa, y prepararemos la estructura, el guión y los recursos que utilizaremos como apoyo en los webinars. Para acceder a él, el usuario deberá inscribirse en nuestra newsletter a partir de una landing page. Una vez inscritos, recibirán un correo electrónico con la información del próximo webinar y el enlace a la sala de Zoom. De esta manera, entraran en nuestra base de datos y podremos analizar a qué usuario llegamos y mejorar nuestra estrategia.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 17 - GUÍAS RSC

TIMING	El último jueves de octubre y noviembre, coincidiendo con la sesión del webinar
TARGET	Todos
CANAL	Página web y Zoom
OBJETIVO	Profundizar en los temas tratados en los webinars de RSC.
ESTRATEGIA	Antes de finalizar el webinar, el conferenciante enviará a los asistentes la guía correspondiente, vía Zoom. En ella se repasará y se profundizará sobre los conocimientos adquiridos en el webinar. La guía también podrá descargarse en cualquier momento y por cualquier usuario a partir de un enlace en la página web. Este les redirigirá a una landing page en la que deberán rellenar una casilla con su correo electrónico. En el caso que ya estén en nuestra base de datos, recibirán directamente en su bandeja de entrada la guía. Si no, deberán rellenar un formulario, y entonces así, recibirán la guía y estarán inscritos a nuestra newsletter.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 18 - PROGRAMA PODCAST

TIMING	Cada 14 días, coincidiendo con los martes de noviembre (día que genera más descargas). La producción y edición de cada uno de los episodios se realizará las 2 semanas anteriores.
TARGET	Todos
CANAL	Spotify y página web
OBJETIVO	Posicionar la agencia en el sector de la RSC, las ONG's y los temas sociales de interés y fidelizar a nuestro core target.
ESTRATEGIA	Crearemos un programa de podcast que trate sobre temas sociales y que ofrezca contenido que capte la atención de nuestro core target. Esta plataforma de streaming es ideal para abordar temas muy específicos para audiencias muy concretas. Esta especialización será clave para conectar directamente con nuestro nicho de audiencia segmentada, crear un vínculo más estrecho y eficiente con ellos y ganarnos su fidelidad. La publicación de un nuevo programa será cada quince días y los compartiremos tanto en Spotify como en una sección de nuestra página web.
PRESUPUESTO	330€

PRIMER EPISODIO

Temática

Acogimiento familiar

Duración

30 minutos aproximadamente

Selección de fuentes

- Entrevista a Anna Traveria: Mujer de 54 años que ha acogido a 17 niños y niñas a lo largo de su vida.
- Focus Group con Ricard y Jordi Lloret: Hijos biológicos de Anna Traveria.
- 3 testimonios que han sido acogidos a lo largo de sus vidas

GUIÓN DEL PRIMER EPISODIO

SINTONÍA PROGRAMA

Locutora: Bienvenidos a Community, un podcast en el que hablaremos de temas sociales de vuestro interés. Cada mes publicaremos un story en nuestro Instagram en el que podréis proponernos opciones para los siguientes programas.

En este primer episodio vamos a ir ya directos por materia ya que hablaremos de un tema de especial cariño para mí y el cual quiero compartir con todos vosotros.

MÚSICA EP 1

Locutora: Si alguno de vosotros os habéis planteado poder ayudar a personas que lo necesitan, no es necesario que os vayáis hasta Kenya o la India para hacerlo. Fijaros en vuestro alrededor. Hay muchas personas a las que podemos ayudar, empezando por acoger a niños y niñas de manera temporal.

Testimonio 1: Nombre y edad
¿Por qué motivo necesitaste ser acogido/a?
¿Qué te ha aportado?

Locutora:

5. Entonces erais una familia bastante amplia, ¿como lo hacíais para ir por ejemplo el fin de semana a la playa todos juntos?
6. Por lo tanto, viviendo en el mismo momento en la misma casa, ¿cuántos habéis llegado a ser?
7. ¿Cómo has afrontado el hecho de ser tantos?
8. ¿Te sientes orgullosa de la familia formada?

