

LUCA
COMUNICACION
CORPORATIVA



Consultores Estratégicos de Comunicación

Madrid 2011

Contenido



- I. LUCA Comunicación Corporativa
- II. Servicios de Comunicación de LUCA
- III. Algunos casos de éxito
- IV. Referencias

I. LUCA Comunicación Corporativa



- 1. QUÉ HACEMOS, CÓMO LO HACEMOS Y PORQUÉ LO PODEMOS HACER**
- 2. FILOSOFÍA Y METODOLOGÍA**
- 3. QUÉ APORTAMOS A NUESTROS CLIENTES**
- 4. POR QUÉ SOMOS DIFERENTES**
- 5. VENTAJAS COMPETITIVAS**
- 6. CÓMO ESTAMOS ORGANIZADOS**
- 7. LO QUE NUESTROS CLIENTES PUEDEN ESPERAR DE NOSOTROS**
- 8. EQUIPO DE TRABAJO**

Más información: www.lucacom.com

I. LUCA Comunicación Corporativa



1. Qué hacemos, cómo lo hacemos y porqué lo podemos hacer

Qué hacemos

- Reforzamos su imagen
- Mejoramos su reputación
- Potenciamos su negocio
- Aportamos valor a su empresa
- Aumentamos sus ventas

Cómo lo hacemos

- Con conocimiento, experiencia y metodología propia
- Con garantía, rigor y calidad
- Asumiendo el rol de DIRCOM externo

Porqué lo podemos hacer

- Nuestra experiencia, reputación y casos de éxito nos avalan
- Hemos actuado como DIRCOM de muchas empresas nacionales e internacionales

I. LUCA Comunicación Corporativa

2. Filosofía y metodología



El trabajo de una consultora / agencia de comunicación solamente tiene éxito si se realiza de una forma continua, planificada y coordinada.

Los programas de comunicación se tienen que adaptar a las necesidades de cada empresa, pero con especial atención a sus recursos y capacidades reales.

Entender la cultura corporativa, los productos y servicios de la empresa es esencial para dar un servicio de comunicación profesional y de alta calidad.

Un programa anual permite conocer la inversión mensual y anual en comunicación y evaluar los resultados y logros de una forma objetiva.

I. LUCA Comunicación Corporativa



3. Qué aportamos a nuestros clientes

Planes de Comunicación

- Diseñamos y gestionamos planes de comunicación, desarrollando la experiencia completa, desde la definición de los objetivos hasta la medición de los resultados .

Conceptos

- No solo ayudamos a comunicar, creamos conceptos de comunicación diferentes.

Proyectos

- Diseñamos proyectos de éxito, facilitamos relaciones con los medios, periodistas y stakeholders, creando entornos únicos de RR.PP. y Networking.

Noticias y mensajes

- Creamos noticias y mensajes, los emitimos y gestionamos su percepción por los grupos de interés.

