Both People B Comms.

Training & workshops

2019

Índice

01: P. 3

INSPIRA A TU AUDIENCIA

02: P. 5

MEDIA TRAINING

03: P. 7

PROPÓSITO & RELATO CORPORATIVO

04: P. 9

WORKSHOP PARA CREAR TU PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO

05: P. 11

COMUNICACIÓN DE CRISIS

06: P. 13

COMUNICACIÓN & LIDERAZGO

EQUIPO FORMADOR P. 15

OBJETIVOS

Dominar el arte de la oratoria. Saber construir un discurso efectivo e impactante. Practicar las habilidades comunicativas necesarias para ser un buen portavoz y contribuir al éxito de tu marca.

CONTENIDOS

- ¿Cuál es el lenguaje de tu cuerpo? Domina tus gestos, tu postura, tu mirada, lo que dicen tus manos, tu puesta en escena.
- ¿Qué huella dejas en los demás? Descubre cuál es tu emblema comunicativo, qué recuerdan las personas de ti.
- Hablas como piensas... ¿Sabes cómo construyes tu discurso? Descubre cómo gestionar el esquema del discurso.
- La batalla de la primera impresión: técnicas para innovar en el discurso y captar la atención del público.
- Cómo construir puentes hacia tu público. Cómo adaptar tu discurso a los interlocutores para generar empatía.
- Audience experience: sitúa a tu audiencia en el foco de la experiencia. ¿Qué quieres que sientan o hagan después?
- ¿Temes quedarte en blanco? Aprende a confrontar el miedo escénico. Técnicas para la retórica eficiente y la improvisación

Formación acompañada de equipo audiovisual para el visionado de prácticas.

ADAPTADO A

- Presentación de éxito
- Marca personal
- Cómo comunicar malas noticias
- Cómo hacer un pitch de éxito

Both People B Comms.

“La mejor noticia no es la que se da primero, sino la que se da mejor”

-Gabriel García Márquez

OBJETIVOS

Gestionar con eficiencia tu reputación pública y tu posicionamiento de marca.

Comprender la dinámica de los medios de comunicación. Formación acompañada de equipo audiovisual para el visionado de prácticas.

CONTENIDOS

• Mejora tu presencia mediática. Define tu perfil y estrategia de prensa. Agenda setting y calendario de comunicación.

• Familiarízate con los medios de comunicación y con los diferentes formatos informativos. Identifica qué es noticia y qué no.

• Branding y posicionamiento de marca: decide qué imagen quieres ocupar en la mente de tu público objetivo.

• Los públicos de la comunicación: cómo adaptar el mensaje a las diferentes audiencias.

• Comunicación below the line: estrategias de comunicación offline y online.

• Teoría, tendencias y best practices en el entorno digital. Los nuevos hábitos de los consumidores en los medios digitales.

• Estrategia de redes: el marketing conversacional como nuevo paradigma de relación con el consumidor en los medios sociales.

• ¿Sabes qué dicen de ti? Gestiona tu reputación pública. Conoce a los nuevos periodistas: opinadores, bloggers & influencers.

• La comunicación institucional y la gestión de protocolo

ADAPTADO A

Todo tipo de niveles de conocimiento, desde expertos a neófitos que quieran conocer las técnicas y casos de éxito de las relaciones públicas

Both People B Comms.

“Lo más importante en comunicación es escuchar lo que no se dice”

-Peter Drucker

OBJETIVOS

Consensuar y definir un discurso corporativo eficiente para trasladar a nuestros stakeholders un mensaje de coherencia, transparencia y visión compartida.

CONTENIDOS

- Creación colaborativa del relato corporativo: propósito, visión y valores como herramienta estratégica.
- Alineación del propósito y relato con los comportamientos directivos. Credibilidad y coherencia organizacional interna.
- Storytelling: el arte de contar historias. Estructuras narrativas adecuadas para crear relatos memorables.
- Consolidar el discurso empresarial, crear comunidad, generar adhesiones, afianzar la personalidad corporativa.
- Cómo velar por la percepción de transparencia organizacional.
- Cómo promover la participación (interna o externa) y el debate público sobre tu marca. Gestiona tus brand ambassadors.

