



MEDYARTE

COMUNICACIÓN · MARKETING · GESTIÓN CULTURAL

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EMPRESAS

PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN,
RELACIONES PÚBLICAS Y EVENTOS PARA HOSTELERÍA,
EMPRESAS CULTURALES Y PYMES EN GENERAL

PERIODISTA Y GESTOR CULTURAL

JESÚS A. CAÑAS CARRILLO

PUNTO DE PARTIDA

Decía Albert Einstein que “en los momentos de crisis sólo la imaginación es más importante que el conocimiento”. En efecto nos encontramos en un tiempos de crisis, pero entendiendo esta en el concepto más positivo de la palabra. Es decir, esa acepción de la Real Academia que se refiere al término ‘crisis’ como “instante decisivo en el desarrollo de un proceso que implica un cambio”. Nos encontramos en un contexto social en el que quien no comunica no existe. Personas a instituciones de diversa índole están hoy presentes en la nueva realidad comunicativa: páginas webs, redes sociales, blogs y medios generalistas.

No se trata solo de hacer un excelente trabajo de puertas para adentro, sino comunicarlo de la forma más eficiente posible. Es en este contexto de cambio, donde todas estas nuevas herramientas poseen un potencial hasta hace poco inexistente para llegar a clientes, potenciales clientes y sociedad en general. En esta situación, las empresas en general tienen mucho que decir, máxime cuando se trata de empresas relacionadas con el mundo de la hostelería, la cultura o claramente identificadas con saberes y tradiciones de profunda raigambre etnológica.

Objetivos

Con todo ello, el presente plan de comunicación empresarial plantea una serie de objetivos claros para mejorar la presencia de dicha institución y su reputación.

- Promocionar a la empresa en cuestión con el fin de llegar a su público objetivo, algo que se trabaja mediante la:
 - Dinamización de su presencia offline. Medios de comunicación clásicos: prensa escrita, radio y Tv.
 - Dinamización de su presencia online. En 90% de los españoles consulta opiniones de otros usuarios de la red antes de realizar una compra de producto/servicio.
- Confeccionar mensajes claros de acuerdo a la filosofía del negocio, reforzando sus puntos fuertes. Arrojar creatividad y frescura para “vender” mensajes que encajen a nivel mediático.
- Comunicar cualquier actuación susceptible de ser noticia (novedades, promociones, cambios de carta, jornadas y eventos, reconocimientos, etc.).
- Que salgan de forma regular en medios de comunicación, así como la gestión de la inclusión en guías gastronómicas impresas y en los buscadores de las páginas webs especializadas, ya que es la mejor vía de llegar al consumidor final de forma rápida y eficaz.

ACCIONES

Trabajo preliminar

- Como inicio de los servicios prestados, será necesario la puesta en marcha de todo el proceso de gestión de la comunicación. Para ello, es necesario un trabajo preliminar centrado en la concreción de los objetivos en función de las necesidades de la empresa en cuestión.
- Paralelamente, será necesario la recopilación de información para la comunicación. Se trata de información tal como misión de la empresa, productos y servicios a comunicar, fotografías o vídeos.
- Realización de la segmentación de medios y/o canales adecuados para la puesta en marcha del plan de comunicación y garantizar así su éxito.
- Preparación del ‘mensaje’ a transmitir, adaptado a los distintos medios o canales necesarios para la acción comunicativa.

Puesta en marcha y/o actualización de la página web

Puesta en marcha de la web de la empresa con diseño corporativo propio, en función de los intereses de la empresa y basado en la imagen de marca de la misma. Se trata de un servicio que cubre por completo todo el proceso de creación de la web, desde el mencionado diseño a la programación, pasando por el hosting. Igualmente, posteriormente se mantendría y actualizaría la web en función de las necesidades del negocio.

Por otra parte, se realizarán campañas de posicionamiento web o SEO. Conscientes de la importancia de la optimización de los motores de búsqueda, la web se diseñará pensando en esta premisa clave. Posteriormente, en el mantenimiento se generarán con frecuencia contenidos de calidad que fomenten el posicionamiento que se trabajará tanto de forma interna como externa

Dinamización y reputación online

Facebook: Se trata de una de las redes sociales más destacadas para una empresa. El presente plan implica la creación y/o gestión de una página de Facebook para la empresa. El objetivo es llegar a los clientes y potenciales clientes a través de información diaria y actualizada de las novedades, promociones y ofertas de la empresa. Todo ello, con el objetivo del incremento del número de seguidores, aumentando así el público objetivo receptor de toda la información. Para

ello, se contempla la difusión de información y contenidos, fotografías, vídeos y eventos. Todo ello, creado o recopilado específicamente para esta acción comunicativa.

Blog: Creación y/o gestión de una página de blog. Implica la creación y el diseño de una página de acuerdo con el diseño, colores y tipografías propios de la imagen de la empresa. La creación de post periódicos mejora la reputación online por medio de la creación de contenidos de calidad relativos a información de la propia empresa o de aspectos informativos relacionados con el negocio en cuestión. Además, estos contenidos favorecen la inmediatez informativa por encima de una página web clásica. Igualmente, los post sirven para ser compartidos y difundidos por el resto de redes y medios online.