Anna está muy bien acompañada, ya que tiene a ambos lados a dos de sus hijos biológicos: Ricard y Jordi, ¿qué tal, cómo estáis?

Aquí el motivo por el que tengo un cariño especial por este tema. Jordi fue mi compañero de piso en mi etapa universitaria y hasta el último año no conocí la maravillosa historia de su familia. Eso sí, para mí fue una inspiración para encaminar el tema de mi proyecto final de carrera y hacerlo realidad. Vamos a hablar sobre cómo lo habéis vivido vosotros:

1. El hecho de ver cómo iban llegando niños y niñas a casa, ¿qué os parecía?
2. Cuando os preguntan cuantos hermanos tenéis, ¿cómo lo explicáis?
3. ¿Cuál es la reacción por parte de los demás?
4. En un futuro, ¿tenéis en mente seguir los pasos de vuestros padres y acoger a niños que lo necesitan?

Gracias por acompañarnos en este primer episodio familia, estáis más que invitados a volver.

Locutora: ¿Qué os ha parecido la historia, increíble verdad? Si os habéis quedado con ganas de conocer más a esta familia y muchas de las anécdotas que deben tener, hacémoslo saber y, ¡vuestros deseos serán ordenes!

Bueno, nuevos miembros de esta comunidad, espero que hayáis disfrutado de este primer episodio tanto como lo he hecho yo. Las puertas están más que abiertas para todos vosotros.

SONIDO NOTIFICACIÓN

¡Ah! Y no olvidéis seguirnos en nuestro instagram @communityagency. Este jueves tendremos un live con Marta Vilardell, fundadora de la ONG Cigüeñas solidarias que contestará a todas vuestras preguntas.

Qué paséis buena semana y nos vemos en el siguiente episodio.

SINTONÍA PROGRAMA

ESCALETA DEL PRIMER EPISODIO

AUDIO	CONTENIDO	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO PARCIAL
PP SINTONÍA PROGRAMA		00:20	00:20
	Locutora: Bienvenidos a Community... ... con todos vosotros.	00:20	00:40
PP MÚSICA EP1		00:15	00:55
	Locutora: Si alguno de vosotros... ... niñas de manera temporal.	00:15	01:05
CORTE TESTIMONIO 1		01:00	02:05
CORTE TESTIMONIO 2		01:00	03:05
CORTE TESTIMONIO 3		01:00	04:05

AUDIO	CONTENIDO	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO PARCIAL
PP MÚSICA ENTREVISTA		00:20	04:25
PP2 MÚSICA ENTREVISTA	ENTREVISTA con Anna + FOCUS GROUP con Ricard y Jordi	20:00	24:25
	Locutora: ¿Qué os ha parecido la historia... ...abiertas para todos vosotros.	00:22	24:47
PP SONIDO NOTIFICACIÓN		00:03	24:50
	Locutora: ¡Ah! Y no olvidéis... ...en el siguiente episodio.	00:25	25:15
PP SINTONÍA PROGRAMA		00:20	25:45

ACCIÓN 19 - LIVES CON PROFESIONALES DEL SECTOR

TIMING	Los jueves de noviembre que coincidan con un nuevo episodio del programa de podcast (cada 14 días). La organización de este será durante las 2 semanas anteriores.
TARGET	Todos
CANAL	Instagram y Youtube
OBJETIVO	Interactuar con nuestros seguidores de forma directa y ágil.
ESTRATEGIA	Al final de cada programa podcast, invitaremos a nuestros oyentes a conectarse esa misma semana a un live de Instagram y Youtube, en el que hablaremos sobre el tema tratado ese quincenal con un especialista del ámbito. Además, en los stories de Instagram podremos promocionar de antemano el horario y la temática del live y añadir el sticker de preguntas, para saber qué quiere saber nuestra audiencia sobre el tema. Además, durante el live podemos responder a preguntas realizadas en directo por los presentes. Por lo tanto, las emisiones serán cada 15 días, después del lanzamiento de un nuevo programa de podcast.
PRESUPUESTO	0€