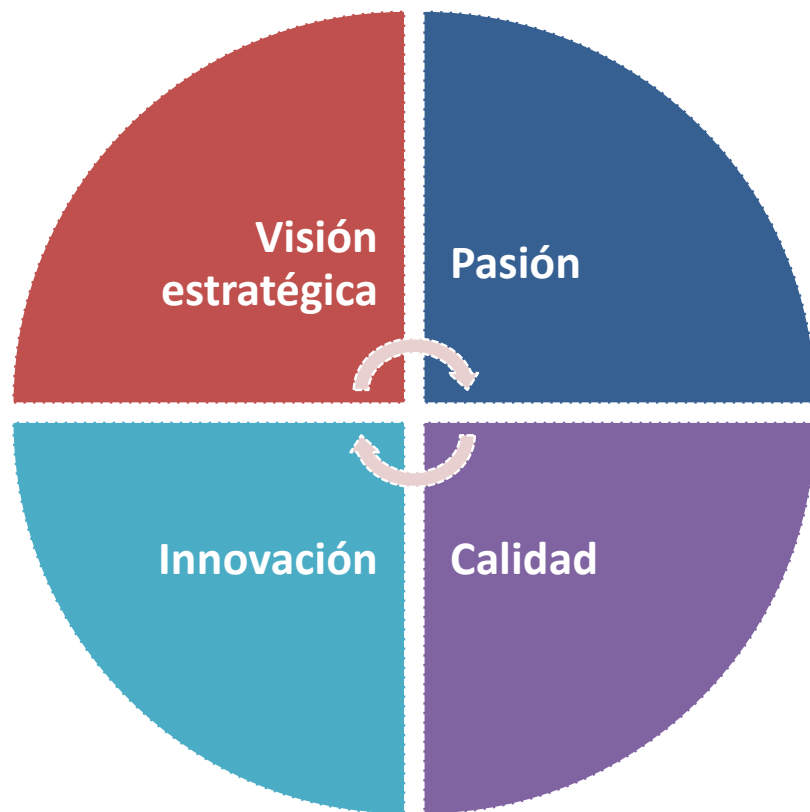
Notoriedad

- Mejoramos la notoriedad, la credibilidad y la reputación.

I. LUCA Comunicación Corporativa



4. Por qué somos diferentes



Nos apasiona trabajar en **comunicación** porque se ha vuelto **fundamental para el éxito de las empresas e instituciones**. La comunicación crea valor, cambia las percepciones y mejora la notoriedad y la reputación.

Nos enfrentamos a los retos con una visión estratégica. Alineamos la comunicación con los objetivos del plan de negocio, analizamos las prioridades para obtener el máximo rendimiento de los recursos, respetando los más estrictos códigos deontológicos y criterios profesionales.

Controlamos todo el proceso de la comunicación, desde el diseño de los mensajes hasta su percepción por parte de sus públicos. Investigamos las nuevas tecnologías y tendencias de comunicación pero solamente **utilizamos aquellas herramientas que realmente aportan valor y resultados**. Antes de informar, nos informamos.

Nuestra experiencia, conocimiento, casos prácticos de éxito y reputación son nuestra mejor presentación.

Contamos con nuestras propias **redes, nacional e internacional** de contactos, asociaciones y grupos de trabajo.

I. LUCA Comunicación Corporativa



5. Ventajas competitivas



Nuestra historia es nuestra mayor ventaja. Llevamos más de **20 años construyendo relaciones profesionales y personales a largo plazo** con nuestros clientes. La **duración media** de los contratos con nuestros clientes **supera los seis años**. Y estamos orgullosos de ello y del trabajo desarrollado. **Honestidad, Eficiencia y Compromiso** son nuestros pilares, como en cualquier otra relación importante.

Nuestro **equipo de gran experiencia** está profundamente implicado con cada proyecto y cliente. Si el proyecto requiere reforzar el equipo, LUCA cuenta con una amplia red de **colaboradores seniors y juniors**, especialistas en diferentes materias. Esto nos proporciona **flexibilidad y capacidad** para afrontar cualquier reto.

Nuestra experiencia en diferentes sectores nos enriquece como profesionales. Estamos **capacitados para adaptarnos a cualquier cultura corporativa**, tanto nacional como multinacional, porque sabemos destinar los recursos humanos y económicos adecuados para obtener el **máximo rendimiento y éxito**.

I. LUCA Comunicación Corporativa



6. Cómo estamos organizados

Director General

- Consultor Senior. Director y Fundador de la agencia
- Máximo responsable de los proyectos y clientes
- Diseña Estrategias. Alinea objetivos. Interlocutor con CEOs de clientes. Relaciones con medios. RRPP. Networking.

Director de Proyectos

- Responsable de Proyectos
- Consultor Senior
- Jefe de Prensa / RRPP

Ejecutivos de Proyecto

- Elaboración de notas de prensa y material informativo
- Contacto con los medios
- Organización de actividades con los medios

Documentación e Investigación

- Bases de Datos
- Press clipping
- Investigación continua de oportunidades editoriales

Administración

- Control de proveedores
- Administración de cuentas
- Control presupuestario

Especialistas externos

- Consultores y expertos de diferentes sectores
- Diseñadores
- Creativos
- Fotógrafos
- Community manager
- Etc.

I. LUCA Comunicación Corporativa



7. Lo que nuestros clientes pueden esperar de nosotros

Compromiso

- En función del proyecto organizamos un equipo de trabajo senior con una fuerte implicación.
- Ofrecemos a nuestros clientes máxima transparencia.

Experiencia

- Sabemos cómo gestionar todo tipo de situaciones que tienen que ver con la comunicación y los medios de información.
- Tenemos contactos en diferentes sectores que pueden ayudar al posicionamiento y la gestión del trabajo de comunicación.

