

E-BOOK

LECCIONES APRENDIDAS

*Claves para una efectiva comunicación
corporativa o de tu emprendimiento...*

POR: JEIMIE REYES POLANCO

Contenido

EDITORIAL	2
ENTENDIENDO TU CAMPO DE ACCIÓN	3
CLAVES APRENDIDAS	4
MIDES TUS PASOS PARA EL CRECIMIENTO	5
QUÉ NECESITAS PARA CONSTRUIR UNA ESTRATEGIA	6
CONCLUSIONES	7
PERFIL PROFESIONAL	8

Hola, soy Jeimie...

Estoy feliz de compartirti a través de esta valiosa herramienta, algunos insights y experiencias que me encantaría te sean de gran ayuda.

A todos nos toma tiempo y esfuerzo derribar limitantes, poder aprender una lección o establecer procesos para que podamos potenciar aquello que estemos realizando. Esto me pasó a mi, a ti, a las generaciones anteriores, prevaleciendo aquellos que NO se dieron por vencidos.

Esta razón me llevó a querer traspasar el conocimiento, a través de la docencia, el trabajo de campo en la comunicación corporativa e institucional, en las relaciones públicas, en la organización de eventos, en el content management, en las maestrías de ceremonias, en el protocolo, y en muchos otros nichos en los que tuve la oportunidad de aprender a lo largo de 25 años ininterrumpidos.



Hoy pongo a tu disposición a través de este ebook, claves, guías y pasos aprendidos con el fin de que puedas utilizarlos si trabajas en un departamento, gerencia o dirección de comunicaciones; así como en tu emprendimiento o proyecto.

El planificar y organizar la comunicación es clave para ese impacto e influencia que deseas proyectar, tanto a nivel profesional como personal, pero sobretodo, en los negocios. Atrévete a influenciar a otros con tu conocimiento. Nunca sabes quien te admira!

Entendiendo tu campo de acción...

Si estás liderando equipos

Date el permiso de conocerlos con un sentido equilibrado. Tu mejor método es la observación y la escucha activa, combinado con la inteligencia emocional. Descubrirás líderes, creativos, administradores, los pensadores abstractos, entre otros.

Conoce la empresa o tu proyecto

Nada puede ser más valioso que hablar con conocimiento de causa. Tómate el tiempo de conocer tu empresa, tómate el tiempo de ver sus antecedentes, filosofía (misión, visión, valores); logros, objetivos sostenibles, programas de RSC u otros. Conoce a su directiva, accionistas, y sobre todo, la competencia así como lo que están haciendo en el mercado en la actualidad. Identifica a tus voceros, aquellos que conectan con tus stakeholders. Si se trata de tu emprendimiento, toma algunos de estos ítems, pero sumérgete en conocer el objetivo de tu marca, colores, quién es tu público o nicho, presencia digital y tradicional; y el tono en que lo vas a comunicar.

Auditoria de comunicación

Sí, la comunicación también es auditable. Empieza haciendo un levantamiento de los productos editoriales o audiovisuales, ya realizados. Haz una lista de los eventos que han llevado a cabo en el último año. Verifica todo el material POP o promocional en uso y aquellos que están descontinuados. Verifica la información de la web para su actualización; los brochures, los Roll Up, los backlights, la visual de tus canales digitales, la presencia mediática, los productos editoriales propios y las redes sociales.