ACCIÓN 20 - NEWSLETTER

TIMING	Para que se inscriban en ella, programaremos en la página web un banner pop up que aparecerá, junto a la información del webinar y al apartado del podcast. La primera newsletter la enviaremos el primer jueves de noviembre, y su redacción y maquetación se hará la semana anterior al envío.
TARGET	Todos
CANAL	Página web
OBJETIVO	Generar confianza y fidelizar a nuestro público a partir de una comunicación personalizada.
ESTRATEGIA	En las páginas donde proporcionaremos los webinars y el podcast, se abrirá automáticamente un banner pop up para que el usuario se inscriba en nuestra newsletter. En octubre, la newsletter estará enfocada principalmente en el primer webinar. En cambio, en noviembre los usuarios inscritos recibirán información tanto del segundo webinar como del lanzamiento de un nuevo programa de Podcast. Debemos captar la atención de los usuarios y crearles expectativas positivas para que acaben participando en ambos formatos o en uno de ellos.
PRESUPUESTO	19€ (programación en la página web, entra en el presupuesto de mantenimiento web)

ACCIÓN 21 - CAMPAÑA PAID

TIMING	Todos los meses de lanzamiento
TARGET	Todos
CANAL	Vía online (Social Ads, Bumper Youtube, Banner display Spotify)
OBJETIVO	Ganar visibilidad llegando a los usuarios de forma más rápida, efectiva y directa y aumentar el tráfico web.
ESTRATEGIA	Gracias a la amplia variedad de formatos que disponemos con PAID media, optaremos por diferentes de ellos según el mensaje que queramos transmitir. El primer mes nos interesa promocionar el lanzamiento de la nueva agencia a partir de un teaser del vídeo corporativo. En octubre coincide que empezará el primer Webinar de RSC. Por lo tanto, promocionaremos este para llegar a más usuarios, y consecuentemente, más inscripciones en nuestra base de datos interna (landing page). Por último, en noviembre aprovecharemos el lanzamiento de nuestro programa de Podcast para promocionarlo y obtener más oyentes y tráfico web.
PRESUPUESTO	1.500€ (3 meses)

ACCIÓN 22 - ESTRATEGIA REMARKETING

TIMING	Durante los meses de octubre y noviembre
TARGET	Usuarios que visiten nuestra página web
CANAL	Google Ads
OBJETIVO	Conseguir más conversiones y rentabilizar la captación de usuarios y permanecer en sus recuerdos.
ESTRATEGIA	Crearemos impactos más personalizados para que los usuarios avancen en el embudo de conversión. De manera que los usuarios que visiten nuestra página web, marcaran una cookie y esta nos ayudará a realizar campañas de anuncios orientados a ellos. Por lo tanto, nuestra lista de remarketing irá enfocada a todos los visitantes de nuestra página web que han accedido el último mes.
PRESUPUESTO	1.800€

2. ÓPTICO TIMING

			jul-21																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
ACCIONES	Fecha inicio	Fecha final	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S
FASE PRELANZAMIENTO																																	
Creación del basic toolkit	01/07/2021	16/07/2021																															
Reforma de la oficina en base a la RSC	01/07/2021	31/07/2021																															
Preparación Welcome Pack	12/07/2021	30/07/2021																															
Dar a nuestro equipo el Welcome Pack	02/08/2021	02/08/2021																															
Diseño y creación página web	02/08/2021	27/08/2021																															
Creación redes sociales y canal de Youtube	23/08/2021	27/08/2021																															
Producción y edición vídeo corporativo	02/08/2021	27/08/2021																															
Creación base de datos Prensa	16/08/2021	27/08/2021																															
Preparación del evento de prensa	05/08/2021	30/08/2021																															
Redacción y diseño nota de prensa	16/08/2021	27/08/2021																															
Redacción y maquetación dossier de prensa	16/08/2021	27/08/2021																															
Envío Save the date para el desayuno de prensa	24/08/2021	24/08/2021																															
Contratación softwares y herramientas necesarios	23/08/2021	27/08/2021																															

