

SEMINARIO: COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING

TRABAJO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Andrés Eduardo Herrera Alfonso

Karen Viviana Quiroga Pardo

Universidad ECCI

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Bogotá D.C

2015

Contenido

MODULO SEMIOLOGIA.....	4
Análisis público objetivo.....	4
Entrevistas.....	4
Cuestionario #1.....	4
Cuestionario #2.....	6
Cuestionario #3.....	8
Cuestionario #4.....	9
Cuestionario #5.....	11
Cuestionario #6.....	13
Cuestionario #7.....	15
Cuestionario #8.....	17
Cuestionario #9.....	19
Cuestionario #10.....	21
Personalidad de la marca.....	24
Insights.....	24
Asociación de la marca.....	24
Connotación.....	24
MODULO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADA.....	25
Estrategia Creativa.....	25
Producto.....	25
SERVISION DE COLOMBIA & CIA LTDA.....	25
Características del producto.....	25
Target.....	25
Objetivos de la marca.....	26
Insights.....	27
Promesa de venta.....	27
Justificación.....	27
Tono.....	27
Beneficios del producto.....	27
Valores corporativos.....	28
Filosofía de marca.....	28
Slogan.....	29
“La tranquilidad de estar seguro”.....	29

Branding.....	29
Símbolos	29
Color	29
Tipografía.....	30
Estrategia de Relaciones Públicas.....	33
Estrategia Equipo Amable.	31
PERIODO DE TRABAJO AUTÓNOMO Manual de ventas.	33
MODULO FOTOGRAFÍA DIGITAL.	41
MODULO MEDIOS IMPRESOS.....	42
MODULO PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES.	43

MODULO SEMIOLOGIA.

Análisis público objetivo.

Entrevistas

Cuestionario #1

Nombre: Nancy Díaz

Edad: 32

Ocupación: Estudiante De Ingeniería Civil UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Género: FEMENINO

Nivel socio económico: MEDIO

Fecha: 07 DE diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante x
Empleado --
Visitante --
2. Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Siempre hay un saludo de parte de las personas de seguridad, en la mayoría de los casos una sonrisa amable.
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con todas siento la misma empatía, no hay alguno con el cual me hable más.
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? ¿Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: Nunca he requerido ayuda por parte del cuerpo de seguridad de la universidad, pero por lo que he escuchado su trato es efectivo y rápido.
5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: He escuchado por parte de mis compañeros una buena opinión y un buen apoyo en todo momento en casos de emergencias o de acción inmediata en caso de riñas.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Amabilidad y cordialidad.

7. Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?

Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Me generan una sensación de confianza la cual se da con la mayor parte de las personas de seguridad.

Cuestionario #2

Nombre: Antonio Martínez

Edad: 57

Ocupación: Chef COMEDOR CAFÉ CAMPUS UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: MASCULINO

Nivel socio económico: MEDIO-ALTO

Fecha: 07 DE diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante --
Empleado X
Visitante --

2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: En todo momento mantengo un buen trato con los celadores de la universidad Nal. Me hablo constantemente con varios de ellos con los cuales tenemos una relación cercana ya que trabajo en la universidad hace 5 años.

3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Desde que ingrese a laborar en la universidad siento empatía con 3 celadores en particular que son los que se encuentran en el comedor central con ellos trato varios temas como la seguridad del comedor y varios temas de los estudiantes como sugerencias o algunas quejas, creo que esta cercanía se genera por los temas que tratamos todos los días y el hecho de que estoy constantemente en su lugar de trabajo.

4. Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? Su reacción mostro preocupación por solucionar? Podría describir la actitud de esta persona?
R: En varias ocasiones he requerido la ayuda del equipo de seguridad ya que he tenido que mirar las cámaras por temas de seguridad interna, siempre han sido muy colaboradores con todos los temas requerido y siempre me colaboraron con la solución de varios inconvenientes.

5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)

R: Siempre los comentarios por parte del personal de la universidad han sido buenos aunque con algunos casos en que fueron un poco intransigentes, pero lo general han sido buenos comentarios.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad

R: Respeto y Eficacia

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?

¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Me generan una sensación de respeto puesto que es un trabajo complejo, ya que como es bien sabido los estudiantes generan algunos casos aislados de violencia y ellos deben manejar esas situaciones de la mejor forma posible, manteniendo en todo momento una actitud formal.

Cuestionario #3

Nombre: Diana Bermúdez

Edad: 26

Ocupación: Trabajadora Social Hospital de la victoria

Género: FEMENINO

Nivel socio económico: MEDIO

Fecha: 07 DE diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante --
Empleado --
Visitante X

2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: No he tenido ningún tipo de contacto con ellos.

3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con ninguno siento cercanía ya que voy muy ocasionalmente a la universidad.

4. Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? Su reacción mostro preocupación por solucionar? Podría describir la actitud de esta persona?
R: No he requerido nunca la ayuda de los celadores.

5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: Tengo algunos conocidos que trabajan allí, y los comentarios han sido más positivos que negativos, en algún momento me comentaron que las indicaciones para llegar a algún punto en particular es muy explícita y paciente por parte de ellos.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Sentido de pertenencia

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?
¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Me generan una sensación de confianza ya que ellos demuestran mucho respeto ante la comunidad estudiantil y los visitantes de la universidad.

Cuestionario #4

Nombre: Miguel Rodríguez

Edad: 21

Ocupación: Estudiante Diseño gráfico 3 semestre UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Masculino

Nivel socio económico: Medio

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es

Estudiante X

Empleado --

Visitante --

2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?

R: Con los celadores de la facultad de Diseño Gráfico hay un muy buen trato siempre con un saludo y una respuesta de cualquier inquietud que se tenga.

3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?

R: Con un celador tengo más cercanía ya que el man siempre está de buenas pulgas y nos reímos de varias situaciones que pasan en la facultad, el man es un bacán y me cae muy bien, con el resto siempre hay cordialidad y respeto.

4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?

R: Cuando inicie mis estudios permanecía perdido en la universidad, ya que es muy grande y veía clases en algunos salones retirados siempre ellos me orientaron con paciencia porque siempre les preguntaba a los mismos, siempre fueron muy amables.

5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)

R: Pues todos los comentarios fueron positivos, con esta empresa de seguridad ha sido una buena experiencia me han contado que los anteriores eran unos gamines completos.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad

R: Amabilidad y cordialidad

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?

¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Una sensación de seguridad y buen trato en todo momento.

Cuestionario #5

Nombre: Karol Ramírez

Edad: 24

Ocupación: Estudiante Sociología 5 semestre UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Femenino

Nivel socio económico: Medio

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante X
Empleado --
Visitante --

2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Nunca ha habido un saludo por parte de ellos, todos son muy groseros así que pasan desapercibidos para mí en todo momento.

3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con ninguno siento empatía, porque se creen los dueños de la universidad, cierran la puerta cuando quieren a veces piden el carnet de mala forma, nunca tienen una respuesta amable siempre con tres piedras en la mano.

4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: Una vez pedí un ingreso un festivo, con permiso escrito el celador de ese momento no me quiso dejar entrar por más que tenía el permiso firmado tuve que acudir a otra portería para poder ingresar.

5. ¿Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: Hay todo tipo de comentarios respecto a ellos por su ineptitud más que todo.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Intransigencia e ineptitud.

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?
¿Esta sensación es igual con todo el personal?
R: Mala actitud, mal servicio prestado por la empresa de seguridad.