Presencia mediática

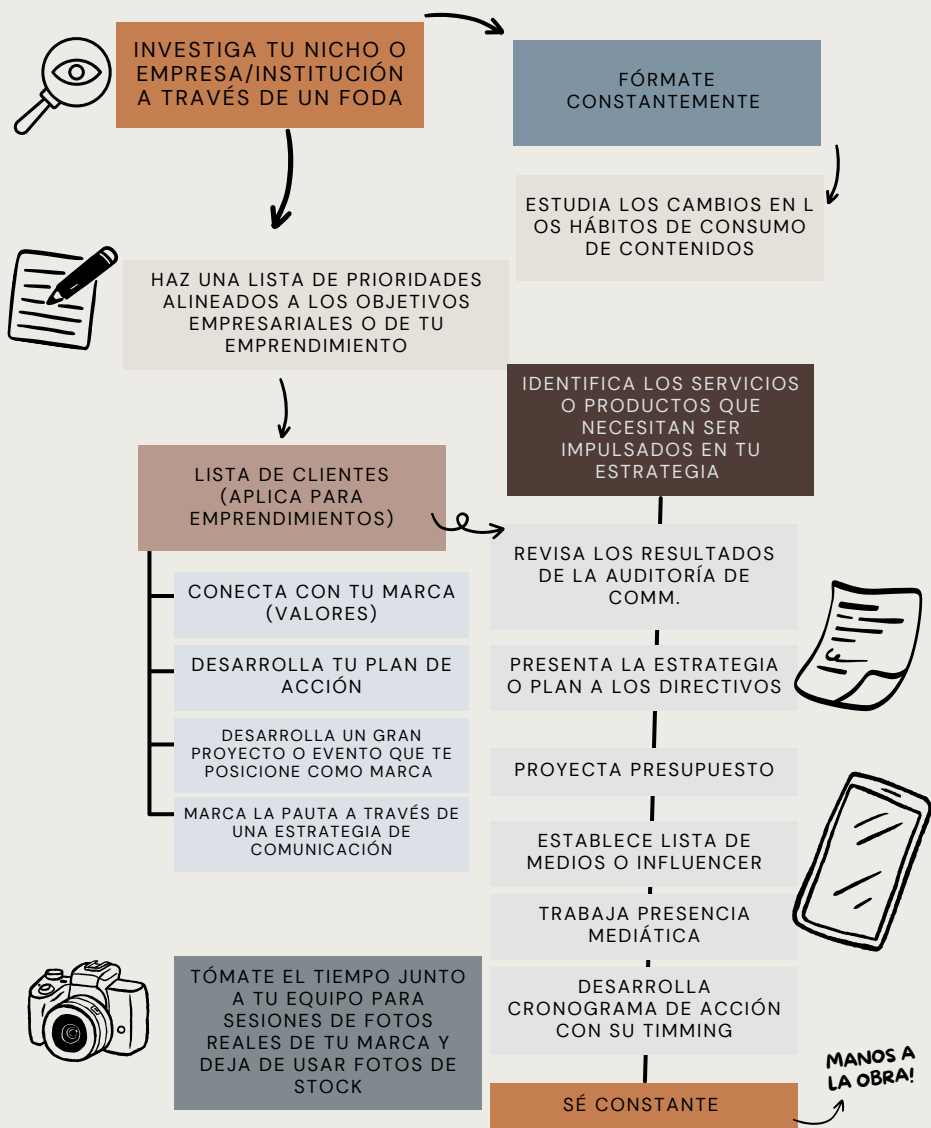
Estratégicamente dentro de tu plan de comunicación proyecta la participación en espacios de opinión, los media tours, los reportajes y entrevistas !!, para que puedas rentabilizar tus apariciones en la prensa de cara a una buena reputación y consolidación en el mercado. No olvides la actualización de tu lista de contactos en los medios, es primordial. Revisala constantemente y actualízala.

Presencia digital

Hoy en día el no contar con presencia digital en las redes, nos hace opacos frente a la dinamización de la comunicación. Verifica tu presencia digital, estudia el tono en el que hablas a tu público digital. Sácale provecho a las facilidades que ofrece cada red por separado. Tómate un tiempo en estudiar sus características. Haz una lista de los temas que puedes compartir por esta vía. No olvides adaptar tus productos audiovisuales a cada red, y de divulgarlos estratégicamente. Cada red tiene sus formas, tonos y dimensiones.

CLAVES APRENDIDAS

Puede ser en en tu oficina propia, en tu emprendimiento o en aquella empresa/institución u organización en el que te acaban de contratar. Tienes la adrenalina a mil y el empuje óptimo para llevar a cabo esa misión. Teniendo todo listo, quiero compartirtte algunos claves aprendidas que te servirán de mucho para empezar de 0 -100:



Mide tus pasos para el crecimiento

Los profesionales de la comunicación

necesitan tener una buena relación con los profesionales de los medios.

Toda empresa o emprendedor se enfrentan a un reto aún más desafiante: la evaluación de los contenidos editoriales orgánicos.

Por esta razón necesitas medir la comunicación y sus efectos y el poder contar con el tono apropiado que identifique tu marca.

Mide los contenidos divulgados....

Contabiliza la cantidad de medios que han divulgado nuestros contenidos y su engagement, es decir: las noticias, colocaciones publicitarias o mensajes referentes a la marca, campañas, u otros. Identifica los que han sido publicados en medios de comunicación de prensa tradicional, redes sociales, plataformas de vídeo, web propia o de terceros. Esto nos permite medir paralelamente el funcionamiento del departamento de comunicación en cuanto a desarrollo de contenidos para prensa tradicional y digital, así como su labor de creatividad, edición y producción audiovisual o de PR (relaciones públicas).

