

PROYECTO ELECTROLINERA

Imagen corporativa – Comunicación Externa

INTRODUCCIÓN:

El propósito de una electrolinera consistirá en ajustar los tiempos de carga, con mayor potencia posible, en un tiempo reducido y que le resulte económico para el cliente. La ubicación de la electrolinera estará situada en la localidad jiennense de Úbeda, sita en Calle Cronista Juan de la Torre, 11. Tras el objetivo marcado por la Unión Europea sobre la reducción de CO₂, el mercado del vehículo eléctrico está en expansión, de ahí que también vayan aumentando su número. Tendrá un servicio las 24 Horas, 365 días al año con la disponibilidad y facilidad de autoservicio, con una prestación extra de servicios de maquinaria de auto vending. Estas instalaciones tendrán sus propios sistemas de control, seguridad y equipos informáticos.

COMUNICACIÓN EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL:

- A) *Importancia de la comunicación empresarial:* La comunicación es vital para el buen funcionamiento de una empresa. Un buen empleo de la comunicación mejorará la competitividad de la empresa, se obtendrá fácilmente los objetivos y metas propuestos. Es importante una buena comunicación interna y externa en la organización.
- B) *Comunicación Externa:*
- 1) **Introducción:** La importancia de promocionar, proyectar y reforzar la imagen de la empresa es una de nuestras principales prioridades. Nuestro plan de acción será desarrollado acorde con nuestro público. En un principio nuestros clientes serán los que tengan este tipo de vehículo, que lo utilizan con frecuencia y/o como herramienta de trabajo, etc.
 - 2) **Plan de Comunicación Externa:** Éste servicio prestará una serie de descuentos y ofertas al cliente acordes según la estabilidad económica de la empresa. Se puede ofrecer a través de una Página Web, App Móvil o una tarjeta de fidelidad. El cliente por cada carga de su vehículo obtendrá unos puntos acumulables que después serán descontados de manera económica en su próxima recarga. A través de la App o Página Web se podrá facilitar información como las promociones que se realicen, la ubicación, la factura, consulta en la acumulación de puntos, el tiempo de espera, etc.
Marketing Relacional: Uno de nuestros medios para que nos conozcan es a través de ferias y exposiciones del sector para poder hacer clientes y crear nuestros contactos con otras empresas del sector.
Marketing directo: Nuestros principales canales de comunicación para atraer a nuestros futuros clientes son utilizar grandes medios como la prensa, radio,

anuncios en redes sociales y televisión que favorezcan la entrada en el mercado y el éxito de la empresa.

IMAGEN CORPORATIVA:

- A) *Introducción:* Aportar un valor y principios a través de la tecnología y mejorar la calidad de nuestros servicios. En todos los sectores, la actividad debe estar orientada a hacer que la sociedad sea mejor o viva mejor. Uno de nuestros compromisos principales es colaborar con el medio ambiente y emitir 0 emisiones de CO2 a la atmósfera. Colaborar con el entorno y la sociedad a través de planes de fomento y respeto hacia el medio ambiente como organizar o colaborar en eventos deportivos, aportación de material para reforestación de parques y parajes naturales del entorno.
- B) *Desarrollo de la imagen corporativa de la empresa:* Aplicamos un logo que además de que sea fácilmente reconocido, tenga además unos colores que sean llamativos como en nuestro caso son el color amarillo que transmite felicidad, alegría, optimismo, energía; y el color verde que transmite calma, esperanza y sobretodo naturaleza, además de ser un color del poder y del éxito.

El uniforme se compone de camiseta blanca con el logotipo en resalte a sus colores verde y amarillo y pantalones verdes con franjas laterales en color amarillo. El comportamiento de nuestros trabajadores debe de ser muy servicial, observar, escuchar y actuar de manera adecuada y ofreciendo un buen trato a nuestros clientes, además de ser claramente comprometidos con el medio natural utilizando por ejemplo productos de limpieza ecológicos, papel reciclado, etc. Afianzar la buena imagen de la empresa y motivación y participación de la empresa. Aprender a transformar problemas en oportunidades de mejora.



BIBLIOGRAFÍA:

- *Logotipo*
- https://www.tailorbrands.com/es/lp-home?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=734735276&utm_con

[tent=37199410286&utm_term=crear%20logo&gclid=Cj0KCQjwuZDtBRDvARIsAPX3Cj6eCNaTUKSeR7HfdknllSmum4CZynjA67ibXyLLIUaXWfVtdyFdsaAkIrEALw_wcB](https://www.google.com/search?q=crear%20logo&utm_term=crear%20logo&gclid=Cj0KCQjwuZDtBRDvARIsAPX3Cj6eCNaTUKSeR7HfdknllSmum4CZynjA67ibXyLLIUaXWfVtdyFdsaAkIrEALw_wcB)

- Búsqueda de información
- <http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/es/guia/electrolinera>
- <http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/sites/default/files/guias/473002%20Electrolinera.pdf>
- <https://cm3sector.org/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/>

Proyecto realizado por: Sonia Morales Ortega e Ildefonso Moreno Galera