Cuestionario #6

Nombre: Juan Manuel Torres

Edad: 58

Ocupación: Profesor de música clásica UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Masculino

Nivel socio económico: Medio-alto

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante --
Empleado X
Visitante --
2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: La mayor parte de veces hay un saludo por parte del personal de la empresa
SERVISION DE COLOMBIA & CIA LTDA, tengo un vínculo cercano con varios superiores hace bastante tiempo.
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con los superiores llamados “zetas” tengo una mayor cercanía ya que ellos siempre están preocupados por la seguridad en general de la universidad, me preguntan por las diferentes actividades y lo que puede suceder en el desarrollo de las mismas ya que en muchos casos se presentan revueltas o tomas, ellos realizan un trabajo muy humano donde siempre prima la seguridad de todas las personas del campus.
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: En varias ocasiones tuve la necesidad de recurrir a las personas de seguridad para varios temas con los estudiantes, siempre su reacción fue la más oportuna y eficiente en el momento, se tardaban un par de minutos en llegar a controlar la situación, en varios casos fueron víctimas de agresión por parte de los muchachos pero siempre mostraron humildad y respeto.
5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)

R: Muy buenos comentarios por parte de mis colegas y estudiantes.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad

R: Respeto y cordialidad.

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?

¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Una sensación de amabilidad y confianza ya que gracias a ellos podemos tener seguridad pronta y oportuna.

Cuestionario #7

Nombre: María Helena Motta

Edad: 25

Ocupación: Estudiante nutrición 4 semestre UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Femenino

Nivel socio económico: Medio

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante X
Empleado --
Visitante --
2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Si, siempre me saludo con dos o tres que son buena onda.
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Me siento más cercana con las mujeres celadoras, ellas son siempre muy atentas y nos dan información puntual en todo momento, siempre tienen una sonrisa para ti.
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: Nunca he requerido ayuda del equipo de seguridad, pero no dudo en que colaborarían de manera oportuna.
5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: Pues he escuchado de todo, no todo es color de rosa en muchas ocasiones han comentado que son irrespetuosos he ineficientes, pero conmigo y con mis compañeros más cercanos nunca ha pasado ningún inconveniente todo lo contrario, siempre un buen trato.
6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Amabilidad

7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?
¿Esta sensación es igual con todo el personal?
R: Siempre me han generado una sensación de confianza y respeto.

Cuestionario #8

Nombre: Adriana Jiménez

Edad: 32

Ocupación: Nutricionista depto. De bienestar UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Femenino

Nivel socio económico: Medio

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante--
Empleado X
Visitante --
2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Con todo el cuerpo de seguridad mantengo un contacto cercano, un saludo muy cordial siempre.
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con todas siento una cercanía muy amena ya que muchos de ellos que trabajan en la universidad hace años y hay otros nuevos por supuesto, pero todos son excelentes personas, la empresa trata de cuidar mucho de su personal además que trabajar en la universidad nacional es muy grato para todos.
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? ¿Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: He requerido la ayuda del personal de seguridad en algunas ocasiones para ubicaciones ya que habían ubicaciones desconocidas para mí, en algunos casos ellos realizaban evacuaciones de seguridad con mucha eficacia preocupándose por la seguridad de todos nosotros siempre.
5. ¿Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: En la mayoría de los casos es buena la percepción de toda la parte administrativa de la universidad nacional.

6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Respeto y confianza.
7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?
¿Esta sensación es igual con todo el personal?
R: Todo el personal de seguridad me genera una gran confianza y afecto.

Cuestionario #9

Nombre: Elvis Peñaloza

Edad: 28

Ocupación: Estudiante cine y televisión 5to semestre UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Masculino

Nivel socio económico: Medio

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante X
Empleado --
Visitante --
2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Siempre los saludo y ellos a veces responden a veces no.
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con todos siento la misma actitud, son amables cuando quieren y otros nunca logran serlo
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? ¿Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: Nunca he requerido ayuda del equipo de seguridad pero creo que en todo momento es eficaz por los comentarios de la gente.
5. Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: Hay todo tipo de casos, algunos de buenos comentarios como ayuda en ubicación, asesoría de trámites y otros negativos como el mal servicio de algunos otros que son muy groseros.
6. Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad
R: Cumplimiento de su deber
7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?

¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: Me generan buena vibra ya que son personas que se ganan la vida de manera honesta, algunos de ellos tienen que pasar por múltiples agresiones por parte de los estudiantes que tienden a ser muy groseros por eso ellos también han cambiado su actitud en ocasiones.

