

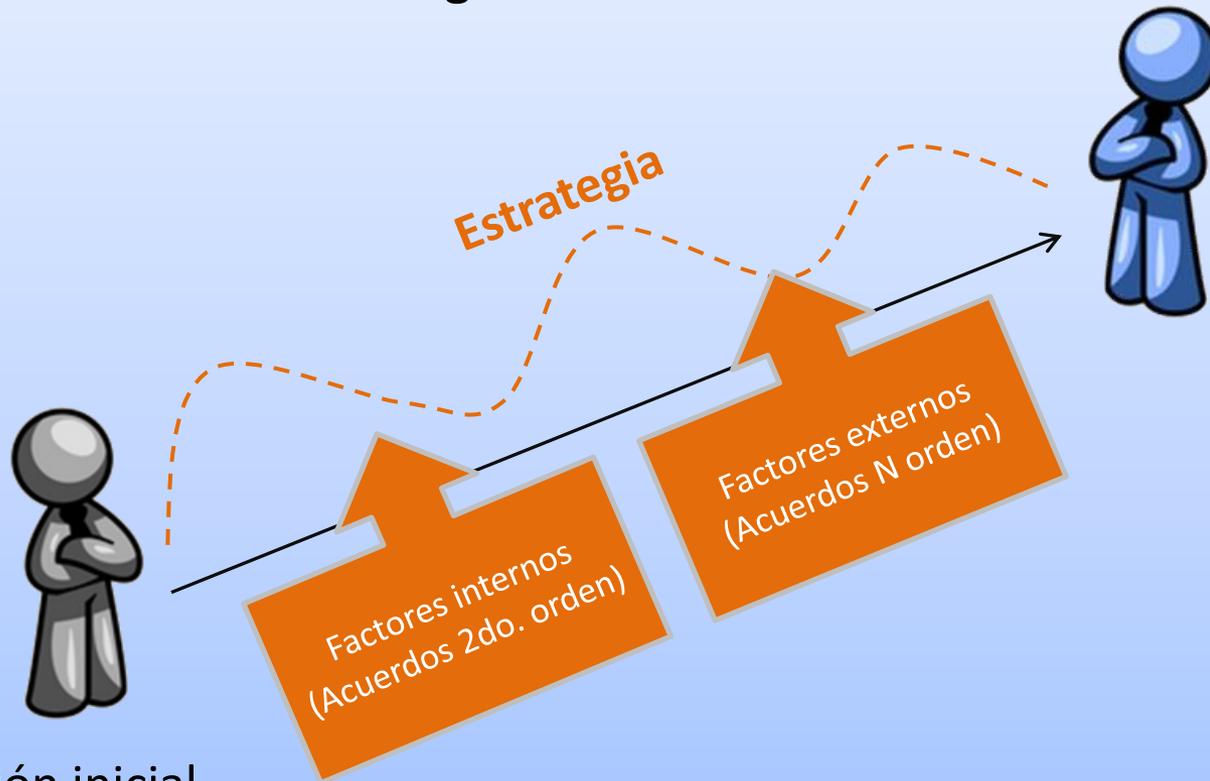


Taller de Producción de Mensajes
Universidad Nacional de La Plata

El concepto de **estrategia**

Diagrama básico de estrategia

Objetivo



Situación inicial

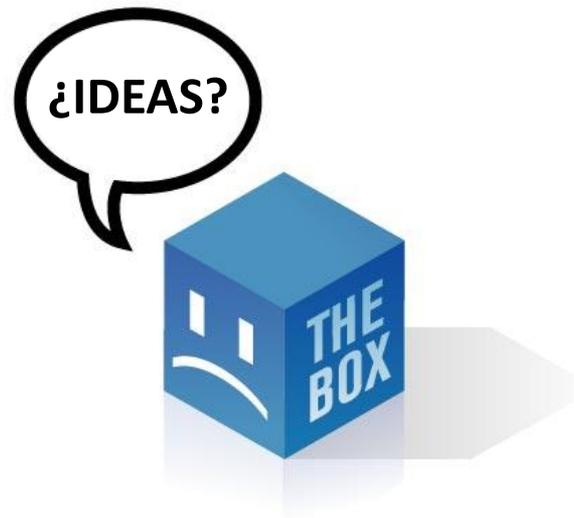
¿Qué es la estrategia?

- Síntesis creativa que involucra un conjunto económico de recursos para alcanzar los objetivos propuestos, y se elabora en la fase de formulación del proceso de Planificación.



¿Qué entendemos por Pensamiento Estratégico?

- Razonamiento que permite comprender una realidad actual y cambiante.
- Proceso mental apoyado en esquemas de pensamiento lateral que permite identificar y aprovechar las oportunidades que presenta el entorno.
- Reflexión que orienta la praxis durante todo el proceso planificación.



Estrategia

Global

Única

Innovadora

Económica

Autosuficiente



Táctica

Concreta

Múltiple

Involucra tareas

Dependiente

Variable

Foco de la estrategia

Identificar los objetivos organizacionales.

Comprender el contexto .

Reconocer el público destinatario.

Optimizar los recursos .



Ejemplos

BANKBOSTON - DEUTSCHE BANK

Estrategia en comunicación interna

SITUACIÓN INICIAL

- BankBoston adquirió al Deutsche Bank hace más de dos años.
- La fusión provocó que la banca minoritaria, Deutsche Bank, dejara de existir y sus empleados ahora pertenecieran al BankBoston.
- La idea fue que las personas del Deutsche no sintieran que se quedaban sin trabajo y que se incorporaran a la cultura del Bank Boston.

OBJETIVO GENERAL

Reducir el nivel de incertidumbre de los empleados ante la fusión.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Tranquilizar a los empleados de ambos bancos haciéndolos sentir protagonistas del proceso de fusión.



- Convocar a reuniones donde se aclararan aspectos legales de la nueva relación laboral.
- Habilitar una línea telefónica especialmente para los empleados que necesitaban aclarar dudas o hacer consultas de carácter más personal.
- Producir piezas de marketing para hacer foco en el verdadero protagonista del cambio, la gente.
- La idea era que todos tuvieran acceso a la información que necesitaban para facilitar la integración a su nuevo ambiente de trabajo.

TÁCTICAS



INCÓGNITA



- Afiche incógnita con la leyenda: "Integración. El responsable del éxito da la cara."
- Al momento de publicar este afiche la audiencia estaba muy atareada con todo el proceso de integración de sistemas, de sucursales, legales, etc.
- Este afiche estuvo cinco días hábiles en el aire. El objetivo era generar intriga en el target.

DEVELACIÓN



Pieza de Marketing con dos mensajes.

- En la tapa se repetía la incógnita: "El responsable del éxito da la cara."
- En el interior la audiencia se encontraba con un espejo y la leyenda: "GRACIAS". "Sonreí, el responsable del éxito está a la vista..."
- La audiencia reaccionó favorablemente. Se renovaron los aires, y lo que restaba del proceso de Integración llegó a su fin exitosamente.

Muchas gracias.



Taller de Producción de Mensajes
Universidad Nacional de La Plata