

JmR

Juanma
Romero

Comunicación de impacto

juanmaromero.com

comunica@haztevisible.es

haztevisible.es/cursos

Índice:

- 3- Liderazgo empresarial en el nuevo entorno de la transformación digital.** Libros: *Lidera tu empresa en la Cuarta Revolución*, *Carisma y empatía*, *Emprender en la era digital* y *Píldoras para emprender*.
- 4- Hablar ante la cámara en *webinars*-seminarios, conferencias, entrevistas y reuniones *online*.** Libros: *Lidera tu empresa en la Cuarta Revolución*, *Carisma y empatía*, *¡Que se entere todo el mundo!*, *Vender en las plataformas digitales* y *LinkedIn B2B para empresas*.
- 5- Gestionar adecuadamente el teletrabajo.** Libros: *Lidera tu empresa en la Cuarta Revolución*, *Carisma y empatía*, *Uso y abuso de las tecnologías*, *En patera y haciendo agua*, *¡Que se entere todo el mundo!* y *LinkedIn B2B para empresas*.
- 6- Cómo monté mi primera tienda en Amazon.** Libro: *Vender en las plataformas digitales*.
- 7- Magnetismo y carisma personal y profesional.** Libro: *Carisma y empatía*.
- 8- Cómo lograr visibilidad en los medios.** Libro: *¡Que se entere todo el mundo!*
- 9- Cómo crear, cultivar y desarrollar nuestra marca personal.** Libros: *Carisma y empatía* y *LinkedIn B2B para empresas*.
- 10- Hablar en público.** Libro: *¡Que se entere todo el mundo!*
- 11- Dar bien las malas noticias en el ámbito médico y empresarial.** Libro: *Carisma y empatía*.
- 12- Formación de portavoces para hablar en los medios.** Libros: *Píldoras para emprender* y *¡Que se entere todo el mundo!*
- 13- *Elevator pitch* – El discurso del ascensor.** Libros: *Carisma y empatía* y *¡Que se entere todo el mundo!*
- 14- El emprendedor de éxito.** Libros: *Emprender en la era digital*, *Píldoras para emprender* y *Carisma y empatía*.
- 15- Intraemprendimiento en grandes y medianas empresas.** Libros: *Emprender en la era digital*, *Píldoras para emprender* y *Carisma y empatía*.
- 16- LinkedIn B2B para empresas.** Libros: *LinkedIn B2B para empresas*, *¡Que se entere todo el mundo!*, *Lidera tu empresa en la Cuarta Revolución*, *Carisma y empatía*, *Emprender en la era digital* y *Píldoras para emprender*.
- 17- Uso razonable de la tecnología.** Libros: *Uso y abuso de las tecnologías* y *En patera y haciendo agua*.
- 18- Plan integral de comunicación.**
- 19- Presentación de eventos y mesas redondas.**

Liderazgo empresarial en el nuevo entorno de la transformación digital

Mostramos los diferentes entornos laborales y profesionales donde el liderazgo tiene un papel esencial a la hora de adaptarte a los nuevos tiempos y retener el talento.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

- Conocer las nuevas herramientas en un entorno cambiante al que tienes que adaptarte constantemente.
- Manejar las habilidades blandas y duras para combinarlas adecuadamente con el fin de que logres el éxito profesional y seas capaz de aprovechar los cambios de vértigo que se están produciendo en el entorno profesional y social.
- Integrar la nueva realidad en la empresa y en la sociedad para que saques partido a la revolución digital, rentabilizando las nuevas oportunidades para mejorar tu carrera profesional con la formación adecuada, conociendo la diferencia entre el jefe y el líder, la humanización del trabajo y las profesiones con futuro y sin futuro.
- Aprovechar las oportunidades para captar el mejor talento porque como trabajador ya no te conformas y quieres más, no solo dinero sino estar a gusto en tu empresa. El desarrollo de una adecuada cultura empresarial, con un nuevo concepto de las oficinas y el teletrabajo, se presenta como parte esencial de todo este proceso.
- Asumir que la transformación digital no consiste en llenar la empresa de ordenadores, sino en utilizar la tecnología adecuada, tanto si hay que adquirirla como si ya se dispone de ella, para mejorar los procesos y aumentar los beneficios.
- Aceptar que la transformación implica un cambio en el modelo laboral con trabajadores muy cualificados que no solo responden al estímulo del dinero. Ya no es la empresa la que elige al trabajador, sino que, en muchas ocasiones, eres tú quien decide dónde, cómo y con quién quiere trabajar.