Cuestionario #10

Nombre: Natalia Campo

Edad: 19

Ocupación: Estudiante Música 1er semestre UNIVERSIDAD NACIONAL

Género: Femenino

Nivel socio económico: Medio-alto

Fecha: 07 de diciembre de 2015

1. Su vínculo con la universidad nacional es
Estudiante X
Empleado --
Visitante --
2. ¿Al cruzarse con personas de seguridad, hay algún tipo de contacto, como saludo?
R: Conozco a un par de ellos, todos son amables
3. ¿Siente más cercanía o empatía con algunas personas de seguridad? ¿Es igual con todas o solo con alguno en particular? ¿Si siente cercanía porque cree que pase esto?
R: Con mis conocidos siento mayor cercanía, con los otros es un trato distante pero respetuoso.
4. ¿Al requerir ayuda del equipo de seguridad, como fue el trato? ¿Qué posición tomo esta persona? ¿Su reacción mostro preocupación por solucionar? ¿Podría describir la actitud de esta persona?
R: No he pedido ayuda al equipo de seguridad.
5. ¿Que escucha de sus conocidos sobre lo que piensan del equipo de seguridad de la universidad? (buenas o malas opiniones)
R: En algunos casos he oído que hay ciertos celadores que son bien groseros con la comunidad estudiantil, más lambones con los administrativos, yo hablo en mi caso personal y no he tenido problema alguno con ellos.
6. ¿Le resaltaría alguna cualidad y/o defecto al equipo de seguridad de la universidad?
R: Respeto y confianza
7. ¿Qué sensación le genera el personal de seguridad de la universidad?
¿Esta sensación es igual con todo el personal?

R: En todo momento me generan buenas sensaciones ya que se que están cumpliendo con su deber y eso es de respetarse.

Mapa de empatía



Personalidad de la marca

Servision es una empresa familiar que inculca seguridad, confianza y ética, siempre generando un trato justo y equitativo interna y externamente.

Insights

Hay personal más amable que otros y dentro de la constante interacción se llega a tener una gran confianza a tal punto de dirigirse a ellos con sobrenombres.

Asociación de la marca

En cuanto a la asociación de la emoción a la marca encontramos que un sentimiento predominante en el desarrollo de las entrevistas fue la amabilidad.

Connotación

Para lograr transmitir amabilidad desde la marca se definió una estrategia de uso de n equipo amable el cual en sus uniformes tendrá un sobrenombre por ejemplo “Fercho”.

MODULO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADA

Estrategia Creativa.

Producto

SERVISION DE COLOMBIA & CIA LTDA

Características del producto

Somos una sociedad limitada de carácter familiar legalmente constituida, especializada en la prestación de servicios de vigilancia y seguridad privada.

Contamos con trayectoria de 27 años en el mercado y 50 años de experiencia por parte de sus directivas, nos destacamos por la eficiencia, responsabilidad y cumplimiento, dándole valor agregado a la prestación de nuestros servicios.

Desde hace ocho años contamos con las certificaciones de calidad ISO 9001:2008, Sistema de Seguridad y Control BASC y Sistema de Gestión en Salud Ocupacional y Seguridad Industrial OSHAS 18001, Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004 y RUC; que nos permiten brindar el servicio que usted se merece, liderados por empleados y colaboradores de la más alta calidad profesional.

Target

Directivos y propietarios de establecimientos educativos.

Objetivos de la marca

- Brindamos protección inculcando cultura de seguridad a los clientes internos y externos de la empresa.
- Prevenimos actividades ilícitas en contra de nuestros clientes y la comunidad en general.
- Cuidamos el patrimonio de las personas u organizaciones que han depositado su confianza en nuestra organización.
- Prestamos un servicio eficiente y oportuno impidiendo cualquier acto que cause perturbación o abuso indebido de nuestra función de vigilancia.
- Buscamos el desarrollo personal para los colaboradores, considerados el eje del servicio, y nuestro más valioso capital; a quienes les brindamos un trato respetuoso y justo, garantizando siempre su desarrollo personal de acuerdo a las capacidades individuales. Recompensándolos con pago de salarios equitativos de acuerdo a la legislación laboral vigente.
- Mantenemos un criterio justo en nuestra cadena de suministro; con los clientes, orientamos nuestro servicio a un costo razonable y acorde a la Ley; con los proveedores, adquirimos a precios justos y de completa calidad todos los elementos necesarios que presenten soluciones adecuadas a nuestras necesidades; Con la competencia, mantenemos un desarrollo de competencia leal enmarcada dentro de los principios éticos y morales, que nos caracteriza.
- Establecemos alianzas estratégicas con autoridades y Entes de control, trabajando de manera conjunta para cumplir con los criterios establecidos, brindando confianza a la comunidad en general.

