

# FORMACIÓN

La oferta formativa de Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, tiene un carácter eminentemente práctico. El objetivo de todos los cursos, sin excepción, es que los participantes puedan aplicar de forma inmediata los conocimientos adquiridos.

No tienen cabida, por tanto, ni la clase magistral al uso ni las presentaciones estandarizadas en PowerPoint. El diseño se lleva a cabo de acuerdo con las necesidades específicas de cada cliente; el material impreso, audiovisual y electrónico que se utiliza a modo de ejemplos de buenas y malas prácticas se personaliza al máximo, y se incluyen habitualmente simulaciones de casos reales.

Los profesionales que los imparten tienen una experiencia contrastada en centenares de cursos, que les ha servido para conocer en profundidad las necesidades de los participantes de los más diversos niveles, así como condensar de la forma más útil posible –en ocasiones, a modo de máximas- conocimientos que los teóricos han tardado años en aprehender.

El extremadamente positivo *feedback* recibido invariablemente por parte de los asistentes (desde responsables del más alto nivel a universitarios, pasando por políticos, cuadros medios y empleados de base) así lo acredita.

# FORMACIÓN DE PORTAVOCES ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (*MEDIA TRAINING*)

**Sesiones intensivas de una jornada de duración**

**Objetivo básico: que el participante aprenda a utilizar las preguntas del periodista como percha para colocar su mensaje con soltura y naturalidad en cualquier circunstancia**

**Visionado y análisis de ejemplos seleccionados *ad hoc*, simulación de intervenciones reales ante cámara y, en su caso, incorporación de material aportado por el cliente**

**Posibilidad de complementar el entrenamiento presencial puntual o continuado, o incluso sustituirlo en caso de necesidad, mediante tutorías *on-line* a través de Skype, Zoom, Teams, etc.**

**Entrega de documentación de apoyo propia y bibliografía recomendada**

Las declaraciones y comparecencias ante los medios de comunicación exigen el dominio de técnicas adecuadas a los requerimientos de cada soporte (impreso, audiovisual o electrónico) y a las peculiaridades de las diversas audiencias. Potenciar (o consolidar en su caso) las destrezas como portavoces institucionales en cualquier tipo de situaciones tiene su complejidad y forma de afrontarla, y no cabe dejarlo a la intuición.

Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, está especializada en el desarrollo de sesiones de entrenamiento -individuales o en grupos pequeños- especialmente diseñadas para proporcionar las claves de estas presentaciones de acuerdo con el perfil específico de los participantes. Con un enfoque eminentemente práctico e interactivo, en ellas se aportan sugerencias, recomendaciones y *tips* en cuanto a aspectos formales y de contenido que hay que tener en cuenta para llegar e impactar a la audiencia y evitar titulares indeseados.

El visionado de ejemplos seleccionados para subrayar pautas de actuación positivas y negativas (anticipación de los temas, preparación de los mensajes, solidez de las argumentaciones, lenguaje oral y no verbal a emplear...) se combina con ejercicios prácticos que simulan intervenciones reales grabadas ante cámara frente a periodistas de primer nivel.

Si el cliente dispone previamente de material impreso o audiovisual que esté interesado en revisar (entrevistas, declaraciones, ruedas de prensa, debates, etc.), éste se puede, o bien incorporar a la dinámica de las sesiones, o ser objeto

de un análisis profundo por parte de esta consultora, que elabora subsecuentemente el correspondiente informe.

Asimismo, si por razones de agenda, distancia geográfica u otras, un entrenamiento presencial de este tipo se dificulta o tiene que demorarse demasiado para las necesidades del cliente en momentos concretos, existe la posibilidad de recurrir a nuestro sistema de tutorías *on-line*. En este caso, el directivo o profesional interesado puede optar por un desarrollo de la sesión vía Skype, Zoom, Teams, etc., prestándose a un análisis crítico de sus intervenciones a fin de recibir la oportuna retroalimentación.

