



¿Utilizo la marca que me representa?

¿Soy consciente que tengo un sello de garantía que me separa del intrusismo?



Administrador
Fincas
Colegiado

¿Conozco las
campañas de
comunicación
profesional que
hablan de mi y de la
labor profesional que
realizo?

Si las campañas
hablan de mi ¿porqué
no las utilizo para
posicionarme con
mayor relevancia?

¡Vive tranquilo con tu Administrador de Fincas Colegiado!

Sumar la marca AFC a la mía, me aporta los beneficios de un gran trabajo de comunicación común. El Consejo General y los Colegios Territoriales, están realizando una labor efectiva para posicionar la marca profesional dotándola de valores que nos aproximan al ciudadano y nos hacen reconocibles. El concepto de la tranquilidad pensado como la previsión y anticipación de problemáticas y conflictos, lleva implícito un trabajo riguroso y eficaz, por tanto, la marca que nos une a todos, representa la calidad y la excelencia en la gestión de las comunidades de vecinos que administramos. Sería lógico pensar que me aporta un plus de excelencia y ha de ser mi compañera de viaje.

Marca de mi despacho + Marca AFC (sello de garantía y calidad)

VALOREMOS LOS SIGUIENTES PUNTOS:

01. Acordaremos que utilizar la Marca AFC acompañando la mía propia como refuerzo y sello de garantía, es en beneficio de mi proyección profesional.

02. La difusión de las campañas de comunicación de la marca y del lema que la acompaña “La tranquilidad tiene marca” amplifican y dan mayor reconocimiento a la actividad profesional que realizo.

Después de estas preguntas y reflexiones, todo parece indicar que deberíamos utilizar la marca AFC y hacerla nuestra. En consecuencia, estamos hablando por un lado de la presencia de la marca en nuestros ámbitos cotidianos y por otro de la amplificación de las campañas de publicidad en beneficio propio y del colectivo de Administradores de Fincas Colegiados. **¿Pero cómo lo hago?**

¿CÓMO SUMO LA MARCA AFC A MI DÍA A DÍA,
DE FORMA FÁCIL Y EFECTIVA?

Vamos a chequear

Empecemos por lo que no
tiene costes relevantes y es
fácil de implementar:

.01

¿Tengo “el logo”
la marca AFC,
visible en la web
acompañando la de
mi despacho, en la
cabecera y en el pie?

.02

¿La marca AFC
está presente en la
sede corporativa
acompañando la de
mi despacho, y es
visible por cualquier
visitante?

.04

¿Tengo un banner
o una noticia en
la web que hable
de algunas de las
campañas?

.03

¿Difundo las
campañas que
hablan de mi
profesión en redes
sociales?

.05

¿En el slider de la web corporativa aparecen las campañas creadas para fomentar el conocimiento de mi profesión?

.07

Cuando mi despacho envía una circular, una convocatoria, una carta, un comunicado, entregamos un dossier o simplemente intercambiamos tarjetas. ¿La marca AFC está presente?

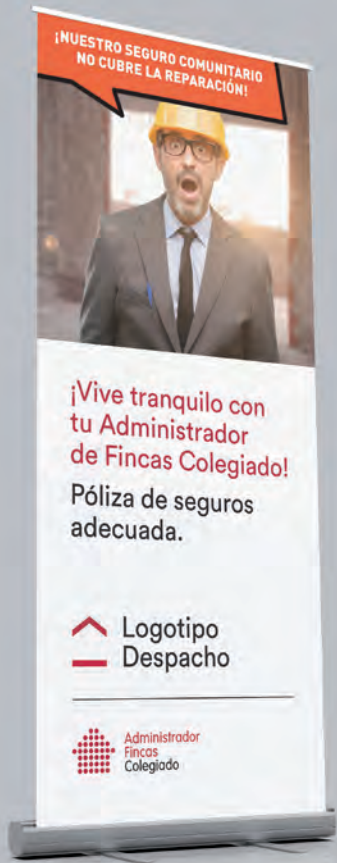
.06

¿La firma de correo de mi despacho incorpora la marca AFC y la última campaña?

Todas estas acciones (Presencia web, correos, RRSS, comunicados, presencia en las sedes corporativas y otras relacionadas) se pueden efectuar de forma cotidiana y constante, sin que el coste de realizarlas, sea relevante. “Podríamos decir que son las acciones mínimas que deberíamos realizar”.

