

PLAN DE COMUNICACIONES PROYECTO SER VERTICAL ACADÉMICA



OBJETIVO

**INCLUIR A LA
COMUNIDAD SERGISTA
EN LA IMPLEMENTACIÓN DE
LA VERTICAL ACADÉMICA DE SAP
EN LA SERGIO E INFORMAR SOBRE
LOS PRINCIPALES IMPACTOS EN
CADA UNA DE LAS AUDIENCIAS.**

1
**GENERAR
DISPOSICIÓN
ANTE EL CAMBIO**

2
**PROPICIAR EL
COMPROMISO Y
ACEPTACIÓN DE
TODAS LAS
AUDIENCIAS
INVOLUCRADAS.**

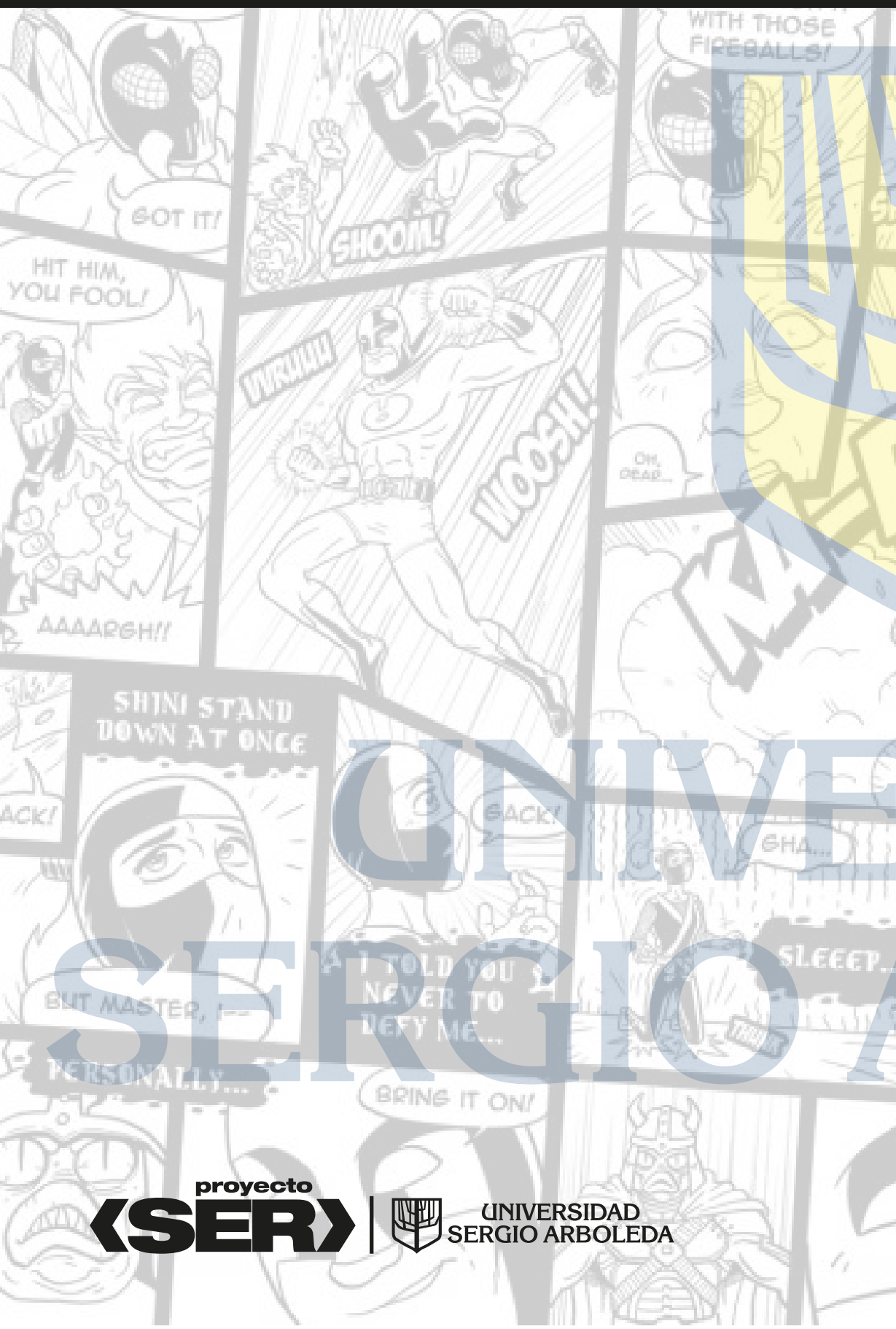
¿CÓMO SE HARÁ?