Lealtad

- Trabajamos bajo los códigos deontológicos de IPRN, IABC y Dircom. La información de nuestros clientes tiene un tratamiento confidencial.
- El éxito de nuestros clientes es nuestro éxito.

Trabajo y proactividad

- Conocemos la fórmula para el éxito: trabajo, trabajo y trabajo.
- Sugerimos ideas, proponemos acciones y herramientas para alcanzar los objetivos de nuestros clientes. Nos involucramos.

I. LUCA Comunicación Corporativa



7. Equipo de trabajo



Luis G. Canomanuel

- Director General, CEO y consultor senior
- Responsable máximo de los proyectos



Carlos García Conde

- Jefe de Proyectos y consultor senior
- Actúa en calidad de Jefe de Prensa / RRPP de clientes en diversos proyectos



Laura Hermida

- Ejecutiva de Proyectos
- Redacción de material de prensa, informes, documentos, etc.



Ofelia López Jiménez

- Bases de datos, investigación y seguimiento de las informaciones de interés



Patrizia Pizzio

- Administración, proveedores y control presupuestario

Especialistas externos

- Creatividad , diseño, fotógrafos, consultores técnicos, etc.

II. Servicios de Comunicación



- 1. CONSULTORÍA DE COMUNICACIÓN**
- 2. GABINETE DE PRENSA**
- 3. RELACIONES PÚBLICAS**
- 4. COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA**
- 5. COMUNICACIÓN ON LINE**
- 6. IMAGEN, REPUTACIÓN Y RSC**
- 7. GESTION DE PATROCINIO**
- 8. COMUNICACIÓN INTERNA**
- 9. MEDIA TRAINING**
- 10. NETWORKING**

II. Servicios de Comunicación



1. Consultoría de Comunicación



La Consultoría de Comunicación es el servicio básico y esencial que nos permite construir y tutelar un Plan de Comunicación alineado con los objetivos del Plan de Negocios.

El contacto permanente con el cliente, el asesoramiento en cualquier ámbito de la comunicación, ya sea corporativo, externo e interno, son esenciales para que se trasladen correctamente los mensajes de la Dirección General.

Para ello es imprescindible un análisis y evaluación periódica de las herramientas de comunicación, su uso y resultados.

¿No tiene un DIRCOM?

Nosotros asumimos esa función. Nuestra experiencia como ex DIRCOM corporativo nos permite realizarla con éxito.

II. Servicios de Comunicación



2. Gabinete de Prensa

Investigación y documentación

Creación y mantenimiento de base de datos y listado de periodistas y medios clave