Insights

Hay personal más amable que otros y dentro de la constante interacción se llega a tener una gran confianza a tal punto de dirigirse a ellos con sobrenombres.

Promesa de venta

Ofrecemos un servicio de vigilancia y seguridad especializado en establecimientos educativos, con colaboradores que tienen como objetivo transmitir amabilidad y protección,

Justificación

Desde la selección del personal, y su respectiva capacitación se inculca la amabilidad como nuestro principal valor, además nuestra estrategia de gafetes con sobrenombres que generan cercanía, se logra generar un vínculo más cercano con los clientes internos y externos.

Tono

El tono para la campaña será amable y cercano sin dejar de transmitir seguridad.

Beneficios del producto

- Sistema de Gestión de la calidad NTC-ISO 9001:2008. Código No. SC6061-1
- Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional bajo la Norma NTC-OSHAS 18001:2008. Código No. OS257-1

- Sistema de Gestión en Seguridad y Control bajo la norma BASC:3-2008. Código No. 0310-1-6
- Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma NTC ISO 14001:2001. Código No. SA-CR170744
- Implementación con el Consejo Colombiano de Seguridad del Registro Uniforme de Evaluación del Sistema de Gestión en Seguridad, Salud Ocupacional y Ambiente – SSOA para Contratistas – RUC.

Valores corporativos

Misión

Proporcionar los servicios de vigilancia y seguridad privada, promoviendo el desarrollo humano integral de sus colaboradores, bajo los principios de ética, respeto, compromiso y mejoramiento continuo, utilizando la tecnología apropiada.

Visión

Ser una de las empresas de seguridad privada más reconocidas en el país, bajo normas de calidad certificada.

Filosofía de marca

Política de calidad

La política de calidad de Servision de Colombia & Cia Ltda, se fundamenta en la implementación de altos estándares de eficiencia en la prestación de todos los servicios de vigilancia y seguridad privada ofrecidos a nuestros clientes; buscando permanentemente el mejoramiento continuo de

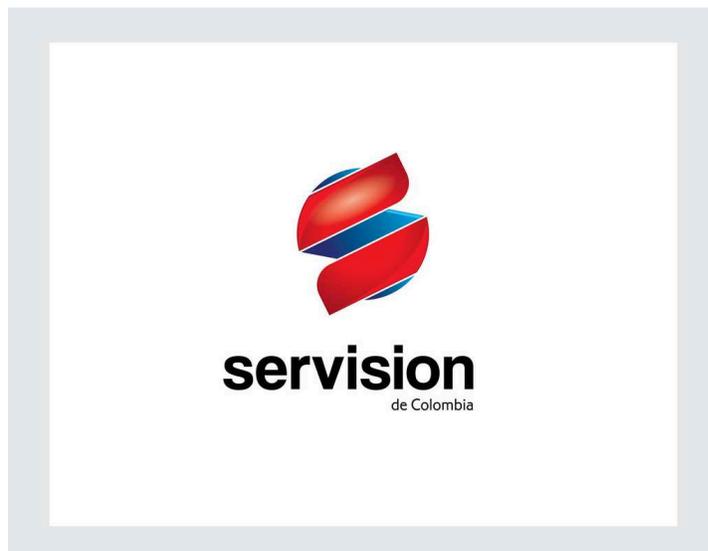
todas las actividades desarrolladas por la empresa, para que estas se conviertan en un vehículo de satisfacción para los clientes internos y externos de la organización.