ADAPTADO A

- Revisión del propòsito organizacional a través de procesos de participación interna o externa.
- Análisis de la coherencia interna organizacional: Di lo que haces, haz lo que dices.

Both People B Comms.

“Dime y
lo olvido,
enséñame y
lo recuerdo,
involúcrame
y lo aprendo”

-Benjamin Franklin

OBJETIVOS

Generar un espacio para extraer las claver de comunicación interna.

Desarrollar un plan de acción de comunicación interna de manera colavorativa

CONTENIDOS

• Técnicas y herramientas para fomentar una cultura de comunicación interna.

• Las claves de una comunicación interna eficiente: canales y acciones adecuados para cada empresa.

• Revisar los flujos de comunicación y los principales emisores.

• La semántica en la empresa: gestión del diálogo organizacional.

• Gestión de la sobrecarga de información interna: aprender a priorizar. ¿Comunicas o molestas?

• Cómo gestionar la incertidumbre y la rumorología.

• Promover el compromiso y el sentido de pertenencia. Cómo fomentar el employee branding: el equipo interno como principal prescriptor de la marca.

• Nuevas tendencias en comunicación interna: descubre cómo innovar y sorprender a tu público interno.

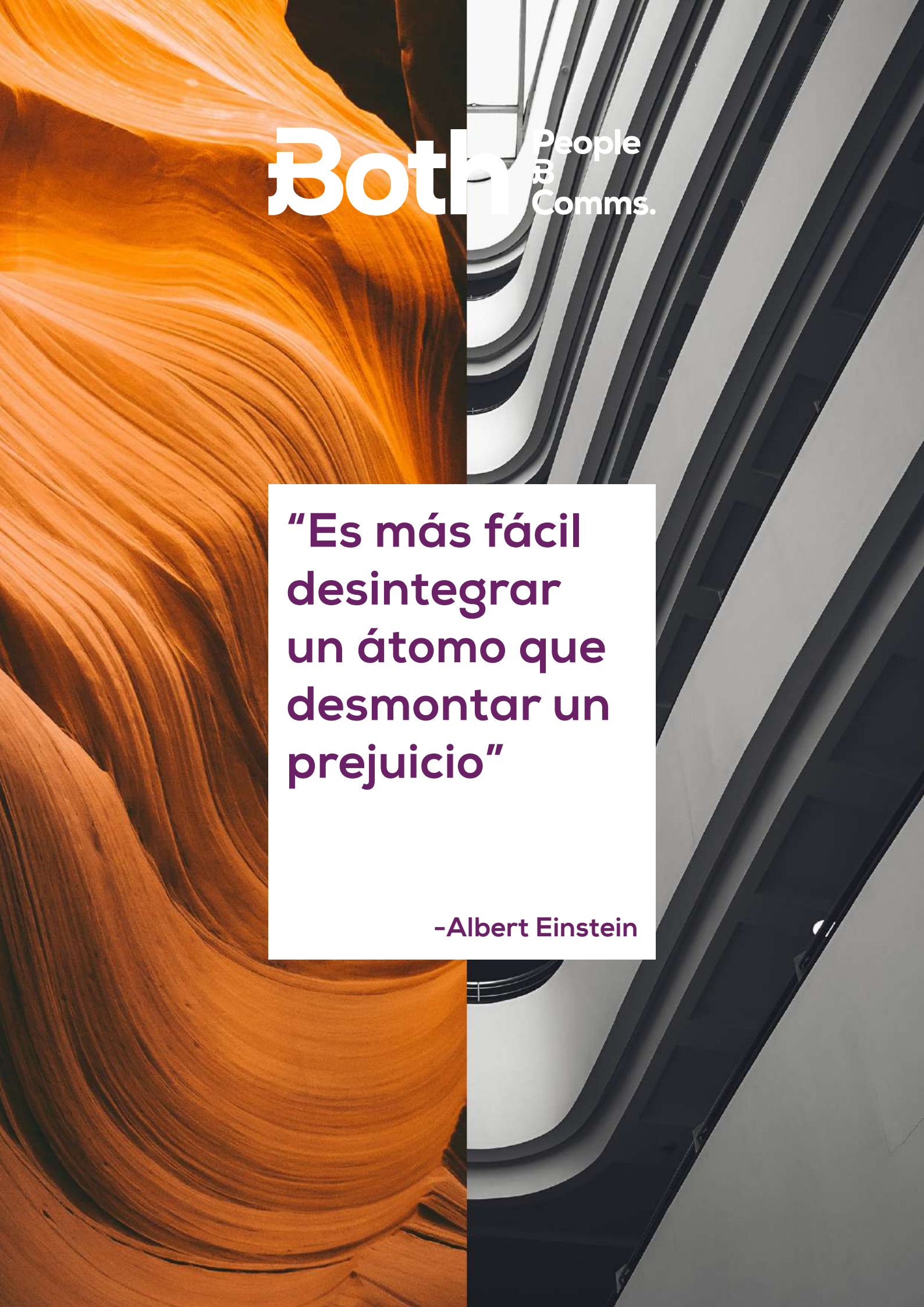
• Gestión de la participación y comunidades internas (on y offline)

