

Objectius generals

Internet no és simplement una nova tecnologia que s'implanta a l'empresa per disposar d'un nou canal de comunicació. Significa molt més perquè implica la redefinició de l'estratègia global de tota l'empresa, davant d'aquesta nova realitat econòmica.

Evidentment, aquest pas és un procés lent que exigeix assimilar una determinada cultura d'empresa, que va més enllà dels actuals models tradicionals. Això només és possible amb una voluntat decidida de renovació i desenvolupant estratègies que vagin més enllà del curt o mitjà termini.

Les noves estratègies de màrqueting de l'empresa haurien de centrar-se en tres aspectes importants:

- Contribuir al coneixement dels productes i serveis de l'empresa en el seu target de públic objectiu.
- La fidelització dels clients actuals a partir d'oferir-los serveis de valor afegit.
- La captació de nous clients.

Els objectius generals de comunicació haurien de concentrar-se en dos grans àmbits:

- Crear els nous serveis d'informació on-line de l'empresa.
- Potenciar les relacions de l'empresa amb el seu públic i per mitjà de la comunicació digital.

El primer objectiu es considera a llarg termini per la seva complexitat. Un portal no es construeix d'un dia per l'altre, si no que és una tasca laboriosa que implica la suma d'esforços i d'actuacions específiques i que cal afrontar amb una voluntat decidida.

El segon objectiu, és una conseqüència de l'anterior però que podria existir de forma independent. Quan l'empresa decideix donar pas als serveis on-line, ha de contemplar

Objectius generals

forçosament l'establiment de relacions comunicatives per mitjà del correu electrònic amb els usuaris, pels avantatges que suposa respecte a d'altres fórmules tradicionals (immediatesa, control de la correspondència mantinguda, ...). Aquest objectiu ja està implementat però no s'ha analitzat la metodologia que se segueix.

Objectius específics

Els objectius específics corresponen a les tasques que cal executar per a la consecució dels objectius anteriors. Es presenten agrupats en funció de la prioritat en la seva implementació:

Prioritat 1

- Definir els continguts i les funcionalitats del servei d'informació on-line
- Creació dels nous serveis web de l'empresa
- Definir el sistema de comunicació digital de l'empresa.
- Servei extranet, perquè determinats grups d'usuaris puguin realitzar directament gestions on-line. S'apunta a que els clients puguin accedir als seus històrics de treballs o realitzar pressupostos estimatius de nous treballs.

Prioritat 2

Aquests objectius es corresponen a actuacions que caldria executar a mitjà i llarg termini:

- Desplegar una campanya promocional dels serveis on-line.

Pla d'actuacions: objectius prioritat 1

1. Definir els continguts dels serveis d'informació on-line

A. Web de comunicació

Perfil dels usuaris

En primer lloc s'analitzen els diferents perfils dels usuaris a qui es dirigeix el web públic i, en funció d'aquests, poder determinar més clarament quines necessitats li podem cobrir i els tipus de continguts que es requeriran.

El públic objectiu, el segment de població al qual va dirigit el nostre producte, està format per dos grups principals:

- Clients actuals.
- Clients nous: empreses de diferents rams que poden requerir els serveis de l'empresa .

Com es pot observar, els perfils d'ambdós grups es poden qualificar del tipus professional/empresarial i per tant, més susceptibles d'utilitzar Internet en les seves relacions amb l'empresa.

Tipologia dels continguts del web públic

Pel fet d'adreçar-se principalment a un target de tipus professional, les informacions han de ser exhaustives per tal que aquests usuaris obtinguin un alt nivell de satisfacció en les consultes que realitzin.

De la mateixa manera és convenient facilitar-los els elements que permetin que les seves relacions amb l'empresa, s'efectuïn de forma interactiva per mitjans on-line, ja sigui a través d'apartats específics de la web o per correu electrònic en les seves comunicacions.

1. Definir els continguts del servei d'informació on-line

A partir d'aquesta anàlisi, s'observa que el servei d'informació on-line hauria d'oferir continguts relatius a tots els aspectes que conformen l'univers. Aquests poden agrupar-se en grans àmbits:

A. L' Empresa

Informació de tipus general: qui som, localització, equip, objectius.
Relativa a la seva trajectòria per tal de ressaltar aspectes com l'experiència en el sector.

Contactar: Directori general que presenta els responsables dels diferents departaments i les formes de contactar-hi (e-mail, fax, telèfon i adreça postal).

La seva finalitat s'orienta a potenciar la imatge corporativa.

B. Els Catàlegs de serveis

Informació general dels diferents productes i/o serveis que s'ofereixen.
Fitxa: descripció general, fitxa producte

Informació específica per a clients:
Requeriments tècnics, temps de realització, preus generals,

Fomulari sol·licitud d'informació.

La seva finalitat s'orienta a potenciar el producte.

1. Definir els continguts del servei d'informació on-line

C. L'actualitat

Servei de notícies que pot incloure des de:
l'activitat pròpia del quefer diari de l'empresa (innovacions, treballs realitzats ...) o informacions generals del sector .

Formulari de subscripció al servei de notícies (prioritat 2).

L'objectiu primordial és crear notorietat i contribuir al posicionament de l'empresa en el sector.

Estructura dels continguts del web públic

Es proposa agrupar els continguts en 5 grans seccions generals:

Portada

Presenta les informacions destacades o de darrera hora relatives a les diferents seccions.

L' Empresa

Els serveis

L'actualitat

Atenció al client

Cadascuna d'elles incorporaria els continguts específics i documents d'interès, i també les àrees interactives generals (subscripció a notícies, sol·licitud d'informació).

1. Definir els continguts dels serveis d'informació on-line

Idioma

català, castellà

Si es considera que s'adreça a l'àmbit local, semblaria adequat presentar els continguts del website només en català. Els missatges que s'enviïn als usuaris però, podrien ser en l'idioma escollit pel mateix (català o castellà).

En una fase més avançada, en funció de la resposta obtinguda i també de les demandes que puguin expressar els usuaris, es podria plantejar oferir els continguts del website en altres idiomes.

B. Web privada (backoffice)

L'àrea seria d'ús restringit i només podrien accedir als seus continguts les persones que determinés la mateixa organització. Val a dir que també pot incorporar diferents nivells de privilegis, en funció de les diferents categories d'usuaris que s'estableixin
Interns: administrador, editor, redactor.

Externs: clients, subscriptors, col·laboradors

A. L'administració del web permet la creació, modificació i actualització dels mòduls:

Gestió dels usuaris i clients.

Gestió dels continguts generals de la web.

Gestió dels catàlegs.

Gestió dels històrics de treballs.

Gestió dels continguts multiidioma.

Gestió del Servei documental (Documents, Enllaços, Galeries d'imatges).