Slogan

“La tranquilidad de estar seguro”

Branding

Símbolos



Color



Tipografía

TIMES NEW ROMAN

SERVISIÓN DE COLOMBIA CIA LTDA

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

^!~.\$%&/()=?;:

‘’≠”“÷-∞¢#@|

Estrategia Equipo Amable.

Design thinking

A través del design thinking se definió que la emoción a asociar a la marca es la AMABILIDAD, esto por medio de entrevistas y un mapa de empatía.

Con su análisis, dio como resultado que cuando hay un contacto frecuente con el equipo de seguridad se logra un vínculo con el cliente final y muchas veces se dirigen a ellos con un sobrenombre por ejemplo si el colaborador se llama Fernando le decían Fercho.

Desarrollo

En los uniformes de los colaboradores de servisión se identificaran con un sobrenombre seleccionado por el colaborador y este será único por sede en la que opere, y con esto garantizar que en caso de requerir ubicar a esta persona no se presente duplicidad y así poder identificarlo.

Selección y capacitación de Equipo Amable.

Para reforzar la emoción asociada a la marca en el personal de la compañía se incluirá dentro del perfil de selección de personal que la característica predominante sea la AMABILIDAD, adicionalmente al personal actual y al nuevo se les darán charlas dictadas por expertos en servicio al cliente con el objetivo de que la amabilidad sea una actitud constante en su jornada laboral.

Comunicación Integrada.

La estrategia Equipo Amable se comunicara a través de los siguientes medios:

- Afiches
- E.-mailing
- Redes Sociales
- Revista corporativa

Estrategia de Relaciones Públicas.

Manteniendo como punto central de la comunicación integrada el concepto de amabilidad y cercanía a través de la campaña de sobrenombres del personal de la compañía y así obtener el mejor provecho del relacionamiento de la compañía se define una estrategia desde los siguientes frentes:

Presencia en eventos de seguridad

Se tendrá presencia en foros, eventos y ferias de seguridad. En estas el objetivo es atraer nuevos clientes, para esto se dispondrá de un equipo de agentes comerciales especialmente entrenado para transmitir amabilidad, con gafetes personalizados con los sobrenombres de los representantes quienes entregaran junto con la revista de la compañía un gafete personalizado con el sobrenombre que desee el asistente, esto luego entregar datos para un contacto posterior.

Imagen Gafete



Comunicación

- A través de la cuenta de Facebook corporativa se informara la presencia en las ferias, la ubicación del personal de la compañía y fotos.
- Una vez por semana en Instagram se publicara una foto (pieza con la imagen de una colaborador su sobrenombre y un par de características positivas que generen empatía), publicación que a la vez se compartirá por la cuenta de Facebook.

- Se enviarán invitaciones a los eventos en los que se tiene presencia a los correos de la base de clientes potenciales.
- Se publicarán notas de prensa virtual donde se hable de la campaña de sobrenombres que usa la compañía y como esto acerca mejor al personal de seguridad con el cliente final.

PERIODO DE TRABAJO AUTÓNOMO Manual de ventas.

Para una entrevista de ventas es muy importante tener en cuenta pasos fundamentales que facilitaran el éxito de esta.

La universidad EAFIT dentro de su programa de entrenamiento a los equipos de ventas propone los siguientes pasos en la entrevista de ventas:

1. Revisión de planes.
2. Saludo, chequeo y acercamiento.
3. Presentación productos y planes
4. Cierre
5. Resumen de acuerdos y facturación
6. Valor agregado
7. Registros y reportes
8. Análisis de la entrevista

Revisión de planes

En todo proceso que se lleve a cabo la planeación es un paso fundamental, y en la revisión de planes se debe tener en cuenta:

- Revisar agenda, horarios y tener en cuenta tiempo de desplazamiento.
- Definir objetivo de la visita, conocer historial del cliente y su cartera.
- Revisar material de trabajo, que este actualizado.