**-INTERVINIENDO
TODOS LOS ESPACIOS
FÍSICOS DE LA UNIVERSIDAD.**

**ROMPETRÁFICOS, VALLAS, ASCENSORES,
PANTALLAS, SALONES, MESAS, ARCO DE ENTRADA**

**- INTERVINIENDO LOS ESPACIOS
DIGITALES DE LA UNIVERSIDAD**

VEÁMOS UN EJEMPLO...



proyecto
<SER>



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA

VEÁMOS UN EJEMPLO...



VEÁMOS UN EJEMPLO...



VEÁMOS UN EJEMPLO...



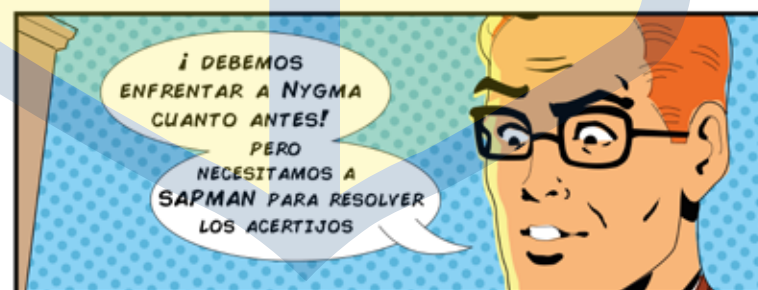
VEÁMOS UN EJEMPLO...





SAP EN LA Sergio







SOY SAPMAN
Y VENGO A AYUDARLOS.
VOY A ENSEÑARLES A EXPLOTAR
SUS CAPACIDADES PARA
RESOLVER LOS ACERTIJOS
Y DERROTAR A NYGMA



YO
LLEVARÉ A
SERGIO TOWN

A UNA ERA
DE CRECIMIENTO
SIN PRECEDENTES.

ESTA CIUDAD
NO PARARÁ
DE CRECER



¡SAPMAN!

NADIE PUEDE
RESOLVER MIS ACERTIJOS.
VENCERME ES IMPOSIBLE

¡¡¡NADIE!!!



QUE
EMPIEZE
EL JUEGO

A VER SI ADIVINAS SAPMAN...
VOY EN UNA CARRERA Y ADELANTO
A QUIEN YA DE SEGUNDO LUGAR... SAPMAN...
¿EN QUE POSICIÓN ESTOY?



CONTINUARA...

VEÁMOS UN EJEMPLO...



VEÁMOS UN EJEMPLO...

UNA TECNOLOGÍA • VELOZ • EFICIENTE

SAP ES UN SOFTWARE QUE NOS PERMITE INTEGRAR Y AGILIZAR LOS PROCESOS, HACIÉNDOLOS MÁS EFICIENTES Y ASÍ LLEVAR A LAS ORGANIZACIONES A LA EXCELENCIA.

¡HEY SERGISTA!

CON SAP PODRÁS SOLICITAR EN LÍNEA LA CORRECCIÓN DE TUS NOTAS SIN NECESIDAD DE IR HASTA LA ESCUELA.