			ago-21																													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
ACCIONES	Fecha inicio	Fecha final	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L
FASE PRELANZAMIENTO																																
Creación del basic toolkit	01/07/2021	16/07/2021																														
Reforma de la oficina en base a la RSC	01/07/2021	31/07/2021																														
Preparación Welcome Pack	12/07/2021	30/07/2021																														
Dar a nuestro equipo el Welcome Pack	02/08/2021	02/08/2021																														
Diseño y creación página web	02/08/2021	27/08/2021																														
Creación redes sociales y canal de Youtube	23/08/2021	27/08/2021																														
Producción y edición vídeo corporativo	02/08/2021	27/08/2021																														
Creación base de datos Prensa	16/08/2021	27/08/2021																														
Preparación del evento de prensa	02/08/2021	30/08/2021																														
Redacción y diseño nota de prensa	16/08/2021	27/08/2021																														
Redacción y maquetación dossier de prensa	16/08/2021	27/08/2021																														
Envío Save the date para el desayuno de prensa	24/08/2021	24/08/2021																														
Contratación softwares y herramientas necesarios	23/08/2021	27/08/2021																														

			oct-21																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
ACCIONES	Fecha inicio	Fecha final	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D			
FASE LANZAMIENTO																																				
Lanzamiento página web	01/09/2021	01/09/2021																																		
Posicionamiento en Google Maps	01/09/2021	01/09/2021																																		
Posicionamiento SEO y SEM	01/09/2021	30/11/2021																																		
Post lanzamiento redes sociales	01/09/2021	01/09/2021																																		
Publicación vídeo corporativo en Youtube	01/09/2021	01/09/2021																																		
Social Ads: Teaser vídeo corporativo	01/09/2021	30/09/2021																																		
Bumper Youtube: Teaser vídeo corporativo	01/09/2021	30/09/2021																																		
Planificación y publicación redes sociales y Youtube	01/09/2021	30/11/2021																																		
Dar a nuestro nuevo cliente el Welcome Pack	01/09/2021	30/11/2021																																		
Enviar invitación a los periodistas para el desayuno	02/09/2021	02/09/2021																																		
Celebración del desayuno de prensa	09/09/2021	09/09/2021																																		
Dar o enviar la nota de prensa y el dossier de prensa	09/09/2021	09/09/2021																																		
Aplicación de acciones RSC en la agencia	01/09/2021	30/11/2021																																		
Contratación estrategia branded content	01/10/2021	08/10/2021																																		
Publicación artículos branded content	12/10/2021	20/10/2021																																		
Programar nuevo apartado en la página web: blog	04/10/2021	04/10/2021																																		
Programar landing page para inscripción newsletter	11/10/2021	15/10/2021																																		
Publicación artículo en blog (Página web y LinkedIn)	05/10/2021	30/11/2021																																		
Webinars	28/10/2021	25/11/2021																																		
Informar sobre webinars en la página web	18/10/2021	25/11/2021																																		
Programar banner newsletter en información webinars	18/10/2021	15/11/2021																																		
Social Ads: Promoción webinars	18/10/2021	25/11/2021																																		
Publicación de la grabación webinars	28/10/2021	25/11/2021																																		
Crear guías RSC	14/10/2021	24/11/2021																																		
Publicar guías RSC	28/10/2021	25/11/2021																																		
Programar nuevo apartado en la página web: podcast	01/11/2021	01/11/2021																																		
Programar banner newsletter en apartado podcast	01/11/2021	01/11/2021																																		
Publicar capítulo podcast	02/11/2021	30/11/2021																																		
Producción y post-producción podcast	18/10/2021	29/11/2021																																		
Lives con profesionales	04/11/2021	18/11/2021																																		
Organización de los lives	21/10/2021	30/11/2021																																		
Social Ads: Promocionar programa podcast	02/11/2021	30/11/2021																																		
Overlay Spotify: Promocionar programa podcast	02/11/2021	30/11/2021																																		
Realización newsletter	28/10/2021	03/11/2021																																		
Enviar a nuestra base de datos la newsletter	04/11/2021	04/11/2021																																		