- Analizar necesidades del cliente.
- Chequear si es posible gustos y aficiones del cliente, información de la compañía, y noticias del día esto puede generar un tema de conversación para acercarse al cliente.
- Revisar elementos de valor agregado en la visita.

Saludo, chequeo y acercamiento

- **Saludo:** Se debe tener un saludo establecido que sea profesional y proyecte imagen corporativa, al saludar se debe hacer con el título de respeto del cliente Señor, Señora o Doctor si aplica, siempre saludar con su propio nombre seguido por el de su compañía y al momento de saludar recordar el motivo de la visita por ejemplo “Buenos días Sr. Torres, soy Carlos Gil, represento la compañía Servision y el motivo de mi visita es...”
- **Chequeo:** Para esto es importante conocer cuánto tiempo hay disponible para la reunión, que día y horario prefiere el cliente recibirnos, cuantos asistentes habrán, que equipos o material se requieren y tener claros datos de tarifas, inventarios y tiempos de nuestro servicio.
- **Acercamiento:** Para lograr acercamiento se puede a través de comentarios positivos acerca de la compañía o la persona siempre manteniendo la honestidad y sin exageraciones, evite temas como política, religión y deportes y no se extienda demasiado.

Presentación productos y planes

En este paso es importante tener claro los planes y productos que requiere el cliente según su necesidad, el extenderse con cosas que no le interesan a la persona puede hacer perder la atención de o que realmente necesita el posible comprador.

Cierre

Es importante primero que todo hacer le cierre en el momento adecuado, para poder identificar este momento es importante notar como el cliente deja de presentar objeciones, hace comentarios positivos del servicio, pregunta por el precio y por cómo se realiza la contratación, vuelve más positivo, hojear con mucha atención los impresos adicionalmente dice palabras como; Vale, ¿Cuántos meses?, ¿cobran intereses?, ¿Cuándo lo entregaría? o ¿Dónde lo entregaría?.

Una vez se identifica el momento adecuado puede utilizar una de las siguientes técnicas de cierre:

- **Cierre de elección de productos:** Ofrezca productos alternativos ¿Cuál quiere, el modelo compacto o el estándar?, ¿Iniciamos con el paquete sencillo o el completo? ¿Cuál quiere, el verde o el azul?
- **Cierre Supuesto:** Suponga que ya se tomó la decisión de compra como por ejemplo diciendo ¿Su pago será de acuerdo a las condiciones pactadas?, ¿La instalación será de acuerdo a lo pactado?, Hoy mismo se puede llevar los equipos.

- **Cierre de estímulo o respuesta:** Pregunte en forma guiada para llegar al “sí” como por ejemplo ¿Preferiría o no un producto que consuma menos energía?, ¿Prefiere esta nueva tecnología?, ¿Es este el producto que usted está buscando?
- **Cierre Resumen:** Resuma las ventajas y desventajas suponiendo que es este el punto final para la toma de decisiones y Elabore una lista de ventajas y desventajas, su finalidad es mostrar los beneficios.
- **Cierre de Pacto Especial:** Haga una oferta especial para que la compra sea inmediata por ejemplo “Si toma el contrato hoy se mantiene la tarifa del año anterior”.
- **Cierre de historia de Éxito:** Hable acerca de un cliente que tenía un problema similar y este se solucionó al adquirir el servicio.
- **Cierre de Cambio:** Deje que el cierre lo realice otro vendedor con una perspectiva más fresca o encontrando otra oportunidad para cerrar la venta.
- **Cierre de venta perdida:** Cuando nada parece funcionar para cerrar la venta, discúlpese por no haber satisfecho al cliente y después pregúntele que hubiera necesitado para lograr que comprara; después, ofrézcale eso.

Resumen de acuerdos y facturación

Realice un resumen concreto de todos los acuerdos, los precios, tiempos y condiciones. Con esto se garantiza un cliente totalmente satisfecho del negocio realizado.

Valor Agregado

No importa que ya se haya concretado el negocio nunca sobra dar un poco más si se es posible, con esto se lograra que el cliente recomiende el servicio y este a gusto con el servicio contratado para esto se puede entregar cosas como, material pop, artículos de lectura de interés o invitaciones a eventos.