Dato curioso: SAP contribuyó al éxito de la selección Alemana en la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014.
¿Sabes cómo? ¡Escanear el código y descúbrelo!

proyecto **«SER»**

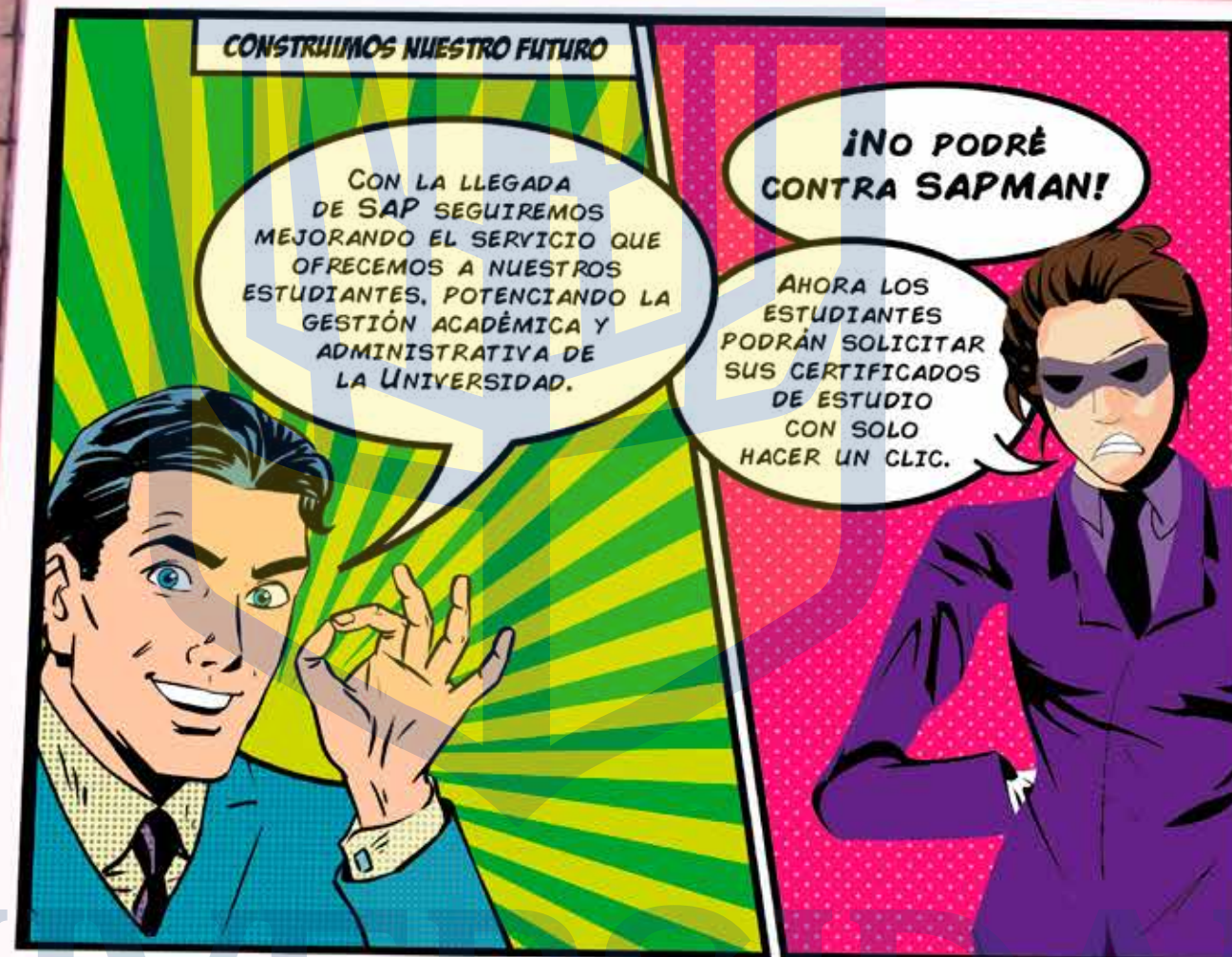
VEÁMOS UN EJEMPLO...

CONSTRUIMOS NUESTRO FUTURO

CON LA LLEGADA DE SAP SEGUIREMOS MEJORANDO EL SERVICIO QUE OFRECEMOS A NUESTROS ESTUDIANTES, POTENCIANDO LA GESTIÓN ACADÉMICA Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD.

¡NO PODRÉ CONTRA SAPMAN!

AHORA LOS ESTUDIANTES PODRÁN SOLICITAR SUS CERTIFICADOS DE ESTUDIO CON SOLO HACER UN CLIC.