			nov-21																													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
ACCIONES	Fecha inicio	Fecha final	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M
FASE LANZAMIENTO																																
Lanzamiento página web	01/09/2021	01/09/2021																														
Posicionamiento en Google Maps	01/09/2021	01/09/2021																														
Posicionamiento SEO y SEM	01/09/2021	30/11/2021																														
Post lanzamiento redes sociales	01/09/2021	01/09/2021																														
Publicación vídeo corporativo en Youtube	01/09/2021	01/09/2021																														
Social Ads: Teaser vídeo corporativo	01/09/2021	30/09/2021																														
Bumper Youtube: Teaser vídeo corporativo	01/09/2021	30/09/2021																														
Planificación y publicación redes sociales y Youtube	01/09/2021	30/11/2021																														
Dar a nuestro nuevo cliente el Welcome Pack	01/09/2021	30/11/2021																														
Enviar invitación a los periodistas para el desayuno	02/09/2021	02/09/2021																														
Celebración del desayuno de prensa	09/09/2021	09/09/2021																														
Dar o enviar la nota de prensa y el dossier de prensa	09/09/2021	09/09/2021																														
Aplicación de acciones RSC en la agencia	01/09/2021	30/11/2021																														
Contratación estrategia branded content	01/10/2021	08/10/2021																														
Publicación artículos branded content	12/10/2021	20/10/2021																														
Programar nuevo apartado en la página web: blog	04/10/2021	04/10/2021																														
Programar landing page para inscripción newsletter	11/10/2021	15/10/2021																														
Publicación artículo en blog (Página web y LinkedIn)	05/10/2021	30/11/2021																														
Webinars	28/10/2021	25/11/2021																														
Informar sobre webinars en la página web	18/10/2021	25/11/2021																														
Programar banner newsletter en información webinars	18/10/2021	15/11/2021																														
Social Ads: Promoción webinars	18/10/2021	25/11/2021																														
Publicación de la grabación webinars	28/10/2021	25/11/2021																														
Crear guías RSC	14/10/2021	24/11/2021																														
Publicar guías RSC	28/10/2021	25/11/2021																														
Programar nuevo apartado en la página web: podcast	01/11/2021	01/11/2021																														
Programar banner newsletter en apartado podcast	01/11/2021	01/11/2021																														
Publicar capítulo podcast	02/11/2021	30/11/2021																														
Producción y post-producción podcast	18/10/2021	29/11/2021																														
Lives con profesionales	04/11/2021	18/11/2021																														
Organización de los lives	21/10/2021	30/11/2021																														
Social Ads: Promocionar programa podcast	02/11/2021	30/11/2021																														
Overlay Spotify: Promocionar programa podcast	02/11/2021	30/11/2021																														
Realización newsletter	28/10/2021	03/11/2021																														
Enviar a nuestra base de datos la newsletter	04/11/2021	04/11/2021																														

3. EVALUACIÓN

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 1: CREACIÓN BASIC TOOLKIT

- Reconocimiento de marca
- Asociación de la identidad con la marca
- Experiencia del cliente

ACCIÓN 2: REFORMA DE LA OFICINA EN BASE A LA RSC

- Certificación RSC
- Ahorro de costes y beneficios productivos
- Mejor reputación
- Impacto económico, social y medioambiental
- Transparencia en la información
- Inclusión Social
- Promoción de la Responsabilidad Social

ACCIÓN 3: CREACIÓN PÁGINA WEB

- Número de visitantes
- Ratio de usuario nuevo/recurrente
- Duración de la sesión
- Tasa de rebote
- Visitas orgánicas
- Tiempo medio de carga de la página
- Tiempo medio en la página
- Ratio de Conversión

