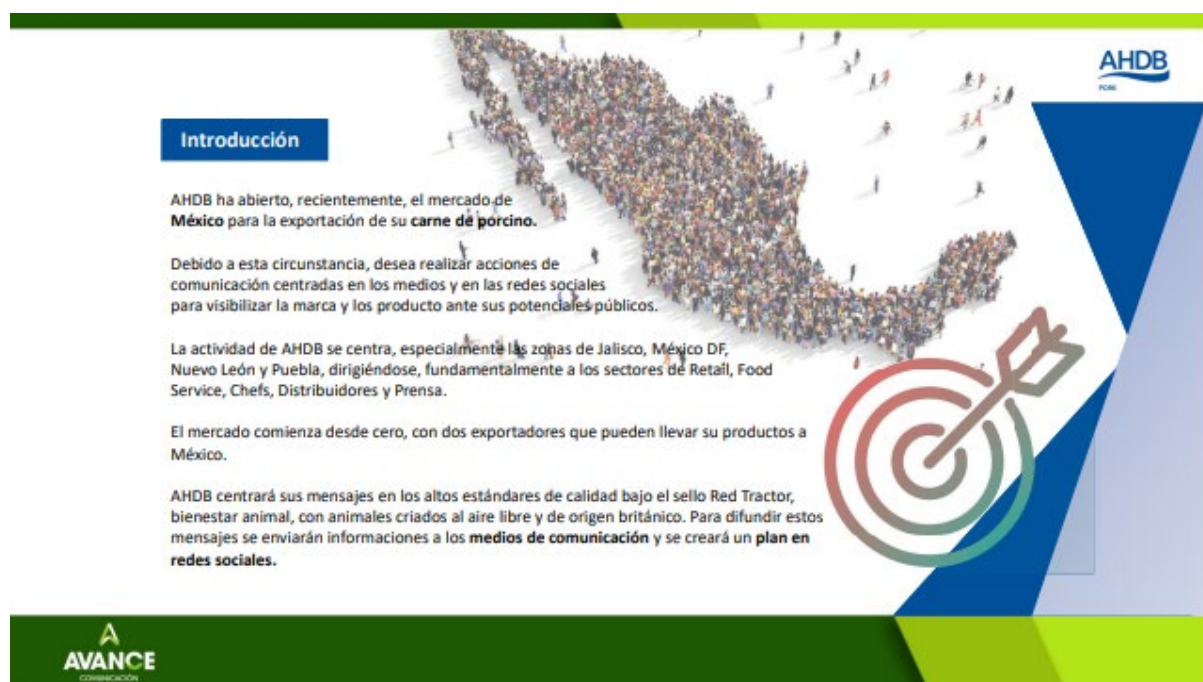


Annex One



Planteamiento estratégico comunicación

La presencia de AHDB en los medios de comunicación de México aumentará su **visibilidad, notoriedad y la confianza** entre sus públicos objetivos. Conseguir esta meta es fruto de una **labor continuada**, por lo que **ofrecemos un servicio de comunicación a la medida**, que se apoya en las siguientes fases:

- Análisis y preparación
- Plan de comunicación integral
- Medición e informes

Las actuaciones incluidas en los tres puntos anteriores se integran para que se produzca una **relación fluida y continuada entre los medios y la marca**, favoreciendo la imagen de la misma y el objetivo de mostrarse como una **marca atractiva para sus públicos**:

- Obtener *repercusión en medios generalistas, económicos y especializados de los sectores: cárnica, alimentación, retail, restauración, etc.*
- Convertir a AHDB en un *referente del sector y en fuente de información de calidad* para los medios de comunicación de diferentes ámbitos, especialmente el económico y cárnica o gastronómico.
- *Salvaguardar la imagen y reputación de la compañía.*

Análisis y preparación

En esta primera fase estableceremos las bases del trabajo posterior:

1. Análisis de AHDB y sector:

[REDACTED] lación del mercado y la competencia, analizando las noticias sobre carne de porcino en los medios de comunicación mexicanos.

2. Preparación de clipping personalizado

[REDACTED]



Análisis y preparación

3. Preparación de BBDD de medios, específica para AHDB
Seleccionaremos los medios de comunicación clave para los objetivos de la marca, así como los contactos específicos de periodistas, con el fin de establecer canales de información estables y duraderos en el tiempo.