ADAPTADO A

• Capacitación de equipos de comunicación o RRHH que deban liderar la comunicación interna en la empresa.

• Comunicación interna en tiempos de crisis: ERE, resultados financieros negativos, austeridad en política de costes...

• Comunicación en caso de fusión, adquisición o transformación.



Both People & Comms.

“Es más fácil desintegrar un átomo que desmontar un prejuicio”

-Albert Einstein

OBJETIVOS

Contribuir a la prevención de una situación de crisis y formar a tu equipo para gestionar una contingencia real.

CONTENIDOS

• Las claves de una comunicación de crisis eficiente: prevención, friends & foes, comité de crisis.

• Cómo llevar a cabo una buena gestión de alertas. Detección de riesgos, amenazas y mapa de públicos.

• Gestión de los stakeholders. ¿A quién informar primero? ¿A través de qué canales? ¿Qué hacer y qué evitar?

• La importancia de gestionar la comunicación interna cuando tenemos una crisis.

• Cómo actúa un buen portavoz en una situación de crisis.

• El papel de las redes sociales: crisis 24/7, el efecto "comunidad".

• Cierre de crisis: cerrar, agradecer y aprender de lo ocurrido.

Posibilidad de realizar sesiones específicas de formación de portavoces para casos de crisis dirigida a Comités de Dirección.

Jornada de simulacro de una situación de crisis:

Estudio de casos más plausibles para la empresa, adaptación de las prácticas a sus planes de contingencia, gestión del role play del equipo de gestión de crisis o comité directivo. Actuación y gestión del caso práctico bajo presión. Análisis de roles en el grupo: liderazgo y comunicación efectiva

Both People B Comms

“El arte de la comunicación es el lenguaje del liderazgo”

-James Humes

OBJETIVOS

Desarrollar las competencias comunicativas necesarias para el liderazgo interno y externo de directivos o equipos.

CONTENIDOS

• Técnicas de influencia y persuasión. Un discurso claro, el lenguaje emocional, el call to action.

• Empatía, escucha activa y asertividad. Dominar la conversación organizacional y reconocer a tus interlocutores.

• Comunicación y liderazgo: cómo gestionar tu puesta en escena y tu lenguaje no verbal.

• Cómo compartir la visión con tu equipo y generar compromiso. Gestión de la participación y relato común.

• Cómo dar y fomentar un buen feedback.

• Resolución de conflictos: cómo evitar conversaciones soterradas o pendientes y favorecer una comunicación saludable.

• La resiliencia organizacional: gestionar la motivación en tiempos de cambio.

Diagnóstico y assessment

Esta formación se puede acompañar de un diagnóstico específico en comunicación para el liderazgo 360º y un assessment

ADAPTADO A

• Personal branding y liderazgo personal.

• Comunicación para el liderazgo y cohesión de equipos.

• Comunicación para procesos de cambio.

• Comunicación y liderazgo para la resolución de conflictos.

• Comunicación en momentos de cambio de cultura corporativa.

• Comunicación en caso de fusión, adquisición o relocalización.

Both People B Comms.