## **PRESENTACIONES EFICACES (*PUBLIC SPEAKING*)**

- **Sesiones intensivas de una jornada de duración**
- **Objetivo básico: que el participante aprenda a hacer que sus exposiciones sean amenas y recordadas, de forma que le ayuden a transmitir más eficazmente sus mensajes y/o los de su organización**
- **Visionado y análisis de ejemplos seleccionados *ad hoc*, simulación de intervenciones reales ante cámara y, en su caso, incorporación de material aportado por el cliente**
- **Posibilidad de complementar el entrenamiento presencial puntual o continuado, o incluso sustituirlo en caso de necesidad, mediante tutorías *on-line* a través de Skype, Zoom, Teams, etc.**
- **Entrega de documentación de apoyo propia y bibliografía recomendada**

Las habilidades fundamentales que se deben formar en un directivo o profesional, cualquiera que sea el ámbito en el que se desenvuelva, están vinculadas con su desempeño en la comunicación que establece. Asegurar una óptima recepción de la información por las diversas audiencias exige el dominio de las técnicas adecuadas a las peculiaridades de los diferentes foros (reuniones, charlas, discursos, conferencias, mesas redondas, congresos, presentaciones de servicios, etc.).

Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, tiene una amplia y contrastada experiencia en este campo. Nuestras sesiones de entrenamiento están diseñadas para incrementar las competencias comunicativas y habilidades relacionales de los participantes, ahondando en las claves de este tipo de

intervenciones y dando toda clase de consejos y recomendaciones para sacar el máximo provecho de ellas.

Métodos para hacer interesante lo importante, orden y presentación de las ideas, características específicas del lenguaje a utilizar, fórmulas para captar y mantener el interés del receptor, uso de apoyos gráficos, audiovisuales y multimedia (PowerPoint en especial, habitualmente tan mal empleado), actitud ante el auditorio o interlocutor y lenguaje corporal, control de los nervios... son algunos de los aspectos particularmente abordados.

Al igual que en los *media training*, el participante ejercita sus habilidades de expresión a partir de un *role play* que simula intervenciones reales. Si ya dispone de presentaciones propias que quiere analizar, éstas pueden, o bien incorporarse a la dinámica de las sesiones, o bien ser objeto de un estudio pormenorizado que se plasma en el informe correspondiente.

Asimismo, si por razones de agenda, distancia geográfica u otras, un entrenamiento presencial de este tipo se dificulta o tiene que demorarse demasiado para las necesidades del cliente en momentos concretos, existe la posibilidad de recurrir a nuestro sistema de tutorías *on-line*. En este caso, el directivo o profesional interesado puede optar por un desarrollo de la sesión vía Skype, Zoom, Teams, etc., prestándose a un análisis crítico de sus intervenciones a fin de recibir la oportuna retroalimentación.

## **Comunicación interna empresarial e institucional**

- **Sesiones de una jornada de duración**
- **Objetivo básico: sensibilizar a los participantes sobre la importancia de la relación con los públicos internos como parte de la política global de comunicación de una organización, y sentar las líneas básicas para la implementación de un plan de mejora en su caso**
- **Visionado de ejemplos seleccionados *ad hoc* y simulación de situaciones reales ante cámara**
- **Entrega de documentación de apoyo y bibliografía recomendada**

La comunicación interna se ha revelado como un elemento tan estratégico como la comunicación con la opinión pública a través de los medios de comunicación, por ejemplo, a la hora de conseguir los objetivos institucionales. El denominado *branding* interno es un instrumento fundamental para la transmisión de valores, y en un momento histórico como el actual, también de cambio cultural.

Resulta cada vez más necesario ahondar en estrategias y herramientas encaminadas a asegurar una óptima difusión y recepción de la información corporativa, favorecer y mantener un buen clima social, y contribuir a la gestión

del conocimiento y al fortalecimiento profesional de empleados, mandos directivos y máximos responsables.