Dato curioso: ¿Sabías que empresas exitosas como eBay y Toyota usan SAP?. Descubre cómo la tecnología facilita la vida de la gente.

proyecto
«SER»

VEÁMOS UN EJEMPLO...



VEÁMOS UN EJEMPLO...



proyecto
<SER>



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA



VEÁMOS UN EJEMPLO...



proyecto
«SER»



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA



VEÁMOS UN EJEMPLO...



(¿QUÉ ES SAP?)

- 1. SAP ES EL MEJOR DESARROLLADOR DE SOFTWARES PARA APLICACIONES DE NEGOCIOS EN EL MUNDO.**
- 2. SAP ES UN POTENTE SISTEMA INFORMATIVO QUE ADMINISTRA RECURSOS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN EL MUNDO.**
- 3. SAP ES UN SISTEMA ERP (ENTERPRISE RESOURCE PLANING O PLANIFICACION DE RECURSOS EMPRESARIALES) QUE BRINDA UNA DE LAS MEJORES Y MÁS EFICIENTES GESTIONES DE LOS RECURSOS FINANCIEROS, HUMANOS, VENTAS, LOGISTICA Y DEMAS.**
- 4. ES UN SISTEMA QUE FACILITA E INTEGRA INFORMACION ENTRE LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA UNIVERSIDAD.**

(FRASES SER)

- 1. QUEREMOS SER UN EJEMPLO DE COMPROMISO Y PERSEVERANCIA.**
- 2. QUEREMOS SER UNA FUENTE DE CONOCIMIENTO.**
- 3. QUEREMOS SER MOTOR DEL ESPIRITU SERGISTA.**
- 4. QUEREMOS SER EJEMPLO DE TRABAJO E INTEGRACIÓN.**
- 5. QUEREMOS SER LÍDERES DEL CAMBIO EN LA SERGIO.**

BENEFICIOS ALUMNADO:

- 1. OPTIMIZACION DE PROCESOS ACADÉMICOS.**
- 2. AUTOGESTION DEL PROCESO DE GRADUACIÓN.**
- 3. GESTIONAR EL PROCESO DE PRE-MATRÍCULA DE UNA MANERA MÁS EFICIENTE.**
- 4. CONTAR CON UNA PLATAFORMA DE AUTOSERVICIO MÁS AMPLIA.**
- 5. GESTIONAR EN LÍNEA ALGUNAS ACTIVIDADES QUE HAST AHORA SE REALIZAN DE MANERA MANUAL O PRESENCIAL.**

FECHAS DE IMPACTO Y NUEVOS PROCEDIMIENTOS:

- 1. PREMATRÍCULA.**
- 2. MATRÍCULA.**

MENSAJES

proyecto
<SER>



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA



proyecto 《SER》



**ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN
FASE II. IMPLEMENTACIÓN
DE LA VERTICAL
ACADÉMICA SLCM**



LINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN

A FIN DE MAXIMIZAR POSITIVAMENTE EL IMPACTO EN LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN, CONTINUAREMOS TRABAJANDO EN LA FASE II BAJO LOS SIGUIENTES LINEAMIENTOS:

1 EL EQUIPO DE GESTIÓN DE CAMBIO, A TRAYÉS DEL FRENTE DE COMUNICACIONES, PROPONDRÁ LOS MENSAJES Y EL CONTENIDO DE LAS COMUNICACIONES, LOS CUALES ESTARÁN ALINEADOS CON LAS FASES DEL PROYECTO Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS AUDIENCIAS.

2 TODA COMUNICACIÓN SERÁ VALIDADA ANTES DE SER DIVULGADA POR LA GERENCIA DEL PROYECTO Y POR LA GERENCIA DE CAMBIO DE LA UNIVERSIDAD (ÓSCAR NÚÑEZ Y VICTORIA TELLO).