Algunos ejemplos de aplicación

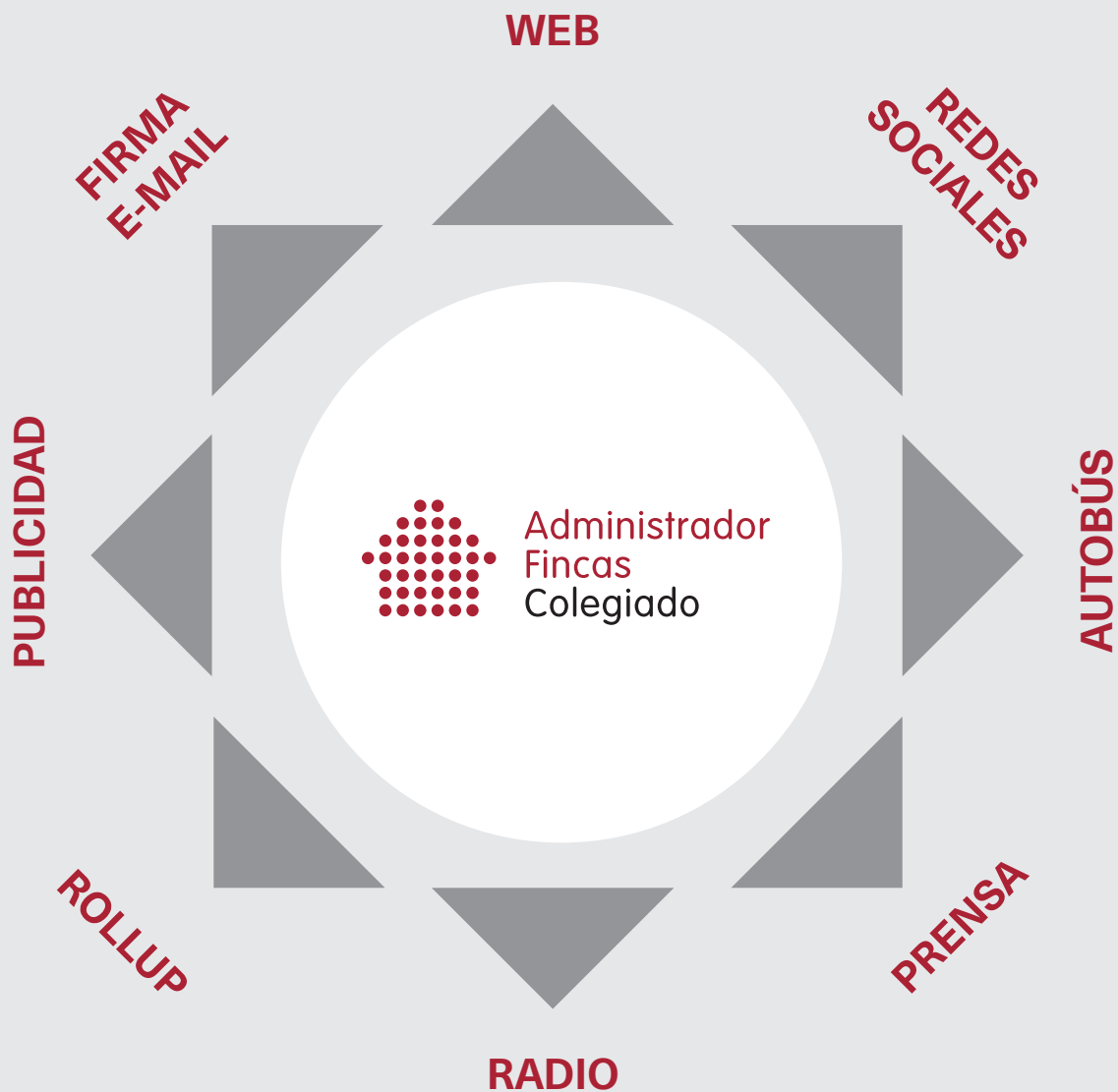




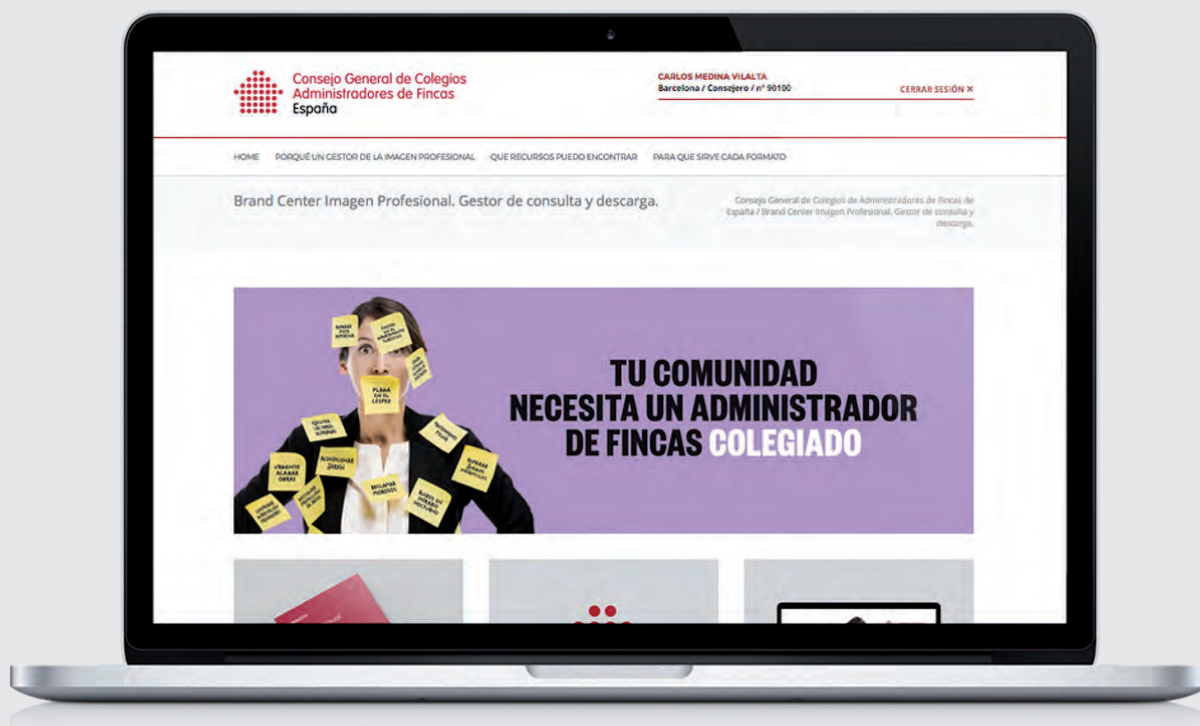
¡La tranquilidad tiene Marca!



El Consejo General y los Colegios territoriales facilitan que puedas utilizar todas estas acciones, poniendo a disposición el siguiente material:



Es importante recordar que todo este material, tanto de la marca AFC, como de las campañas de comunicación, quedan almacenados en un repositorio (Brand Center) de acceso vía la web del Consejo General.



CON QUE MATERIAL PUEDO CONTAR EN CADA CAMPAÑA:

Web: Formato para slider (Carrusel) /
Formato para banner

Redes sociales: Imágenes adaptadas
para RRSS / Textos de acompañamiento

Firma de correo (e-mail)

Banderolas (Para presencia en calles y
avenidas)

Formato para autobús (Adaptables a
las peculiaridades de cada población)

Rollup (Para tener una señalización
móvil en nuestras sedes, en ferias y
actos a los que acudamos o que se
puedan esponsorizar)

Mupi / Opi (Para colocar como
publicidad estática en nuestras
poblaciones)

Prensa: Anuncio página completa /
Anuncio media página / Anuncio 1/4 de
página/ Anuncio faldón
(Para nuestra revista corporativa, prensa,
anuarios...)

Guión de cuña de Radio (Hay que
recordar que este caso el coste de la
cuña va incluido en la contratación de
medios y generalmente lo realiza el
mismo bajo nuestra supervisión)

Para que sirve
cada formato

CON QUE FORMATOS PUEDO CONTAR EN CADA CAMPAÑA:

FORMATO ZIP:

El archivo zip es un formato de compresión y permite contener varios archivos en uno disminuyendo su peso. En el Gestor online (Brand Center), encontraremos distintos archivos zip que al ejecutarlos mostraran una carpeta y un contenido concreto. La utilización de archivos zip aumenta la usabilidad del gestor.