■ Por temáticas:

-
-
-
-

■ Por soporte: todo tipo de soportes (prensa, radio, TV, online)



Plan de Comunicación

La **definición y desarrollo de un buen plan de comunicación** es clave para alcanzar los objetivos planteados. Para ello, desarrollaremos las siguientes acciones, en coordinación con AHDB y estableceremos **reuniones periódicas** de seguimiento para la actualización continuada del plan.

1. Definición de temáticas

2. Establecer el modo de difusión para cada temática

3. Timing de difusión

Plan de Comunicación

4. Elaboración de contenidos

Elaboraremos los **contenidos de manera integral**, partiendo de los datos facilitados por la marca, redactando con el enfoque noticiable más apropiado, en función de la temática y los medios de comunicación a los que nos dirigimos y estableciendo el material adicional recomendable (imágenes, vídeos, infografías, dossier de prensa, etc.)

5. Gestión y difusión de contenidos

Difusión de los contenidos, según la planificación prevista y los medios seleccionados, **promoviendo la publicación** de notas de prensa, realización de entrevistas, participación en reportajes sectoriales, publicación de artículos, etc.



6. Atención personalizada a los periodistas y contactos

Para fomentar las posibilidades de impacto de las informaciones generadas, seremos un **filtro permanente para los medios**, orientando sus peticiones y gestionándolas de forma adecuada.

Plan de Comunicación

7. Detección de oportunidades informativas

Cuando surjan **oportunidades informativas** de interés, en los diversos medios de comunicación, ya sean orgánicas o de pago, propondremos a la marca su participación.

8. Gestión de la comunicación de crisis

Diseñaremos **estrategias puntuales** para hacer frente a hipotéticas situaciones en las que el cliente tenga una **atención indeseada por parte de los medios de comunicación** o en los casos en los que situaciones adversas puedan provocar un impacto negativo en la imagen de la compañía. Dichas estrategias serán desarrolladas en consonancia con el enfoque corporativo de la compañía.



Medición e Informes

Realizaremos el reporte de las acciones en marcha y sus resultados a través del **seguimiento de medios** (clipping) y mediante informes periódicos.

El seguimiento de la información que recojan los medios de comunicación (clipping), referida tanto a la propia entidad, como a su sector y competencia se realizará **diariamente, vía mail**.

Por otro lado, **emitiremos informes mensuales** en los que se incluyen las siguientes informaciones:

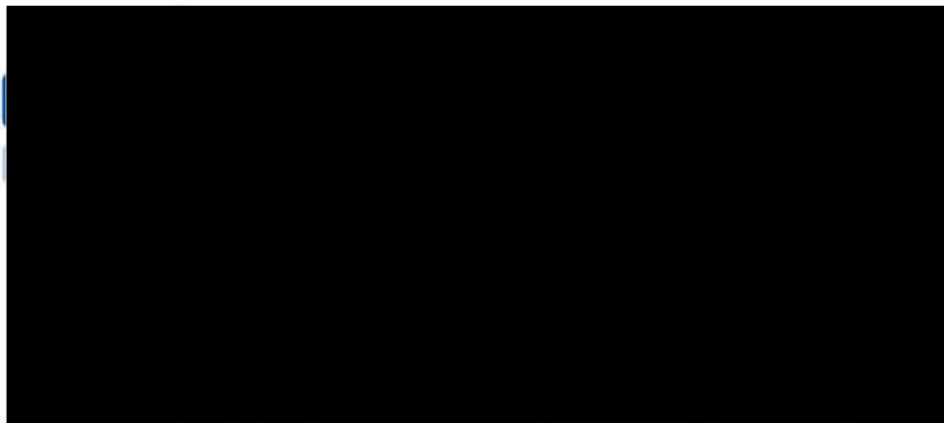
1. Resumen de las acciones

[Redacted content]

2. Balance de las acciones

[Redacted content]

Metodología



Gestión de RRSS: estrategia

Actualmente **AHDB** no cuenta con perfiles en español en RRSS. Es necesario crear estos perfiles, para lo que recomendamos dar prioridad a **Facebook** (público general y final) y **LinkedIn** (público profesional), para alcanzar al máximo público potencial.

