



MODULO 8: Nuevas Tecnologías de la Información

## Ejercicios prácticos

**Profesor:** Francisco Fernández

**Autor:** Andrea De Santis

### MATRIZ ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA EMPRESA SUPERMECARDOS GARCIA

Estrategia	Programas	Acciones	Canales	Indicadores
<p><b>Construir relaciones con los públicos a través de las TIC's</b></p>	<p><b>Portal web Corporativo como espacio de relación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de la empresa en el portal a través de su historia, estructura, oferta de productos y servicios, públicos.</li> <li>- Actualización constante de noticias sobre la actividad de la empresa y sus personas.</li> <li>- Gestión de la comunicación INT/EXT de la institución.</li> <li>- Espacios de participación e interacción</li> <li>- Personalización de la relación con información, aplicaciones y servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet, portal web corporativo</li> <li>- Portal web corporativo y teléfonos móviles</li> <li>- E-mails de contactos, directorio de teléfonos y direcciones, buzón de sugerencias y FAQ.</li> <li>Zona privada (INT), Sistema de compra online en el portal,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% contenidos publicados y actualizados</li> <li>Nº noticias publicadas por semana</li> <li>Frecuencia de actualización.</li> <li>-Nº procesos realizados en el portal</li> <li>-% efectividad en el uso de herramientas</li> <li>- Nivel de satisfacción del usuario</li> <li>- N° participantes</li> <li>- % visitas y participación</li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><b>Gestión del diálogo y la relación con los públicos de interés</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediciones semestrales de la satisfacción de los públicos.</li> <li>- Espacios de dialogo con públicos internos y externos.</li> <li>- Proyectos de co-responsabilidad para el desarrollo de la empresa.(PUB INTERNOS)</li> <li>- Sistema de gestión de servicios para públicos internos y externos.</li> </ul>	<p>Redes sociales y portal web</p> <p>Redes sociales, foros, videoconferencias</p> <p>Zonas privada y pública del portal web, redes sociales</p> <p>- Zonas privada y pública del portal web, redes sociales</p>	<p>-Nivel de satisfacción de los clientes/usuarios.</p> <p>-Nº encuentros virtuales con usuarios.</p> <p>- % contactos positivos vs. negativo</p> <p>-% asistentes</p> <p>- Índice de percepción de la imagen.</p> <p>- Nº nuevas ideas generadas</p> <p>-Nº servicios activos</p> <p>-% efectividad de los procesos</p> <p>-Nivel de percepción generada</p>

	<p><b>Construcción de la reputación online</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Portal web centro de la comunicación destinada a público internos y externos.</li> <li>- Portal web accesible y usable para todos sus usuarios.</li> <li>- Difusión de información segmentada por discriminación del público.</li> <li>- Valoración de la identidad institucional</li> </ul>	<p>- Portal web, redes sociales</p> <p>-Portal web</p> <p>-Portal web, listado de distribución, sindicación de contenidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trafico en el portal</li> <li>-Nivel de aceptación y participación de trabajadores</li> <li>-Nº seguidores en redes</li> <li>- Tests de accesibilidad y usabilidad</li> <li>- Nº suscriptores de contenidos</li> <li>- Nivel de satisfacción del usuario</li> </ul>
--	--	---	---	--