FORMATO PDF:

Este formato se ha erigido como el de consulta universal y en la actualidad es operativo en cualquier ordenador o dispositivo multimedia. Por este motivo es el que se utiliza para la confección de normativas, requerimientos de uso...

FORMATO JPG:

Ideal para ofimática y entorno online (web-site, newsletters, blocs...). Este formato va relacionado con una resolución concreta, es decir un tamaño y es por este motivo que no admite ampliación ya que perdería calidad (resolución).

FORMATO PNG:

Ideal para ofimática, entorno online (web-site, newsletters, blocs...) y diseños básicos. Su diferencia principal con el jpg es que tiene el fondo transparente y se puede utilizar sobre un fondo, siempre que lo permita la normativa. Este formato va relacionado con una resolución concreta, es decir un tamaño y es por este motivo que no admite ampliación ya que perdería calidad (resolución).

FORMATO PROFESIONAL / VECTORIAL (ADOBE ILLUSTRATOR .ai):

Es el formato profesional por excelencia y es el que debemos utilizar para realizar cualquier producción. Deberemos facilitarlo, normalmente, para su manipulación ha estudios de diseño, agencias de publicidad, imprentas u otros profesionales de la producción y la comunicación. Su característica principal es que admite una ampliación sin limites y no pierde calidad.

FORMATOS MULTIMEDIA:

> **FORMATOS MOV, AVI Y MP4;** Son los formatos habituales en los distintos videos de promoción y comunicación de la imagen profesional. Son compatibles con redes sociales y habituales en Facebook..

> **FORMATO GIF:** Este formato de archivo permite realizar animaciones básicas y lo encontraremos aplicado en las animaciones de las distintas campañas de comunicación. Es compatible con twitter y otras redes sociales.

¡Prográmate!

UTILIZA LA MARCA EN BENEFICIO PROPIO. PROPONEMOS ALGUNAS ACCIONES:

- > Cuando envío una liquidación, convocatoria o comunicado debo incorporar la marca AFC como sello de garantía y puedo adjuntar alguna de las campañas de temática concreta que hablan de mi profesión.
- > Cuando me comunico mediante correo electrónico (e-mail) he de firmar con un pie que incorpore la marca AFC, a su vez puedo incorporar alguna de las campañas de comunicación.
- > Si mi despacho esta presente en las redes sociales puedo enriquecer mis comunicados añadiendo o amplificando alguna de las campañas que hablan de la labor profesional que realizamos.
- > Cuando mi cliente me visualiza, ya sea viniendo a mi despacho o ya sea entrando en mi página web, la marca que me singulariza y separa del intrusismo ha de estar presente, a su vez, en mi sede física (despacho), como en mi sede online (web), pueden estar presentes alguna de las campañas que hablan de mi labor profesional y recuerdan obligaciones concretas.

Conclusión

Debemos hacer jugar la Marca AFC a nuestro favor, como sello de garantía profesional, utilizando el material que se pone a nuestra disposición e incorporando las campañas en nuestros comunicados y planificación de medios que podamos realizar.

Poder tener una misma marca emisora de nuestros mensajes en todo el territorio nacional, a la vez en diversidad de medios y amplificada en las campañas de comunicación, nos dará una alta penetración y mayor posicionamiento en la sociedad. Si todos los Colegios Territoriales y muchos de los Administradores de Fincas Colegiados la difundimos en nuestro día a día, en prensa y en alguno de los medios indicados, conseguiremos un mayor reconocimiento de nuestra profesión y de la labor que desarrollamos.

Calendario y plan de acciones de las campañas de comunicación:

Para poder planificar la utilización de las campañas de comunicación, deberemos consultar el cronograma siguiente que explica los lanzamientos de las diferentes campañas que se van a difundir durante el 2018 / 2019, algunas ya iniciadas:

.01

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DIRIGIDA AL CIUDADANO

De esta campaña se realizarán tres acciones diferenciadas sobre un mismo concepto, hacer ver al ciudadano la tranquilidad que implica contar con un Administrador de Fincas Colegiado y por otro el miedo que produce y las consecuencias de no tenerlo.

2018

Lanzamiento 1 y material a disposición: 1 de Noviembre

Lanzamiento 2 y material a disposición: 1 de Marzo

Lanzamiento 3 y material a disposición: 1 de Mayo

.02

CAMPAÑA DE NAVIDAD DIRIGIDA AL CIUDADANO

Que se compone de un vídeo para difundir en RRSS, web y otros medios online y de la posibilidad de realizar un formato impreso. La campaña incide en que podemos estar tranquilos ya que nuestra comunidad tiene todo preparado para la Navidad ya que cuenta con un Administrador de Fincas Colegiado.