“El hombre no puede descubrir nuevos océanos a menos que tenga el coraje de perder de vista la costa”

-Andre Gide

Equipo formador

Cristina Salvador, fundadora y formadora

Meritxell Jordana, directora client & brand y formadora

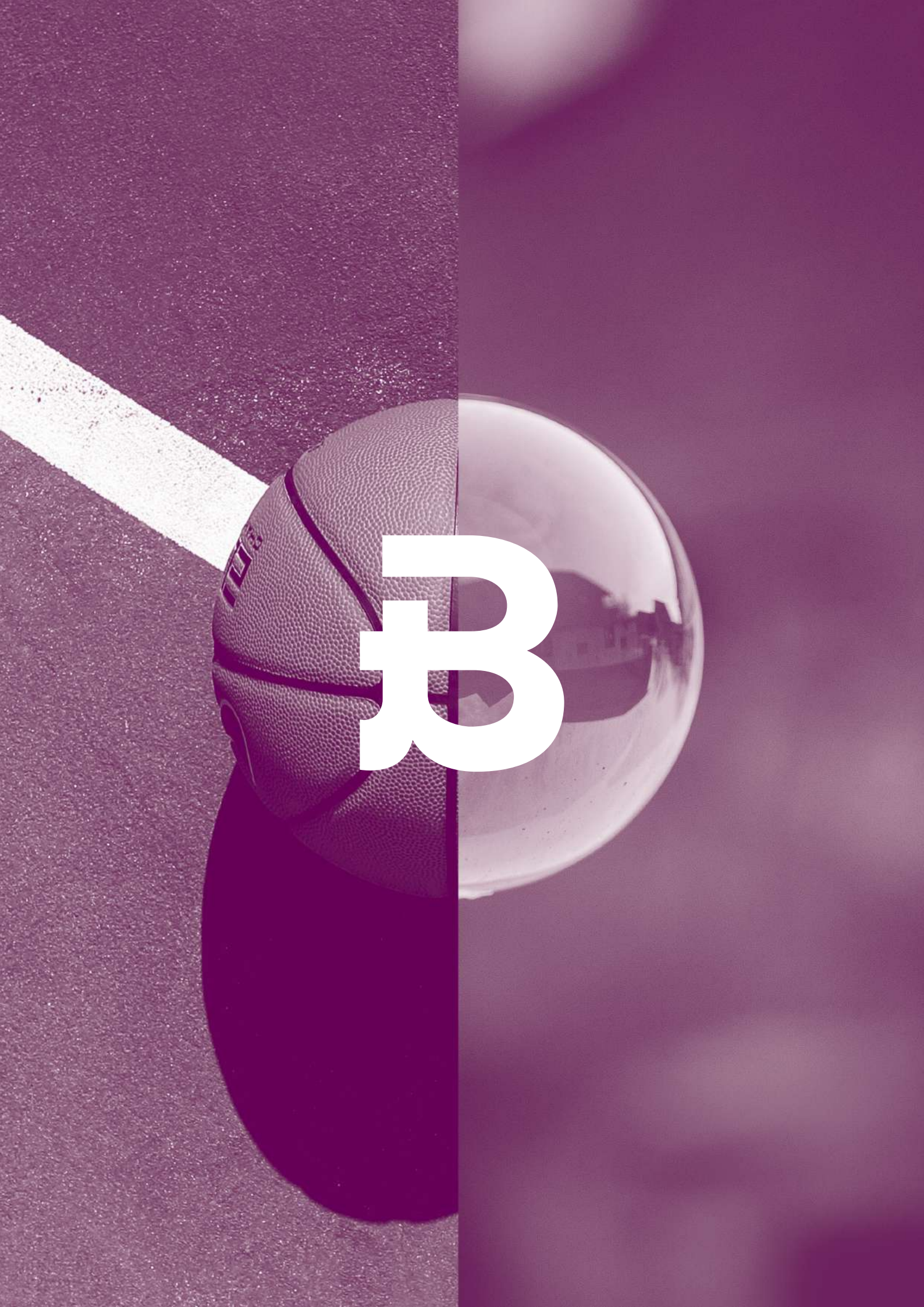
Elisenda Papiol, directora consulting & training y formadora

Jordi Trilla, director PR & campaigns y formador

Maria Capellà, consultora y formadora

Montse Sanahuja, consultora y formadora

Equipo formador

Gloria Moreno,
consultora y formadora

Cristina Manrique,
consultora y formadora