El curso ofrecido por Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, contempla aspectos muy variados: desde cómo realizar una encuesta de clima laboral o diseñar un programa integral de comunicación interna, hasta la elaboración de *newsletters* impresas y/o electrónicas, la implementación de Intranets, la creación de procedimientos y manuales de acogida o el manejo del rumor, pasando por las claves de las comparecencias ante públicos internos o los métodos para luchar contra la toxicidad organizacional.

## Comunicación en situaciones de crisis

- **Sesiones intensivas de una jornada de duración**
- **Objetivo básico: familiarizarse con los métodos, técnicas, actuaciones y periodos de tiempo disponibles para gestionar la comunicación en este tipo de situaciones**
- **Visionado y análisis de ejemplos de casos seleccionados *ad hoc*, y simulación y registro de una situación previsible y verosímil, con escenarios reales, en la que los participantes han de asumir los roles habituales en un gabinete de crisis**
- **Entrega de documentación de apoyo y bibliografía recomendada**
- **Posibilidad de complementar el entrenamiento mediante apoyo puntual en momentos concretos**

La importancia de la comunicación como instrumento de gestión de una situación de crisis exige que los máximos responsables de las organizaciones estén preparados para afrontar los hipotéticos escenarios de conflicto que pueden tener lugar dado el entorno en que desarrollan su actividad. *“Más vale pensar de qué manera se va a salir a la opinión pública mucho antes de que aparezca el problema”* es una recomendación generalizada entre los máximos directivos de empresas nacionales y multinacionales.

Aprender a reconocer una crisis potencial antes de que estalle; definir, explicar y ponderar la utilidad de las denominadas Auditorías de Vulnerabilidad; valorar el papel primordial desempeñado por los medios de comunicación y la necesidad de establecer y/o consolidar relaciones rutinarias con ellos; identificar los recursos propios y ajenos con que cuenta una entidad en circunstancias excepcionales; analizar las prioridades en comunicación interna; definir el rol de

los colaboradores externos, o familiarizarse, en su caso, con el Manual de Crisis de la compañía son algunos de los objetivos prioritarios en un seminario de estas características.

El curso ofrecido por Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, busca la consecución de estos objetivos mediante un análisis pormenorizado del funcionamiento de los nuevos y los tradicionales medios de comunicación en esos momentos críticos (repercusión de la figura del *troll* en la reputación *online*, por ejemplo), las normas básicas de actuación a partir de la utilización de ejemplos de crisis reales (listado de *do's* y *don'ts*), y la organización de un simulacro en el que los directivos y profesionales participantes viven en primera persona una situación de conflicto que han de resolver observando las pautas de comportamiento más adecuadas.

Como epílogo del seminario, esta consultora puede preparar a petición del cliente un Plan preventivo *ad hoc* y/o elaborar un Manual de Crisis.

## **Investigación social aplicada**

- **Sesiones de una jornada de duración**
- **Diseño de instrumentos para la investigación social de mercado: entrevistas, grupos de discusión y cuestionarios**
- **Análisis cuantitativo multivariable**
- **Análisis cualitativo de discursos**
- **Segmentaciones de mercado y de clientes**
- **Comunicación y prevención**

Ya se sabe el dicho –de origen chino, como tantos otros- de que es mejor enseñar a pescar que dar de comer. Muchas empresas e instituciones encargan investigaciones a expertos externos de cara a la toma de decisiones.

Desarrollo Integral de Comunicación Estratégica, DINCES, enseña a pescar e incluso da la caña para que las organizaciones indaguen por sí mismas en su entorno. Se muestra, en cursos intensos –aun cuando de corta duración-, cómo llevar a cabo investigaciones sociales de forma correcta, de manera que los resultados tengan valor.

Nuestra propuesta articula las técnicas clásicas de investigación social (que todavía siguen siendo imprescindibles para la captación del sentido en que los distintos sectores de un mercado establecen sus diferencias), con análisis de comportamiento y segmentación de los registros disponibles de clientes y consumidores.