3 DEPENDIENDO DEL MENSAJE LOS EMISORES SERÁN: PATROCINADOR DEL PROYECTO, PROYECTO SER O GERENCIA DEL PROYECTO.

METODOLOGÍA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA METODOLOGÍA A UTILIZAR PARA LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

**DEFINICIÓN
DE AUDIENCIAS**

**ANÁLISIS Y
SELECCIÓN
DE MEDIOS**

**CREACIÓN
DE MENSAJES**

**PLAN DE
COMUNICACIÓN**

**EJECUCIÓN Y
SEGUIMIENTO**

**IDENTIFICAR
GRUPOS SEGÚN
EL ROL
DESEMPEÑADO
DENTRO DE LA
UNIVERSIDAD
SERGIO
ARBOLEDA E
IMPACTO
DEL PROYECTO**

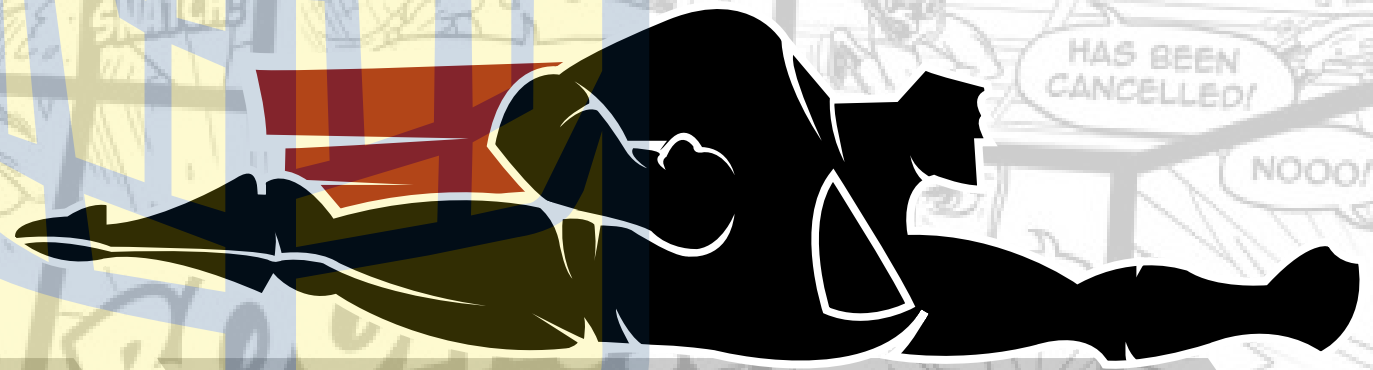
**IDENTIFICAR
LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
MÁS EFECTIVOS
PARA LLEGAR A
CADA AUDIENCIA**

**DEFINIR LA
INFORMACIÓN
QUE SE QUIERE
COMUNICAR A
CADA AUDIENCIA
PARA FAVORECER
COMPORTAMIENTOS
DESEADOS**

**DETALLAR
CÓMO SE VA
A EJECUTAR,
DE LA MANERA
MÁS EFECTIVA,
LA EMISIÓN DE
LOS MENSAJES**

**PUESTA EN
MARCHA DEL
PLAN DE
COMUNICACIÓN
DISEÑADO Y
VERIFICACIÓN
CONTINUA DE
SU EFICIENCIA**

FASES DE LA ESTRATEGIA



SENSIBILIZACIÓN

APOYO

TIPOS DE AUDIENCIAS

PARA CADA UNA DE LAS AUDIENCIAS SE ESTABLECERÁN OBJETIVOS ESPECÍFICOS A FIN DE ADAPTAR LOS MENSAJES Y CANALES A CADA GRUPO. LOS MISMOS MEDIOS SE USARÁN PARA CADA UNA DE LAS AUDIENCIAS TANTO DE LA SEDE DE LA UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA EN BOGOTÁ COMO EN SANTA MARTA Y BARRANQUILLA.



AUDIENCIAS A COMUNICAR LOS CAMBIOS

TIPOS DE AUDIENCIAS

ESTUDIANTES DE PREGRADO

POBLACIÓN TOTAL: BOGOTÁ (6270), SANTA MARTA (2300), BARRANQUILLA (30).

LOS "MILLENNIALS" (NACIDOS ENTRE 1981 Y 1995)...

UNA GENERACIÓN CON NUEVAS
CARACTERÍSTICAS, NECESIDADES Y
DEMANDAS. JÓVENES CREATIVOS,
CON IDEAS NOVEDOSAS Y
CONOCIMIENTOS DE TECNOLOGÍA.