Calendarios editoriales de los medios

Press clipping mensual del cliente y del sector

Editorial

Elaboración de dossiers de prensa y otros documentos informativos

Redacción, envío y seguimiento de comunicados de prensa

Elaboración de Casos Prácticos y artículos

Mantenimiento y actualización Sala de Prensa de la web

Relaciones con los medios

Mantener o construir unas relaciones fluidas con los principales medios

Atender las demandas de información de los medios

Organizar encuentros individuales y entrevistas con los medios

Organizar ruedas de prensa y cualquier actividad con los medios

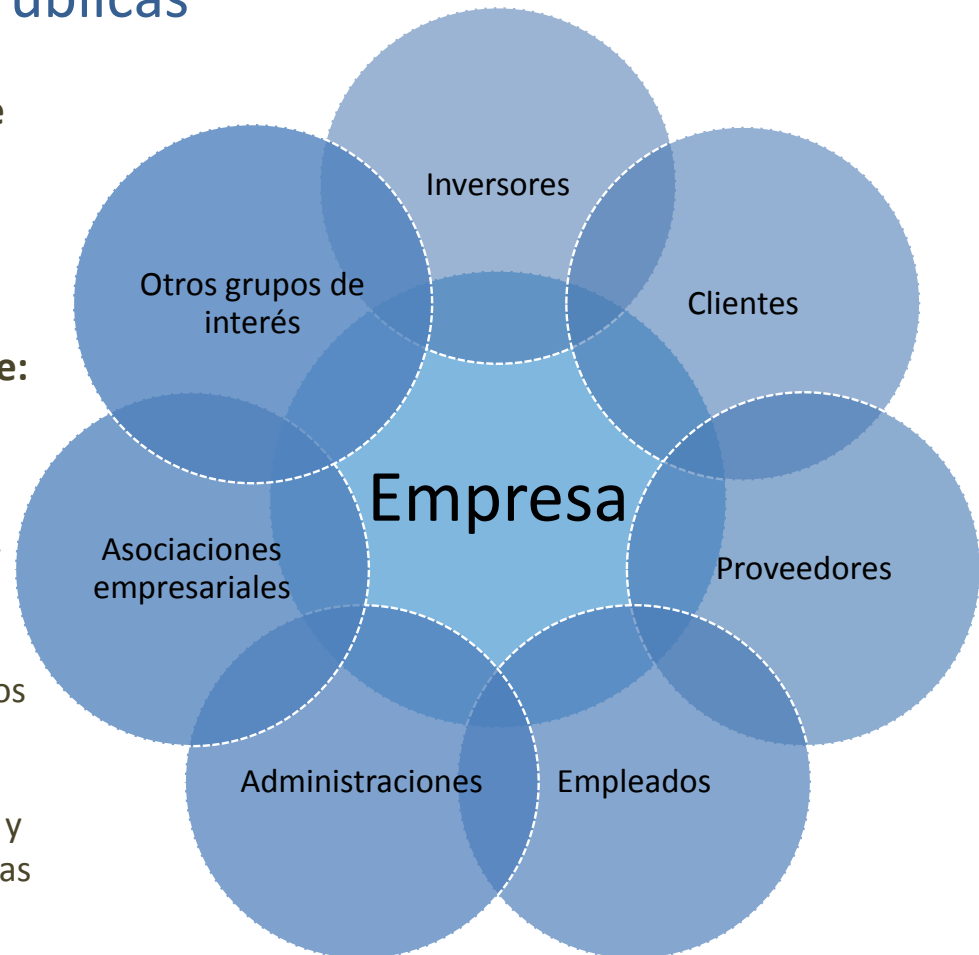
II. Servicios de Comunicación



3. Programa de Relaciones Públicas

**Las empresas tienen que comunicarse con todos sus grupos de interés de la forma adecuada. Para ello es imprescindible disponer de un programa de Relaciones Públicas .
Nuestra propuesta de servicios incluye:**

- Creación y mantenimiento de base de datos de líderes de opinión y VIPs.
- Investigar y analizar foros, seminarios y congresos de interés para una participación activa de la empresa.
- Asesorar para la organización de eventos sociales y programas anuales dirigido a decisores o clientes.
- Identificación de actividades de RR.PP. y Networking susceptibles de ser utilizadas a efectos de comunicación y marketing



II. Servicios de Comunicación



4. Comunicación especializada

Plan de Comunicación con prensa especializada, stakeholders y líderes de opinión del sector

Análisis los factores críticos

Identificación líderes de opinión

Situación del sector y de los medios

Oportunidades y recomendaciones

Gestión de relaciones y actividades

Tenemos amplia experiencia en los principales sectores económicos: Automoción, TIC, Educación, Construcción / Inmobiliario, Logística, Financiero, Náutica, Consultoría/Servicios, Seguridad, entre otros.

II. Servicios de Comunicación



5. Comunicación on-line

Evaluación del potencial de la Comunicación on-line

Diseño de objetivos y estrategias corporativas para posicionamiento y comunicación en Internet y Redes Sociales

Auditoria de la imagen en Internet y Redes Sociales (Website, blogs, LinkedIn, Facebook, Twitter, etc.)

Elaborar un plan de participación activa en las Redes Sociales: edición de contenidos, mensajes, conversaciones, etc.

Desarrollar palabras clave, mensajes, imágenes, links e hipervínculos para potenciar marca, empresa y productos

Evaluación de posicionamiento y reputación mediante Google Analytics y otras herramientas, así como el ROI

II. Servicios de Comunicación



6. Imagen, Reputación y RSC

Elaborar un Plan para mantener y reforzar la Reputación Corporativa

Analizar factores críticos / Presencia on-line



II. Servicios de Comunicación



7. Gestión de Patrocinio

Diseño y Gestión del Plan de Patrocinio

Analizar, auditar y evaluar las actividades y programas en curso

Alinear perfectamente actividades con objetivos de negocio

Diseñar nuevas actividades especiales, plan de ejecución, gestión y presupuesto

Evaluar balance de las actividades y hacer recomendaciones en función de oportunidades y resultados

II. Servicios de Comunicación



8. Comunicación Interna (Empleados y Stakeholders)

Evaluación y mejora de la Comunicación Interna

FASE 1

Definición de perfiles:
empleados,
accionistas,
proveedores, etc.