Registro y Reportes:

Es muy importante tener registro y reportes de las entrevistas de venta para así saber la efectividad que se tiene entre otros datos importantes por esto siempre se debe:

- Diligenciar informes.
- Actualizar información del cliente.
- Compartir con el cliente lista de acuerdos y tareas.
- Haga un informe inmediatamente haya terminado la visita.
- Archive ordenadamente los informes.

Análisis de la visita

Realice un análisis de cada visita con el fin de conocer los aciertos y desaciertos de cada una y así poder mejorar con cada entrevista, para esto se debe tener en cuenta:

- Cuales pasos se efectuaron y cuales no
- Que fortalezas hubo

- Oportunidades de mejoramiento
- Efectividad de la técnica usada.

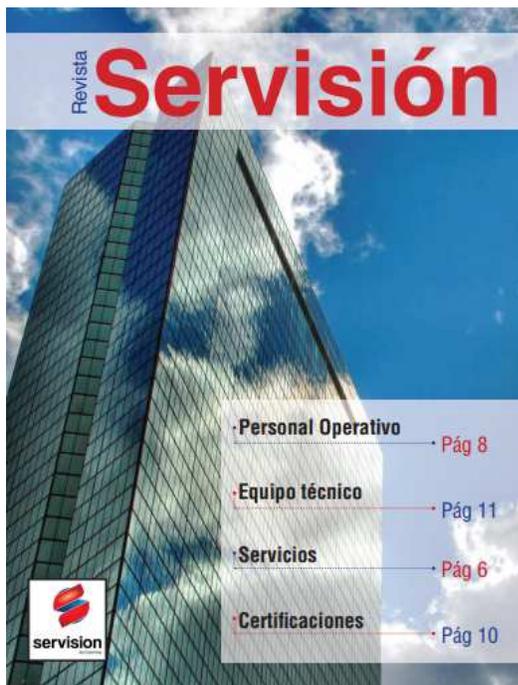
MODULO FOTOGRAFÍA DIGITAL.

Se elaboró esta fotografía para la revista corporativa:



MODULO MEDIOS IMPRESOS.

Creación de revista corporativa.



MODULO PRODUCCIÓN DE MEDIOS DIGITALES.

Debido a que el público objetivo de la compañía es personal de perfil empresarial, la comunicación por e-mail a manejar se basa en la base de datos de clientes actuales y la alimentación de esta en la participación en foros, eventos y ferias de seguridad.

La estrategia de e-mailing se aplicara a través de las siguientes acciones:

- Envío de invitaciones a los eventos en los que se tiene presencia.
- Envío de correo de bienvenida, a los clientes potenciales que se registran en la base de datos en los eventos.
- Envío de noticias de la empresa, como nuevas certificaciones, cursos dados al personal, nuevos servicios y toda novedad de importancia para los posibles clientes.

La herramienta escogida para la administración del envío masivo es mailchimp, dado que esta nos permite ver reportes de:

- Cantidad de vistas del correo
- Cantidad de clicks en los links que contienen el correo

A continuación mostramos la pieza de envío para invitación a eventos:



Servisión de Colombia Ltda.
Tiene el gusto de invitarte a:



confirma tu asistencia
dando click aquí



Hola Jorge,

Eres bienvenido a nuestra comunidad de suscriptores Servisión y así estar al tanto de todo lo que sucede. Recibirás noticias de nuestra empresa, tips de seguridad para vivir más tranquilo y novedades del mundo de la seguridad.

No olvides visitar nuestro website <http://www.servisiondecolombia.com>



Servisión de Colombia y Cia Ltda
E-mail: servisiondecolombia@hotmail.com
Carrera 31 No. 23 A - 79
Teléfonos: 2604387 - 2607473
Bogotá D.C. - Colombia, Suramérica

BIBLIOGRAFIA

<http://servisiondecolombia.com/website/>

<http://www.empresario.com.co/servisiondecolombia/>

[manual de ventas basado en curso de ventas universidad de eafit](#)