Twitter: creación y/o gestión del perfil en Twitter para mejorar la reputación online en este medio. Para ello se contempla la publicación diaria de tweets que condensen novedades, ofertas e informaciones relativas a la empresa. Igualmente, se creará o recopilará la información o material necesario para esta tarea.

Foursquare: Creación y gestión del perfil de la empresa en Foursquare una red social de geolocalización especialmente útil para mejorar la reputación online gracias a la experiencia de los clientes que ya han visitado el establecimiento o lugar de la empresa.

Pinterest: Creación de perfil y gestión del mismo en Pinterest. Se trata de la creación de pines de fotografías especialmente útil para aquellas empresas o establecimientos que generen contenidos visuales. Eso genera reputación online entre clientes y potenciales clientes.

Tripadvisor: Gestión del perfil de Tripadvisor, una red fundamental para establecimientos de hostelería y espacios culturales. Se trata de una red de referencia para viajeros que suelen consultarla para conocer la reputación de la que goza una determinada empresa de servicios, antes de visitarla o consumir sus productos. La gestión implica la actualización de la información básica del establecimiento, la subida de fotos de calidad y la gestión de los comentarios para conseguir elevar la posición de la empresa en la clasificación en la web.

Youtube: Gestión de perfil en Youtube en el que subir vídeos que se posean sobre el negocio. Igualmente se controlarán los comentarios o contenidos que se generen, al igual que el posicionamiento de dichos vídeos por medios de su publicación en redes sociales.

Medios de comunicación

Notas de prensa: Realización de notas de prensa para difundir a los medios de comunicación generalistas y especializados de aquella información novedosa. Dichas notas de prensa se enviarán de forma segmentada a aquellos medios locales y nacionales especializados para

garantizar así la mejor recepción y consideración de la información por parte de los periodistas. Igualmente, las notas de prensa se enviarán a blogs de aquellos líderes de opinión propios del sector de la empresa en cuestión.

Gestión de visitas de periodistas y blogueros: Como forma de llegar específicamente a los medios de comunicación y periodistas se plantea la organización de blogtrip o viajes para periodistas para que éstos conozcan el establecimiento en cuestión y escriban sobre él en su respectivos medios. El servicio se basa en la búsqueda y contacto del periodista, gestión del transporte y el alojamiento y atención al periodista/bloguero durante su estancia.

Relaciones públicas

Atención a periodistas en labores propias de relaciones públicas de la empresa. Se trata por tanto de la atención vía correo, presencialmente o telefónica de aquellas necesidades que puedan tener los periodistas. El fin es que los periodistas tengan en cuenta a sus clientes en los reportajes que realicen, así como que las guías especializadas, tanto de los diferentes suplementos de los diarios como de las revistas e Internet, introduzcan los datos en sus directorios de búsqueda. De acuerdo con las estrategias a seguir en cada momento, se identificarán los medios más adecuados.

Eventos y acciones de promoción y dinamización

Lanzamientos de ofertas y promociones para acciones turísticas o de imagen local. Como ejemplo, se propone realizar concursos en redes sociales que supongan la viralización y reputación social u online. Mientras, para un público visitante se propone llegar a acuerdos con otras empresas para la venta de paquetes conjuntos o acuerdos estratégicos.

Para trabajar en la imagen y significación de la empresa, se propone que el negocio esté abierto a la ciudadanía. Se trata de la organización de eventos tales como exposiciones, conferencias, tertulias, presentaciones o cualquier tipo de acto u evento que sirva para hacer publicidad directa del negocio.

Para aquellas empresas que tengan como parte de su línea de negocio la organización de eventos, se plantea la gestión de dichos eventos en todo lo referente a la organización previa y durante el evento, ya sea este de carácter cultural o de hostelería.

Gestión de reservas

Para aquellas empresas que implican o necesitan de reservas previas para prestar sus servicios (hostelería y cultura) se plantea el servicio de gestión de todas aquellas reservas que lleguen tanto por perfiles en redes sociales, como por correo electrónico.

EJEMPLOS

Nuestros clientes:

Restaurante Café Royalty

Hacienda El Rosalejo

Galería Benot

El Rincón de Pascual



MULTIPLICANDO EL NÚMERO DE SEGUIDORES POR DOS EN OCHO MESES



EXPOSICIONES

Restaurante Cafe Royalty

Plaza Candelaria, Cádiz, España

+34 956 07 80 65 [Página web](#) [E-mail](#) [Actualizar datos del restaurante](#)

[Guardar](#)

DISEÑO DE CARTELERÍA

GESTIÓN DEL PERFIL EN TRIPADVISOR



En el puesto nº 6 de 274 restaurantes en Cádiz

151 Opiniones

Intervalo de precios: 13 € - 25 €

Cocina: Internacional

[Más información detallada del restaurante](#)

[Menú en Restaurante -70%](#)

[www.letsbonus.com/](#) Come con un 70% de Dto Tu Menú. Aprovecha la Oferta Ahora!