Gamers

- Llevan todo a la competencia digital.
- Manejan 'avatares' en la vida digital.
- No son solitarios, pero sí selectivos.
- Prefieren pasar su tiempo jugando.
- Toman sus decisiones con relación al costo-beneficio.
- Son muy competitivos.



Los Geeks

- Se adaptan rápido a la tecnología.
- Crean tecnología.
- Superan a los demás.
- No conciben la ineficiencia.



Maturism

- Son post open mind, con una visión de 'moral' muy subjetiva.
- Son fieles a las marcas.
- Nada los sorprende.
- Son exigentes.



Mobiles

- Todo es inmediato e importante.
- Su mundo se rige por las reglas de Twitter.
- Su celular: un órgano más del cuerpo.
- Quieren saberlo todo.
- No tienen horario.
- Son multifuncionales.



Los Collectors

- Coleccionan información.
- Conocedores de la historia de la tecnología.
- Son musicales y muy visuales.



Los Ecos

- No son activistas.
- Buscan compras ambientales.
- Rechazan los contaminadores.
- Reutilizan.
- Consumen lo que producen.



Los Darks

- Los motiva lo místico.
- Son seguidores de libros como la saga de Harry Potter, El Señor de los Anillos y de autores como Dan Brown.
- Su sueño: ser 'iluminati' o masones.
- Se caracterizan por ser muy reservados.
- Creen en las conspiraciones.
- Son muy seguros de sí mismos.



Los Centrics

- Se mueven por sus objetivos.
- Se autodefinen constantemente.
- Buscan ser independientes.
- Son líderes poderosos.
- No los mueven las tendencias.

TIPOS DE AUDIENCIAS

ESTUDIANTES DE PREGRADO

- 1** OPTAN POR VIVIR EXPERIENCIAS DIGNAS DE SER CONTADAS Y COMPARTIDAS EN REDES SOCIALES.
- 2** SON MULTIFACÉTICOS, PRÁCTICOS Y SUCEPTIBLES AL CAMBIO.
- 3** SON NATIVOS DIGITALES: SIEMPRE ESTÁN "CONECTADOS".
- 4** SON AUTÓNOMOS, TODA LA INFORMACIÓN QUE NECESITAN ESTÁ EN LA PALMA DE SU MANO. EL TELÉFONO CELULAR ES UNA EXTENSIÓN DE SU CUERPO.
- 5** SON INNOVADORES POR NATURALEZA. 

QUIEREN...

PROBAR

APORTAR

PARTICIPAR



TIPOS DE AUDIENCIAS

ESTUDIANTES DE PREGRADO

¿CÓMO ABORDAREMOS ESTA AUDIENCIA?

SI NO SON IMPACTADOS EN UN PRIMER MOMENTO DIFÍCILMENTE ENTREGARAN MÁS DE SU TIEMPO Y ATENCIÓN EN UNA SEGUNDA OCASIÓN.

TOMA DE LA UNIVERSIDAD

POR ESTO INICIAREMOS EL CONTACTO Y SENSIBILIZACIÓN DE ESTA AUDIENCIA CON UNA PRIMERA CAMPAÑA EN LA CUAL VAMOS A “TOMAR LA UNIVERSIDAD”.

NO QUEREMOS CONTARLES ÚNICAMENTE ATRIBUTOS Y BENEFICIOS. QUEREMOS “VENDERLES” INTENCIONES, PROMESAS DE VALOR, COMPROMISOS Y EXPERIENCIAS TANGIBLES.

ESTUDIANTES DE PREGRADO

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11

PRIMERA CAMPAÑA "SAP LLEGA A LA SERGIO"

FECHA DE EJECUCIÓN: 28/09 AL 02/10 DE 2015

OBJETIVO: INVOLUCRAR A TODA LA COMUNIDAD SERGISTA CON LA LLEGADA DE LA NUEVA TECNOLOGÍA PARA SOPORTAR LOS PROCESOS ACADÉMICOS.

CONCEPTO: COMICS (CONTINUAR CON EL INICIADO EN LA CAMPAÑA DE INTRIGA).

