

Descubre todo lo que la
comunicación puede hacer por ti
Formacion de portavoces

| **Silvia Albert**
incompany



El objetivo de este taller es acercar a los portavoces oficiales de la compañía la **esencia de la comunicación** y de las relaciones con los medios y los periodistas y dotarles de las técnicas necesarias para una correcta comparecencia ante sus públicos objetivo.

Eminentemente práctico, la sesión consta de dos partes: una **teórica** para conocer algo más sobre lo que es y lo que significa la comunicación; y otra **práctica**, con ejercicios ante la cámara, simulacros de rueda de prensa, atención de llamadas telefónicas o sobre cualquier otra situación que entendamos se pueda producir en el día a día. Todos los trabajos realizados durante el curso se visionarán para su análisis y para proponer puntos de mejora.

Los cursos, aun teniendo una base común, se adoptan a las necesidades e idiosincrasia de cada asistente ya que el objetivo es que cubrir las deficiencias y reforzar las fortalezas, que en cada compañía es diferente. Asimismo, es importante conocer el contexto del sector en el que la compañía desarrolla su actividad para enfocar aún más si cabe la práctica.

Es importante asistir al curso de forma voluntaria y con el convencimiento

de que aportará un conocimiento extra válido para el desarrollo de cualquier tarea profesional y que se trate realmente de una inmersión. Por eso aconsejamos **desconectar los teléfonos**. Se habilitarán salas y tiempos de descanso para poder contestar correos o llamadas.

La duración de la formación se adapta también a las necesidades de cada uno de los asistentes. Lo óptimo son sesiones para dos personas en una jornada de 9:30 a 14:30, y de 15:30 a 18:00 cuando son más de 2 personas.

La formación no es óbice para que cualquier acción prevista con nuestros públicos objetivo requiera de una preparación adhoc que permita refrescar los conocimientos adquiridos y ponerlos en práctica.

Toda la información utilizada durante el taller -documentos, presentación, artículos, vídeos...- serán entregados a cada participante en un pendrive junto con las grabaciones realizadas y un análisis personal de la forma y fondo del trabajo realizado durante la jornada de formación.

01.

Breve introducción a la comunicación

- **Qué es la comunicación y para qué sirve**
- **La imagen de las empresas y el papel del directivo en la creación y proyección de esa imagen**
- **La forma**
 - Qué es
 - Qué supone
 - La comunicación no verbal
 - La vestimenta y su lenguaje
 - Los gestos dicen lo que tu callas
 - Una mirada vale más que mil palabras
 - La imagen en la radio
 - Distintos tipos de programas: directos y grabados
- **El fondo**
 - La transparencia
 - El valor del contenido
 - Mensajes clave, argumentario y Q&A
 - La credibilidad
 - La estrategia
 - Materiales imprescindibles

02.

La relación con los medios

- **Los medios de comunicación**
- **Qué son y cómo funcionan**
- **Tipos de medios**
- **La realidad de los medios en España**
- **Qué es noticia**
- **El lenguaje especializado**
- **Formas de transmitir información**
 - Entrevista
 - Rueda de prensa
 - Nota de prensa
 - Off the record
 - For background
 - Filtración
 - Tribuna de opinión
 - Quote
 - Desmentidos
- **Los periodistas**
 - Quiénes son y cómo trabajan (qué buscan)
 - Las relaciones personales y profesionales con las fuentes informativas
 - Otros líderes de opinión
 - Las fuentes legítimas e ilegítimas

03.

El departamento (agencia) de comunicación

- **Profesionalidad.** La importancia de los departamentos de comunicación
- **Continuidad**
- **Asistencia al cliente y al periodista**
- **Rigor en la oferta de información**
 - El plan de comunicación: estrategia y acciones
 - La información desfavorable: el valor de la información en situaciones de crisis.
 - La controversia informativa
 - Rentabilidad de la información

04.

El portavoz

- **Quién debe hablar y en qué circunstancias**
- **El perfil del portavoz**
- **Técnicas para hablar con los medios**
- **Aquí te pillo...**
- **Discurso del ascensor**
- **Entrevistas por teléfono**
- **Trucos para salir de encerronas**

05.

Condiciones óptimas de trabajo

- Se aconseja que el número máximo de asistentes no exceda de 3 personas por sesión para un mejor aprovechamiento del curso.
- La jornada que se propone es de medio día pudiéndose ampliar a día completo si hay más de 3 asistentes
- El trabajo ideal es a lo largo de un día completo para que dé tiempo a trabajar diferentes herramientas de comunicación como ruedas de prensa.

06.

Comunicación emocional

- La coherencia entre lo público y lo privado
- Asumir nuevas y más complejas responsabilidades
- Las emociones
- Inteligencia emocional
- Las reglas de oro
- El valor de la escucha

07.

Identidad digital y marca personal

- ¿Qué dice de ti el mundo digital?
- Pasividad frente a proactividad
- Visibilidad, posicionamiento y huella digital
- Plan estratégico personal

08.

Perfil de los formadores

La formación la dirige una persona que es la responsable de organizar y adecuar la formación a la empresa. Este responsable elige al equipo que mejor puede cubrir las necesidades de formación específicas de cada uno.

Todos nuestros formadores son periodistas especializados en comunicación y en diversos sectores: finanzas, farmacéutico, político, institucional... y con largos años de experiencia.

Los formadores son parte del equipo de trabajo de Silvia Albert in company y puede ver sus perfiles en la página web (enlace al equipo de la página web) Si se requiere la participación de algún experto no incluido en el equipo de la Agencia se subcontrata para el curso que sea necesario.

Silvia Albert in company



hola@silviaalbert.com



91 550 02 04



Fuencarral 121 2A Madrid