Auditoría de los
mensajes, canales y
herramientas

Alinear los mensajes
con los objetivos
estratégicos y los
diferentes targets

FASE 2

Diseño, actualización
y refuerzo de los
canales y
herramientas
existentes

FASE 3

Puesta en marcha de
las herramientas y
nuevas actividades

Seguimiento y
evaluación del grado
de satisfacción y
conocimiento de la
empresa y objetivos

II. Servicios de Comunicación



9. Media Training

Programa de Media Training

Auditoria general y oral.

Evaluación de la experiencia y potencial del CEO y alta dirección

Designación de portavoces

Desarrollo conceptual de objetivos

Briefing y sesiones de los portavoces con Dircom y periodistas. Q&A, ruedas de prensa, contingencias, etc.

Diseño de sesiones especiales para gestión de crisis y sesiones prácticas

Sesiones de mejora de la expresión oral y gestual

II. Servicios de Comunicación



10. Networking y Lobby

Evaluación de capacidades de Networking interno y externo

Análisis de entorno operativo, red de contactos y necesidades de negocio y lobby de la empresa

Diseño de acciones específicas de refuerzo de Networking. Diseño, en su caso de Plan de Lobby

Gestión proactiva de la red de contactos existente y potencial. Ejecución del Plan de Lobby

III. Algunos casos de éxito



III. Algunos casos de éxito (1)



Empresa Inmobiliaria
HERCESA (2000-2008)

Objetivo general:

- Ser una de las 10 promotoras más importantes de España

Trabajo realizado:

- Comunicación estratégica
- Gabinete de Prensa
- Reforzar el Departamento de Marketing
- Puesta en marcha y supervisión de la Comunicación Interna
- Coordinación de la Comunicación Internacional de Hercesa y sus delegaciones en Europa y Latinoamérica

Resultados:

- Líder en Castilla-La Mancha
- Top Ten en España

- Inversión en comunicación: 2000: 30,000 €
- ROI: 117.351 €

- Inversión en comunicación 2008: 180.000 €
- ROI: 2,4 M €



III. Algunos casos de éxito (2)

Yates RODMAN (2004-2009)

Objetivos principales:

- Convertirse en marca premium class
- Aumentar Notoriedad y Prestigio

Trabajo realizado:

- Comunicación Estratégica
- Gestión nacional e internacional de la Comunicación y Gabinete de Prensa
- Coordinación de la Comunicación Internacional
- Programa de RR.PP. dirigido a clientes

Resultados:

- De 150 a 300 barcos vendidos en tres años
- Premio a la Marca del Año en el Salón Náutico de Cannes 2007 por su desarrollo. 3 premios a los Rodman Muse 54 y 74 en 2007 y 2008.
- Importante aumento de la notoriedad y reputación nacional e internacional.
- Refuerzo a su presencia en los principales salones náuticos europeos: Cannes, Düsseldorf, Paris, Génova, Londres, Southampton y Barcelona.



Rodman
AUTÉNTICOS EXPERTOS DEL MAR

III. Algunos casos de éxito (3)

Coches deportivos

Porsche AG y LA (1994-2010)

Objetivos generales:

- Apoyar el crecimiento y desarrollo de la marca en Latinoamérica
- Asesoría a la Dirección General de Comunicación Corporativa de la Central en Stuttgart (Alemania)
- Apoyo a Porsche Iberica en Madrid

Trabajo realizado:

- Gestión de la Comunicación y Gabinete de Prensa & PR de Porsche Latinoamérica
- Desarrollo de la marca en Latinoamérica
- Refuerzo de las actividades internacionales de comunicación y prensa de Porsche AG
- Apoyo a los CEOs de Porsche

Resultados:

- Aumento de ventas en LA: de 250 a 2.500 unidades en 10 años.
- Elegido “Coche Deportivo del Año” varias veces en Latinoamérica.
- Designados por la prensa LA como mejor trabajo de comunicación de Marca.



PORSCHE



IV. Referencias



LUCA

COMUNICACION

CORPORATIVA

20 años de excelencia en comunicación

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación



IABC INTERNATIONAL ASSOCIATION
OF BUSINESS COMMUNICATORS

Más información: www.lucacom.com

Ayala, 4 · E-28001 Madrid · Tel.: +34 91 435 17 12 · Fax: +34 91 435 50 75 · www.lucacom.com · e-mail: info@lucacom.com