TOMAR LOS ESPACIOS DE LA UNIVERSIDAD CON: VIÑETAS, ROMPE TRÁFICOS, PENDONES, PIEZAS PARA LOS TORNQUETES DE ACCESO, ASCENSORES, VINILOS ADHESIVOS PARA LAS MESAS DE LA CAFETERÍA, PUERTAS DE ASCENSORES, ETC).

ELECTRÓNICOS

- USO DE REDES SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD Y DE LA DECANATURA DE ESTUDIANTES (VIDEOS, ARTÍCULOS DE INTERÉS, FECHAS CLAVE).
- VIDEO WALL
- MENSAJES CLAVE ENVIADOS POR EMAIL Y WHATSAPP
- INTRANET: VIDEOS DE SENSIBILIZACIÓN (INFORMACIÓN SAP Y TESTIMONIOS DE ESTUDIANTES)

ESTUDIANTES DE PREGRADO

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11



PRIMERA CAMPAÑA "SAP LLEGA A LA SERGIO"

FECHA DE EJECUCIÓN: 28/09 AL 02/10 DE 2015

OBJETIVO: INVOLUCRAR A TODA LA COMUNIDAD SERGISTA CON LA LLEGADA DE LA NUEVA TECNOLOGÍA PARA SOPORTAR LOS PROCESOS ACADÉMICOS.

CONCEPTO: COMICS (CONTINUAR CON EL INICIADO EN LA CAMPAÑA DE INTRIGA).

TOMAR LOS ESPACIOS DE LA UNIVERSIDAD CON: VIÑETAS, ROMPE TRÁFICOS, PENDONES, PIEZAS PARA LOS TORNQUETES DE ACCESO, ASCENSORES, VINILOS ADHESIVOS PARA LAS MESAS DE LA CAFETERÍA, PUERTAS DE ASCENSORES, ETC).

ELECTRÓNICOS

- USO DE REDES SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD Y DE LA DECANATURA DE ESTUDIANTES (VIDEOS, ARTÍCULOS DE INTERÉS, FECHAS CLAVE).

- VIDEO WALL.

- MENSAJES CLAVE ENVIADOS POR EMAIL Y WHATSAPP.

- INTRANET: VIDEOS DE SENSIBILIZACIÓN (INFORMACIÓN SAP Y TESTIMONIOS DE ESTUDIANTES).



ESTUDIANTES DE PREGRADO

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11



CARA A CARA:

- ACTIVACIÓN DE LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES COMO AGENTES DE CAMBIO.
- PRIMERA "TOMA DE SALONES" 25/09 AL 29/09 CHARLAS CORTAS REALIZADAS POR PROFESORES DE PLANTA.
- IDENTIFICACIÓN DE PROFESORES POR ESCUELA > PROGRAMA > SEMESTRE
- EL PROYECTO FORMARÁ A LOS DECANOS Y VICE DECANOS EN PRIMERA INSTANCIA, ELLOS "BAJARÁN" LA INFORMACIÓN A LOS PROFESORES Y ÉSTOS A SU VEZ A LOS ESTUDIANTES.

SEMANA CULTURAL DE LA UNIVERSIDAD (19/10 AL 23/10)

- STAND (1 DÍA): EVENTO DE ACTIVACIÓN, BRANDING DEL PROYECTO, MÚSICA EN VIVO DE LA ESCUELA DE MÚSICA, MATERIAL POP
 - CUENTERO / RAP.
- AULA INTERACTIVA: CON PANTALLAS, SIMULACIONES DE LA PREMATRÍCULA, PERSONAL DE APOYO



ESTUDIANTES DE PREGRADO

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11

SEGUNDA CAMPAÑA "PREMATRÍCULA"

FECHA DE EJECUCIÓN: 13/10 AL 26/10

OBJETIVO: INVITAR Y MOTIVAR A TODOS LOS ESTUDIANTES PARA QUE REALICEN LA PREMATRÍCULA

CONCEPTO: POR DEFINIR / TOMAR LOS ESPACIOS DE LA UNIVERSIDAD

SOPORTE A LA PREMATRÍCULA:

- EN SITIO

+ ESPACIOS EN LA UNIVERSIDAD DESTINADOS A QUE LOS ESTUDIANTES PUEDAN REALIZAR SU PREMATRÍCULA EN SITIO, APOYADOS POR PERSONAL CAPACITADO PARA TAL FIN.