ACCIÓN 4: CREACIÓN Y PLANIFICACIÓN REDES SOCIALES Y CANAL DE YOUTUBE

KPI'S A MEDIR

Instagram:

- Número de seguidores
- Engagement e interacción: likes, comentarios, reproducciones de vídeos, publicaciones guardadas, número de clics en el enlace de la página web
- Publicaciones y optimización
- Tráfico de referencias
- Alcance estimado

LinkedIn:

- Tamaño de la red de contactos de LinkedIn
- El número de invitaciones entrantes
- Porcentaje de visitas al perfil
- Número de citaciones
- Número y porcentaje de clientes conseguidos vía LinkedIn
- N° de consultas recibidas
- Interacción de tus publicaciones de LinkedIn

Youtube:

- Total de suscriptores
- Total de reproducciones canal
- Nuevas reproducciones del canal y por video
- Engagement
- Retención de la Audiencia
- Fuentes de tráfico

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 5: VIDEO CORPORATIVO

- Reproducciones
- Clics
- Acciones obtenidas
- Espectadores de videos: video reproducido hasta 25%, 50%, 75% o 100%
- Suscriptores obtenidos
- Me gusta obtenidos
- Compartidos obtenidos
- Fuentes de tráfico

ACCIÓN 6: WELCOME PACK

- Satisfacción de los trabajadores
- Experiencia de los clientes

ACCIÓN 7: DESAYUNO DE PRENSA

- Número de asistentes
- Nota de prensa en el medio de comunicación
- Reputación de la marca
- Información mencionada correctamente
- Contratación de nuestros servicios a raíz de la publicación en prensa

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 8: DOSSIER DE PRENSA

ACCIÓN 9: NOTA DE PRENSA

- Publicaciones en los medios
- Tipología de contenido: noticia, entrevista, reportaje
- Tipo de medio en el que aparece
- Mensaje que transmite positivo, neutral o negativo
- Información sobre la agencia mencionada por el medio
- Aumento de visitas a la página web
- Linkbuilding, enlace de medios hacia nuestra web (digital)

ACCIÓN 10: CONTRATACIÓN SOFTWARES Y HERRAMIENTAS NECESARIOS

- Eficacia en la organización de proyectos
- Cumplimiento de timing
- Priorización de proyectos
- Seguimiento de menciones en los medios
- Clasificación de la información
- Presentación de resultados
- Viralidad
- Reputación mediática
- Conocimiento de las acciones de la competencia
- Presupuestos eficaces
- Ahorro de tiempo
- Agilización de tareas

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 11: POSICIONAMIENTO EN GOOGLE MAPS

ACCIÓN 12: ESTRATEGIA SEO Y SEM

- Tasa de clics (CTR)
- Audiencia
- Número de visitantes
- Duración de la sesión
- Tasa de rebote
- Tiempo medio en la página
- Tiempo en cargar la página
- Tasa de conversión
- ROI
- Índice de visibilidad
- Posición en los rankings
- Páginas de salida

ACCIÓN 13: APLICACIÓN ACCIONES RSC EN LA AGENCIA

- Certificación RSC
- Código de Ética
- Balance Social
- Condiciones Laborales
- Desarrollo y Participación de los empleados
- Inclusión Social
- Promoción de la Responsabilidad Social
- Relaciones con Terceros
- Medio Ambiente

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 14: BRANDED CONTENT

- Branding: recuerdo de marca, mención espontánea
- Engagement: audiencias, leads, consultas, engagement, visita a la web
- Tráfico orgánico en la página web
- Cantidad de referencias
- Impacto en las redes sociales
- Interés o contratación servicios

ACCIÓN 15: BLOG

- Usuarios nuevos potenciales
- Porcentaje de rebote
- Contenidos de mayor interés
- Profundidad de las visitas
- Fidelización de los usuarios
- Conversión
- Tráfico por canales
- Referencias