HACIA SU PÚBLICO OBJETIVO:

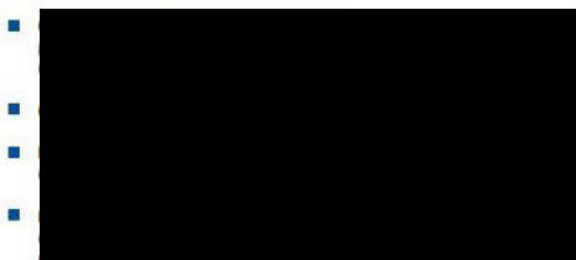


HACIA EL PÚBLICO GENERAL:

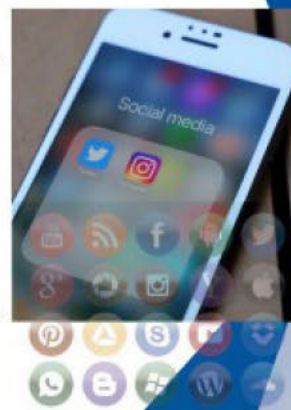


Gestión de RRSS: estrategia

El planteamiento estratégico de contenidos incluye una publicación diaria por red social (Facebook y LinkedIn), con contenido variado.



Nota: Las imágenes de las redes sociales en formato de reportajes fotográficos y / o edición y producción audiovisual.



Gestión de RRSS: gestión

Para gestionar los perfiles de manera eficaz, realizaremos una **planificación previa** de los contenidos creando un calendario, de manera mensual.

Por otro lado, desarrollaremos la **gestión de las interacciones durante la primera hora tras la publicación de contenido y, de forma puntual, en horario de oficina**, con la comunidad formada en los diversos perfiles, consultando con el cliente en el caso en que se produzcan consultas técnicas:

Respuesta a mensajes
Respuesta a menciones
Likes

Con el fin de incrementar la visibilidad, el número de seguidores y la interacción, implementaremos **micro-campañas mensuales** de captación de seguidores (incluidas en el servicio).

Por último, realizaremos los **informes mensuales** de resultados, en los que se analiza el crecimiento e interacción en las diversas redes, de cara a la introducción de mejoras.

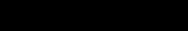


INVERSIÓN ECONÓMICA

Importe de fee mensual comunicación:



Importe de fee mensual RRSS:



Servicios No Incluidos:

- Diseño y producción de materiales promocionales en cualquier tipo de material audiovisual o impreso.
- Realización de reportajes fotográficos o grabación y edición de material audiovisual.
- Clipping radio y TV.
- Contratación de servicios externos para la realización de eventos o encuentros con periodistas: locales, personal auxiliar, equipos de audio y video, catering, etc.
- Desplazamientos y dietas fuera de la Comunidad de Madrid (solo si fuese necesario para la prestación del servicio).
- Compra de espacios en medios de comunicación y planificación de medios.
- Cualquier servicio o material no descrito en el presente documento.

Condiciones del servicio

[Redacted content]

Forma de pago

[Redacted content]

SOMOS AVANCE COMUNICACIÓN



Somos una agencia focalizada en **EL CLIENTE**. Nuestro planteamiento es estar comprometidos con cada proyecto desde el inicio, porque tenemos siempre presente que ese es el punto de partida para alcanzar los objetivos.

Este compromiso y dedicación nos ha llevado a ser una consultora de marketing, en la el servicio no termina con cada proyecto, ya que para nosotros la fidelización de nuestros clientes es primordial. Entendemos las relaciones a largo plazo como las más fructíferas y, por ello, ganarnos la confianza de **AHDB**, ofreciendo un buen servicio, sintiendo como propio este proyecto, es la base para vuestra satisfacción, que es nuestra meta.

CON UNA TRAYECTORIA EN ACTIVO DESDE 1991, GENERAMOS SOLUCIONES EN:

COMUNICACIÓN CORPORATIVA
ESTRATEGIA DE MARCA
MARKETING DIGITAL
EVENTOS Y MARKETING FERIA

Esto hace que tengamos una visión 360º para diseñar estrategias y alcanzar objetivos, trabajando con detalle todos los aspectos de cada proyecto; optimizando los presupuestos y cumpliendo los plazos.

¡Estamos convencidos de que podemos ayudarte!



- The remainder of this page is intentionally