- REMOTO

- + APOYO A LA EJECUCIÓN DE LA PREMATRÍCULA "DESDE CASA" O LUGARES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD.
- + VIDEOS TUTORIALES Y MANUALES DE APOYO DISPONIBLES EN LA INTRANET.
- + DEFINIR USO DE LA APP



ESTUDIANTES DE POSTGRADO

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11



ELECTRÓNICOS

- MAILING (BASE DE DATOS DE LA ESCUELA DE POSTGRADO).
- BOLETÍN SACTUALÍZATE.
- GUION DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS.

IMPRESOS

- PENDÓN EN LA ESCUELA DE POSTGRADOS.
- FLYERS QUE SE ENTREGUEN A LOS ESTUDIANTES EN LA ESCUELA.

ELECTRÓNICOS

- SE MANTIENEN ACTIVOS LOS MEDIOS.

PERSONAL ADMINISTRATIVO

SENSIBILIZACIÓN

APOYO

FOCO EN LOS DECANOS/VICEDECANOS Y LAS ASISTENTES DE LAS ESCUELAS

ELECTRÓNICOS

- MAILING (PROFESOR SAPBELOTOD0)
- BOLETÍN SAPTUALÍZATE
- GUION DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS
- MENSAJES CLAVE (IMPACTOS)
- CONCURSOS

CARA A CARA

- DECANOS:
 - + REUNIONES INFORMATIVAS (25/08 AL 22/09): PLANIFICACIÓN GENERAL DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PRINCIPALES IMPACTOS Y BENEFICIOS DE LOS PROCESOS.
- ASISTENTES:
 - + REUNIÓN INFORMATIVA: PLANIFICACIÓN GENERAL DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PARA SENSIBILIZAR Y MOTIVAR FRENTE A ESTA SEGUNDA FASE.

ELECTRÓNICOS

- SE MANTIENEN ACTIVOS LOS MEDIOS.

CARA A CARA

- COMUNICACIÓN REFERENTE A LA CAPACITACIÓN PRESENCIAL EN LOS PROCESOS ACADÉMICOS*

LAS CAPACITACIONES SE DARÁN DE FORMA PROGRESIVA A MEDIDA QUE LOS PROCESOS ACADÉMICOS SALGAN EN VIVO, INICIANDO EL 12/08/2015 Y CON FECHA DE FINALIZACIÓN ESTIMADA A FINALES DE ENERO DE 2016.



DOCENTES DE PLANTA Y CATEDRÁTICOS

SENSIBILIZACIÓN

14/09 - 23/10

APOYO

26/10 - 13/11

ELECTRÓNICOS

- MAILING (PROFESOR SAPBELOTODO).
- BOLETÍN SAPTUALIZATE.
- GUION DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS.
- MENSAJES CLAVE (IMPACTOS): ASISTENCIA Y CALIFICACIONES.

CARA A CARA

- DOCENTES DE PLANTA:
- + PARTICIPACIÓN EN LA PRIMERA "TOMA DE SALONES".

ELECTRÓNICOS

- SE MANTIENEN ACTIVOS LOS MEDIOS.

CARA A CARA

- COMUNICACIÓN REFERENTE A LA CAPACITACIÓN PRESENCIAL EN ASISTENCIA Y CALIFICACIONES*
- VIDEO TUTORIAL.

LAS CAPACITACIONES SE DARÁN DE FORMA PROGRESIVA A MEDIDA QUE LOS PROCESOS ACADÉMICOS SALGAN EN VIVO, INICIANDO EL 12/08/2015 Y CON FECHA DE FINALIZACIÓN ESTIMADA A FINALES DE ENERO DE 2016.

DESPUÉS DE TODOS ESTOS AÑOS...
TODAS NUESTRAS AVENTURAS, AUN
SEGUIMOS JUNTOS... ¡AUN SOMOS
UN EQUIPO, EL MEJOR
EQUIPO DE TODOS!



LÍNEA DE TIEMPO