ACCIÓN 16: WEBINAR RSC

- Registro vs asistencia
- Retención de espectadores
- Preguntas
- Descarga de la guía RSC
- Leads y conversiones
- Coste por lead

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 17: GUÍAS RSC

- Descargas de la guía
- Inscripción a la newsletter
- Tráfico web
- Nuevos usuarios potenciales
- Contenidos de mayor interés
- Referencias

ACCIÓN 18: PROGRAMA PODCAST

- Starts totales acumuladas
- Streams totales acumulados
- Listeners totales acumulados
- Followers totales acumulados
- Starts, streams, listeners y followers del mes en cada episodio publicado

ACCIÓN 19: LIVES CON PROFESIONALES DEL SECTOR

- Visualizaciones
- Usuarios únicos
- Momento que logró tener más visualizaciones durante la transmisión
- Tiempo de reproducción
- Nivel de interacción (engagement)

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 20: NEWSLETTER

- Número de suscriptores
- Tasa de entrega
- Tasa de rebote
- Tasa de apertura
- Tasa móvil
- Tasa de Clic
- Tasa de reactividad
- Tasa de cancelación
- Tasa de quejas por spam
- Tasa de conversión
- Compartir contenidos en las redes sociales

ACCIÓN 21: CAMPAÑA PAID

Social Ads:

- Visibilidad
- Tráfico web
- Fidelización clientes
- Alcance
- Impresiones
- Frecuencia
- Resultados
- Coste Total
- Coste por clic
- Tasa de conversión de clic

KPI'S A MEDIR

ACCIÓN 21: CAMPAÑA PAID

Bumper Youtube y banner display en Spotify:

- Vistas
- Impresiones
- Usuarios únicos
- Índice de reconocimiento
- Índice de memorabilidad
- Tasa de post impresión
- Tiempo de vista
- Índice de favoralidad
- Índice de consideración
- Valoración de marca
- Clics

ACCIÓN 22: ESTRATEGIA REMARKETING

- Impresiones
- Clics
- Tasa de clics
- Costo por clic
- Conversión postimpresión
- Conversión de clic
- Retorno de la inversión publicitaria

4. PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

ACCIÓN 1 - CREACIÓN BASIC TOOLKIT		
		0€
ACCIÓN 2 - REFORMA DE LA OFICINA EN BASE A LA RSC		
Reforma	16.320€	30.800€
Mobiliario, decoración y equipos informáticos	14.480€	
ACCIÓN 3 - CREACIÓN PÁGINA WEB		
Creación de la página web	1.050€	1.407€
Mantenimiento de la página web	119€/mes x 3 meses = 357€	
ACCIÓN 4 - CREACIÓN Y PLANIFICACIÓN REDES SOCIALES Y CANAL DE YOUTUBE		
		0€
ACCIÓN 5 - VÍDEO CORPORATIVO		
Productora (guión, producción, post-producción)	899€	1048€
Adaptación teaser	149€	

*Precios sin IVA

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

ACCIÓN 6 - WELCOME PACK		619,20€
Caja de kraft reciclado personalizada	2,63€ x 30 unidades = 78,9€	
Botella de vidrio con tapón de bambú personalizada	5,8€ x 30 unidades = 174€	
Daily tote bag personalizado	4,38€ x 30 unidades = 131,4€	
Cuaderno educativo en papel reciclado	7,83€ x 30 unidades = 234,9€	
ACCIÓN 7 - DESAYUNO DE PRENSA		3.009€
Alquiler del espacio del evento	65€/h x 4 horas = 260€	
Desayuno (contratación servicio catering)	13€/persona x 10 = 130€	
Tarima: alquiler, montaje y desmontaje, transporte	450€	
Contratación cantautor (dietas y transporte)	500€	
Equipo audiovisual y de sonido: alquiler y transporte	450€	
Técnico de sonido y audiovisual (dietas y transporte)	25€/h x 4 horas = 100€	
Fotógrafo y reportaje fotográfico	250€	