Enlaces patrocinados




RESERVA DESTINOS COMO ESTE EN

EL PAÍS Viajes

PISTAS

Un café cada cien años

El Royalty, abierto hace un siglo en Cádiz, es el último de los cafés románticos andaluces

ISIDORO MERINO | 21 JUN 2013 - 00:00 CET

Archivado en: [Cafeterías](#) [Cádiz](#) [Viajes](#) [Hostelería](#) [Andalucía](#) [Ofertas turísticas](#) [España](#) [Turismo](#)

283 [Twitter](#) 29 [LinkedIn](#) 7 [Google+](#) 0 [Facebook](#) [Enviar](#) [Imprimir](#) [Guardar](#)

GESTIÓN DE APARICIONES EN PRENSA NACIONAL

Inicio / [Viajes](#) / [Placeres](#)

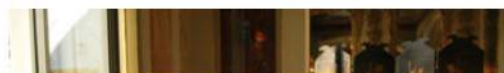
[VIAJES](#) [GUÍAS](#) [RANKINGS](#) [EN LA RED](#) [Q](#)

cultura, cafeína y felicidad. No imagino un momento mejor. Quizá ellas sí. Pero quién las entiende.

Y pasan los minutos -lentos-, se desprecian los gatos y la mañana se abre como una sonrisa. Despierta la ciudad. Despierta el universo. Las piezas de este mundo extraño van encajando, una a una, como un Tetris esencial. Hay que vivir -sí- pero antes, hay que desayunar. Estos son los mejores cinco desayunos de España.

"Sólo las personas aburridas son brillantes en el desayuno" (Oscar Wilde)

Café Royalty (Plaza de Candelaria, Cádiz) fundado en 1912 (sí, celebrando la Constitución) probablemente el único café romántico histórico en pie -y bien en pie- en Andalucía y uno de los mejores desayunos que recuerdo, bajo el techo con los lienzos de Felipe Abarzuza y la porcelana inglesa de principios de siglo. Hablo con Paco González (el cocinero) me da algunas claves de cada uno de los desayunos de la carta. Desayuno andaluz: tosta con jamón y zumo de naranja ecológica, el pan de pueblo es de Olvera. Continental: bollería, zumo, café, chocolate, tostadas con aceite de oliva. Americano: huevos de Conil preparados de seis formas diferentes; revuelto, frito, pasado por agua, estrellado, al espejo o benedictinos y tortinas con nata y sirope de arce. Brunch: bollería, huevos, saichichas, bacon, salmón ahumado, ensaladas, de to-do.



03. 25 fotos que te harán sentirte afortunado de vivir en Madrid esta primavera

04. 30 prejuicios sobre la gastronomía española

05. Calas desafiadoras y otras 19 razones para viajar a Menorca en primavera

06. 38 cosas que siempre recordarás del Interral

07. Cómo comportarse en el extranjero: expresiones y gestos que pueden ser ofensivos

08. Los 10 lugares más locos para hacerse un selfie

09. Cómo diseñar el menú de restaurante perfecto

10. Diez motivos para visitar el nuevo Museo Arqueológico Nacional

TRAVELER EN FACEBOOK

Condé Nast Traveler España [Me gusta](#) [Te gusta esto.](#)

DE CONTACTO:

**Jesús A. Cañas Carrillo**

Periodista y gestor cultural

jesusccarrillo@gmail.com

669408707

Twitter: @jesusccarrillo

LinkedIn: <http://lnkd.in/A-b2yi>**Currículum Vitae:**

Jesús A. Cañas Carrillo es **licenciado en Periodismo** por la Universidad de Sevilla (promoción 2006-2011). Desde bien pronto comienza su andadura en la profesión, primero como prácticas y luego como **redactor de La Voz de Cádiz** (Grupo Vocento) donde desempeña distintas tareas en las secciones de digital, diseño, local o cultura.

De forma paralela, comienza su formación en el campo del patrimonio cultural, primero de forma autodidacta y luego en formación reglada. Así, es **máster en Arquitectura y Patrimonio Histórico** por la Universidad de Sevilla y el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico (edición 2013), donde se gradúa con un proyecto fin de máster sobre las torres miradores de Cádiz, puntuado con sobresaliente. Igualmente posee formación sobre la **difusión digital de actividades culturales**, gracias al curso realizado en el Campus Europeo de Formación Permanente, Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas, Universidad Miguel de Cervantes.

En el campo del patrimonio cultural posee experiencia gracias a sus estancias en el gabinete de comunicación del **Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico** y los proyectos de dinamización y difusión del patrimonio realizados en el seno del máster. Es en este momento cuando comienza su andadura al frente de la comunicación, relaciones públicas y gestión de eventos en el Restaurante Café Royalty, establecimiento de hostelería señero de Cádiz al que aún sigue vinculado. Además, con su empresa MEDYARTE gestiona la comunicación de empresas como Hacienda El Rosalejo, Galería Benot o El Rincón de Pascual.