

IPRAM

Admon.

Madelin Mo

Mayte Escobar

Tarea #2

5to. Admōn

2127

5 Tipos de

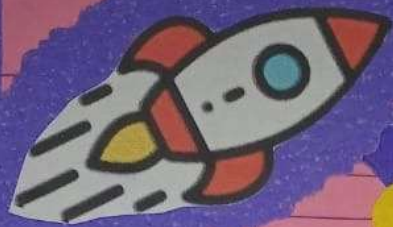
Estrategias

de

Comunicación

en una

Empresa



* Estrategia de Lanzamiento *

En esta fase el primer impacto es fundamental. No conocen a nuestra empresa, negocio, marca o producto, y la primera impresión será fundamental.

será muy importante analizar bien muchos factores para que este lanzamiento sea efectivo.

Entre otros aspectos, será básico elegir el momento adecuado.

Y tendremos que aprovechar todos los canales y alianzas que podemos para conseguir este impacto que necesitamos.



Estrategia de Visibilidad ☺

La visibilidad de marca, será muy importante en nuestra estrategia de marketing, comunicación.

En esta fase, nuestro esfuerzo estará centrado en darnos a conocer y ser más visibles.

En esta fase, podremos apostar por campañas de marketing en redes sociales, colaboraciones con influencers o con medios de comunicación.

También podremos utilizar otros canales de pago para darnos a conocer de una forma más inmediata como la publicidad en redes sociales u otros.

Estas medidas nos ayudarán a amplificar nuestra visibilidad, serán el apoyo que necesitamos para ser más visibles.

Several red hearts of different sizes are drawn around the top left of the page, some overlapping. The notebook page itself is pink and has more red hearts at the bottom.

Estrategia de Confianza

Como en cualquier relación, si no hay confianza, no te van a elegir.

Para que te compren, tienen que confiar en ti, en tu producto, en tu marca, en tu empresa. Y será importante generar esta confianza si quieres ventas.

Con la estrategia de lanzamiento y visibilidad hemos conseguido que nos conozcan, pero ¿nos compran? Para generar confianza necesitamos testimonios de personas usuarias de nuestro producto o marca. (en la web texto y videos testimoniales, en Google My Business) nuestras colaboraciones, nuestras apariciones en medios de comunicación.

Todas estas acciones ayudarán a generar la confianza necesaria para vender.



Estrategia de Posicionamiento

Una vez que hemos lanzado la empresa, hemos conseguido visibilidad y esa confianza necesaria, debemos posicionarnos en nuestra área de mercado. En esta fase será necesario poner en marcha una serie de medidas encaminadas a forzar nuestro posicionamiento de marca, a conseguir alcance y recuperación.

Dependiendo de nuestro público podremos optar un tipo de estrategia de posicionamiento u otro.

Por ejemplo, para un público joven, tal vez nuestra estrategia puede ser apostar por un influencer que ayude a posicionar los valores de marca.

Si nuestro público es otro, los medios de comunicación serán clave y en determinados sectores la autoridad digital será lo principal.

Es decir, que será importante analizar bien cual es nuestro público, objetivos, momento y acorde a esto, definir la estrategia de posicionamiento de marca más adecuada para que nuestro negocio crezca.



Estrategia de Expansión



Una vez que conseguimos visibilidad, confianza y posicionamiento, aunque el negocio funcione, debemos pensar en nuevas estrategias que impidan estancarnos.

En esta fase pensaremos nuevos productos, implementaremos mejoras, propuestas, preguntaremos a nuestra comunidad, para ir mejorando, ampliando y conseguir de esta forma, llegar a mas clientes.

