**Planeación Mensual de Calendario Comunicación Octubre**

**Formato: Lunes a Viernes | 2 semanas**

**Objetivo general del mes**

Diseñar y distribuir contenido de valor para motivar, capacitar, activar y conectar con los agentes AXA, a través de publicaciones prácticas, emocionalmente potentes y visualmente atractivas. El calendario incluye contenido formativo, táctico, comercial, motivacional y recreativo.

**Línea creativa sugerida**

* Estética institucional con toque humano
* Lenguaje cercano, empático y directo
* Formatos mixtos: imagen, reels, carruseles y audios
* Consistencia por día temático
* Multiplataforma: Grupos de WhatsApp y Redes Sociales

**Distribución semanal por tema**

| Día | Enfoque | Tipo de contenido |
| --- | --- | --- |
| Lunes | Activación y enfoque emocional | Frases, videos, retos, historias reales |
| Martes | Circulares comerciales | Campañas + acciones concretas |
| Miércoles | Tips de prospección y seguimiento | Mensajes, scripts, retos rápidos |
| Jueves | Producto + habilidades comerciales | Carruseles, ejemplos prácticos, reels |
| Viernes | Trivias, reconocimientos y conexión | Encuestas, juegos, dinámicas, premios |

**Semana 2 (13-17 de Octubre)**

**Emoción:** Legado, prevención, responsabilidad

| **Día** | **Contenido comercial corregido** |
| --- | --- |
| Lunes 13 | Frase de arranque + reto de la semana:  “El mejor momento para proteger tu salud fue ayer. El segundo mejor momento es hoy.”  Reto: Cotiza 3 pólizas de GMM esta semana. |
| Martes 14 | Circular Importante |
| Jueves 16 | Tip de venta preventiva:  En lugar de hablar de enfermedad, habla de libertad:  “El seguro no es para enfermos. Es para personas libres que quieren elegir cómo y dónde ser atendidas.” |
| Viernes 17 | Campaña previa al 19 de octubre – Cáncer de mama:  Post informativo + emocional: |

**Semana 2 (20-24 de Octubre)**

**Emoción:** Legado, prevención, responsabilidad

| **Día** | **Contenido** |
| --- | --- |
| Lunes 20 | Post tipo reflexión: “¿Y si mañana ya no estás, qué heredas? Deudas o protección.” |
| Martes 21 | Circular importante |
| Miércoles 22 | Tip de venta: Cómo presentar el seguro de vida como “acto de amor” y no como tragedia. |
| Jueves 23 | Material editable: plantilla de mensaje para clientes: “En estas fechas recordamos a quienes amamos. ¿Y tú, ya proteges a quienes te aman?” |

**Semana 3 (27 al 31 de Octubre)**

**Emoción:** Legado, prevención, familia, responsabilidad

| **Día** | **Contenido comercial** |
| --- | --- |
| Lunes 27 | Post tipo reflexión: “Octubre termina… pero tu impacto puede durar toda la vida. Protege a quienes amas hoy.”  CTA para agentes: inicia la semana con 3 llamadas a clientes con familia. |
| Martes 28 | Circular Codigos de Descuento Mes Noviembre |
| Miércoles 29 | Tip de venta: “Cierra con el corazón, no con presión.”  Presenta el seguro de vida como un acto de amor y previsión, no como una tragedia. |
| Jueves 30 | Material editable para WhatsApp o redes: “En estas fechas recordamos a quienes ya no están… y protegemos a quienes aún tenemos.”  Incluye espacio para logo y datos del agente. |
| Viernes 31 | Post día de muertos: “Recordar a quienes partieron es honrar su vida; proteger a los tuyos es continuar su legado.” |