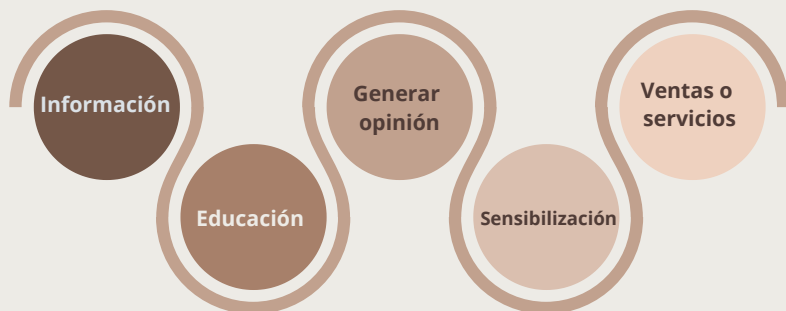
Evalúa los resultados

Tú público puede ayudarte a través de encuestas remotas, que incluyan preguntas perceptivas de tu marca. En segundo lugar evalúa su experiencia al interactuar con tu marca, ya sea en número de clips, descargas, suscripciones, recomendaciones, cambios generados en la audiencia, revisión de los comentarios de tus redes sociales, fidelidad de tus públicos, la cantidad de ventas, relacionadas a las acciones de comunicación.

Qué necesito para el desarrollo de la estrategia?



Toma en cuenta ejes estratégicos tales como:



Conclusiones

Un proyecto o la estrategia de comunicación dentro de una empresa, necesita de tu liderazgo y claridad de tus objetivos. La toma de decisiones son cruciales, pero el trabajo de investigación tiene un peso elevado para las acciones que llevarás a cabo.

Es de suma importancia que te mantengas formándote en aquellos conocimientos que serán los propulsores para que la rueda siga marchando. Cursos, talleres, seminarios o diplomados sobre los siguientes puntos pueden potenciar tu vida personal y profesional:

- Liderazgo
- Mentor/a
- Comunicación digital
- Podcast
- Comunicación estratégica
- Oratoria
- Relaciones públicas
- Protocolos y eventos.
- Escritura creativa

Por supuesto, si necesitas algunos de estos conocimientos, estoy dispuesta a mentorearte, compartirte masterclass de estos temas, ayudarte a desarrollar tu estrategia o simplemente conversar sobre mi experiencia para que te sirva de impulso.

En una próxima entrega te estaré preparando insights para protocolo corporativos, firmas de acuerdos, visitas nacionales e internacionales, entrevistas especiales, maestrías de ceremonias, eventos corporativos y desarrollo de guiones.

No quiero cerrar este escrito sin agradecer tu receptividad y el invitarte a compartir este material con otras personas que identifiques necesitan este input.

Que todo lo bueno te alcance



Perfil profesional

Jeimie M. Reyes Polanco

Estratega de comunicación con más de 20 años de experiencia en el área de comunicación corporativa, relaciones públicas, periodismo y producción editorial.

Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo, con especialización en Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas por la Universidad del Rosario de Colombia. Diplomado en Liderazgo, Supervisión y Coaching; certificada con el entrenamiento Experto de Influencia. Máster actual en Comunicación Corporativa Integral.

Amplia experiencia en edición, redacción, producción de contenidos editoriales y audiovisuales corporativos.

Laboró como project manager en la Vicepresidencia de la República. Formó parte de la división de Relaciones Públicas Porter Novelli, grupo Pagés y del equipo editorial de la Revista Mercado. Fue gerente de Comunicación Corporativa y Protocolo en la Universidad Iberoamericana (Unibe).

Basta experiencia en desarrollo de planes estratégicos tanto en el sector gubernamental como privado. Cuenta con excelentes relaciones en los medios de comunicación y el liderazgo digital. Administración de recursos y planificación.

Actualmente es docente para varias universidades en materia de Comunicación Estratégica, Relaciones Públicas y Planificación; y es la actual gerente de Comunicaciones del Hospital General de la Plaza de la Salud.



MIS REDES:



@JEIMIERP



JEIMIE REYES POLANCO

WWW.JEIMIEREYES.COM





TU MOMENTO
ES AHORA

QUE TODO LO BUENO TE ALCANCE



JEIMIE