*Precios sin IVA

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

Servicio de limpieza	50€	
Kit para los periodistas	11,54€/pers. x 6 periodistas = 69,24€	
Transporte y dietas periodistas	250€	
Posibles imprevistos	500€	
ACCIÓN 8 - DOSSIER DE PRENSA		
		0€
ACCIÓN 9 - NOTA DE PRENSA		
		0€
ACCIÓN 10 - CONTRATACIÓN SOFTWARES Y HERRAMIENTAS NECESARIOS		
Tarifa FreschBooks	12,27€/mes x 3 meses = 36,81€	1.116,80€
Tarifa Trello	10€/mes x 3 meses = 30€	
Tarifa Acceso360	350€/mes x 3 meses = 1.050€	

*Precios sin IVA

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

ACCIÓN 11 - POSICIONAMIENTO EN GOOGLE MAPS		
		0€
ACCIÓN 12 - ESTRATEGIA SEO Y SEM		
Inversión en clics	150€/mes x 3 meses = 450€	450€
ACCIÓN 13 - APLICACIÓN ACCIONES RSC EN LA AGENCIA		
Utensilios de cocina	215€	4.095€
Basura	60€	
Material de oficina	350€	
Cursos del personal	30€/curso x 3 cursos/pers. x 5 personas = 450€	
Buzón	20€	
Campaña de comunicación ONG	3.000€	
ACCIÓN 14 - BRANDED CONTENT		
Artículo de Branded Content	150€/artículo x 5 soportes x 2 semanas = 1.500€	1.500€

*Precios sin IVA

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

ACCIÓN 15 - BLOG		
		0€
ACCIÓN 16 - WEBINAR RSC		
		0€
ACCIÓN 17 - GUÍAS RSC		
		0€
ACCIÓN 18 - PROGRAMA PODCAST		
Alquiler estudio	45€/h x 2h/programa x 3 programas = 270€	330€
Técnico de sonido	10€/h x 6 horas = 60€	
ACCIÓN 19 - LIVES CON PROFESIONALES DEL SECTOR		
		0€
ACCIÓN 20 - NEWSLETTER		
Envío de newsletters (10.000 emails máximo)	19€	19€

*Precios sin IVA

4.1. PRESUPUESTO DESPLEGADO POR ACCIONES

ACCIÓN 21 - CAMPAÑA PAID		
Social Ads	100€/mes x 3 meses = 300€	1.500€
Bumper Youtube	10€/día x 30 días = 300€	
Banner Display Spotify	30€/día x 30 días = 900€	
ACCIÓN 22 - ESTRATEGIA REMARKETING		
Campaña remarketing	900€/mes x 2 meses = 1.800€	1.800€

*Precios sin IVA

4.2. PRESUPUESTO FINAL DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN	PRESUPUESTO
Creación Basic Toolkit	0€
Reforma de la oficina en base a la RSC	
Creación página web	1.407€
Creación y planificación redes sociales y canal de Youtube	0€
Vídeo corporativo	1.048€
Welcome pack	619,20€
Desayuno de prensa	3.009€
Dossier de prensa	0€
Nota de prensa	0€
Contratación softwares y herramientas necesarios	1.116,80€
Posicionamiento en Google Maps	0€
Estrategia SEO y SEM	450€
Aplicación acciones RSC en la agencia	4.095€

*Precios sin IVA

4.2. PRESUPUESTO FINAL DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN	PRESUPUESTO
Branded Content	1.500€
Blog	0€
Webinar RSC	0€
Guías RSC	0€
Programa Podcast	330€
Lives con profesionales del sector	0€
Newsletter	19€
Campaña PAID	1.500€
Estrategia remarketing	1.800€
15% honorarios de la agencia	2.534,10€
- 15% honorarios de la agencia	- 2.534,10€
TOTAL PRESUPUESTO CAMPAÑA COMUNICACIÓN	16.894€

*Precios sin IVA