2018

Lanzamiento y material a disposición: 28 de Diciembre

.03

CAMPAÑA 347 DIRIGIDA AL CIUDADANO

Incide en la obligación de la comunicación a hacienda del 347 y de las posibles sanciones de no tenerlo y de la tranquilidad de contar con un Administrador de Fincas Colegiado que se cuida de los tramites necesarios.

2019

**Lanzamiento y material a
disposición: 7 de Enero**

**Refuerzo de campaña,
lanzamiento y material a
disposición: Finales de Enero**

.04

CAMPAÑA CAFIRMA DIRIGIDA AL CIUDADANO

Incide en la obligación de las comunicaciones telemáticas, de la tranquilidad de contar con un Administrador de Fincas Colegiado que se cuida de los tramites necesarios y que cuenta con los medios que pone el colectivo de colegios a su disposición para hacerlo diligentemente.

2019

**Lanzamiento y material a
disposición: 1 de Febrero**

**Refuerzo de campaña,
lanzamiento y material a
disposición: 1 de Abril**

Ejemplos de algunas de las campañas de comunicación realizadas

Hay que recordar que todas las campañas realizadas no tienen una vigencia definida, son atemporales, por tanto las podemos utilizar en cualquier planificación y cuando estimemos oportuno. Siempre las tenemos a disposición en el repositorio (Brand Center) de acceso vía la web del Consejo General.



Mi comunidad ha sido sancionada por no presentar el Modelo 347

¿No tenéis Administrador de Fincas Colegiado?

Administrador Fincas Colegiado

La tranquilidad tiene marca

#AFColegiado #latranquilidadtienemarca

Detailed description: A man in a dark vest over a white shirt holds a red card with the number '347' to his mouth as if it were a secret. The background is a solid light orange color. Text is presented in white speech bubbles and boxes. Logos for the 'Administrador Fincas Colegiado' and the slogan 'La tranquilidad tiene marca' are at the bottom.



¿Tu comunidad habla digital?

¡Obtén los certificados digitales de tus comunidades!

CAFirma

Consejo General de Colegios Administradores de Fincas España

Descubre todas las ventajas en www.cafirma.com

Detailed description: An illustration of various hands holding different digital devices like smartphones, tablets, and a laptop. The background is a solid teal color. Text is in white. Logos for 'CAFirma' and the 'Consejo General de Colegios Administradores de Fincas España' are present, along with a website link.



TU COMUNIDAD NECESITA UN ADMINISTRADOR DE FINCAS COLEGIADO

Detailed description: A man in a white shirt and tie has his face and shirt covered with numerous colorful sticky notes. The notes contain various property-related terms such as 'REPARACIÓN MANTENIMIENTO', 'ZONAS COMUNES', 'REPARAR ASCENSOR', 'PROFESORES PATRÓN', 'MANTENIMIENTO', 'REVISIÓN DE PECUNIAS', 'CONSERVACIÓN EDIFICIO', 'MÓDULO SIF', 'IMPUESTOS CERTIFICADOS', 'LUGAR COCINA', 'REPARABILIDAD SUMINISTROS', 'REPARACIÓN', 'TUBOS', 'PANTALLA', 'MANTENIMIENTO INFERIORES', 'REVISIÓN DE REJES', and 'PROFESORES PATRÓN'. The background is a solid light blue color. The text is in large, bold, black and white letters.



**¡Administramos
su comunidad sin
sorpresas!**



**Administrador
Fincas
Colegiado**



**VIVE TRANQUILO
CON UN
ADMINISTRADOR
DE FINCAS COLEGIADO**



**Administrador
Fincas
Colegiado**

#AFcolegiado
La tranquilidad tiene Marca



Vive tranquilo con un Administrador de Fincas Colegiado.
Póliza de seguros adecuada.



**Administrador
Fincas
Colegiado**

La tranquilidad tiene Marca

#AFcolegiado



**VIVE TRANQUILO
CON TU ADMINISTRADOR
DE FINCAS COLEGIADO
FELICES FIESTAS**



**Administrador
Fincas
Colegiado**



Administrador
Fincas
Colegiado