Hablar ante la cámara en *webinars*-seminarios, conferencias, entrevistas y reuniones *online*

Enumeramos las diferentes oportunidades que se te presentan para mejorar tu comunicación a través de los medios audiovisuales, ya sea en temas de formación, reuniones virtuales de trabajo o en entrevistas en televisión o a través de otras plataformas digitales.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*

Objetivos:

- Aprender a manejar la cámara del ordenador de la forma adecuada para transmitir credibilidad a nuestra audiencia.
- Las ideas claves del discurso y cómo transmitírselas a la audiencia a través de la cámara de nuestro ordenador.
- Perder el miedo escénico ante una audiencia a la que no vemos en ningún momento.
- Manejar adecuadamente la situación en las entrevistas que te hagan para televisión o para otros medios audiovisuales.
- Combinar de la manera adecuada y efectiva la comunicación verbal, no verbal y paraverbal para lanzar un mensaje eficaz.
- Técnicas para que no se note que estamos leyendo o mirando documentación mientras nos dirigimos a la audiencia.
- Métodos para hacer llegar nuestro mensaje de la manera adecuada y suplir las posibles carencias de la tecnología de la que disponemos.
- La vestimenta adecuada cuando nos dirigimos al público a través de medios *online*.
- La adecuada combinación de la tecnología digital, las redes sociales y otros elementos de difusión de tu mensaje.
- La gestión de las preguntas una vez finalizada tu intervención.
- Diferencias entre la presentación presencial y la virtual, posibilidades de cada una de ellas y cómo gestionarlo.

Cómo gestionar adecuadamente el teletrabajo

Se analizan las diferentes posibilidades que ofrece el teletrabajo, así como sus ventajas e inconvenientes, tanto para la empresa como para el trabajador.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*

Objetivos:

- Aprender a utilizar adecuadamente las diferentes herramientas que la empresa pone a tu disposición.
- Organizar adecuadamente el tiempo de trabajo y de ocio para facilitar la conciliación.
- Manejar adecuadamente las ventajas e inconvenientes del teletrabajo, para la empresa y el trabajador.
- Que seas capaz de trabajar adecuadamente para que no se resienta la calidad de tu trabajo, independientemente de que lo realices en la oficina, en tu domicilio o en cualquier otro sitio.
- Manejar los diferentes recursos que internet pone a tu alcance.
- Aprenderás a comunicarte adecuadamente a través de los medios digitales, realizar reuniones de trabajo y otros encuentros profesionales como la venta de tus servicios y productos.
- Establecer los protocolos adecuados con el resto de los compañeros para poder replicar las dinámicas de trabajo cotidianas que tendríamos en la oficina.
- Establecer la rutina adecuada durante toda la jornada laboral para tener muy claros los tiempos que tenemos que dedicar a cada situación.
- Control del espacio donde vas a trabajar, con la luz adecuada y evitando, en la medida de lo posible, los ruidos incómodos y las distracciones que dificultan tu trabajo diario.
- Gestionar adecuadamente el *teleliderazgo*, un concepto surgido a raíz de los cambios experimentados en el modelo de trabajo, tanto presencial como a distancia.
- Anécdotas relacionadas con experiencias de teletrabajo.

Cómo monté mi primera tienda en Amazon

¿Cómo montar tu primera tienda en Amazon y el resto de las plataformas digitales?

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*

Objetivos:

Conocer las herramientas de las que disponemos para vender en las principales plataformas digitales y utilizarlas adecuadamente para tener éxito.

- Los departamentos más rentables. ¿Cómo encontrarlos?
- La selección de un producto ganador que te permita rentabilizar tu tienda.
- Los costes, el fabricante y la elección del nombre y la marca.
- Aprovechar las oportunidades que te ofrece la Unión Europea para desarrollar y rentabilizar tu negocio.
- Beneficiarte de las posibilidades que te ofrecen las redes sociales para promocionar los productos de tu tienda y lograr que aumenten las ventas.
- Gestionar tu lista de contactos para hacerles nuevas ofertas y fidelizarles como clientes.
- Lanzar campañas de éxito a coste cero.
- Conocer el momento, lugar y medio idóneo para lograr visibilidad.
- La experiencia del primer fracaso. Lecciones aprendidas para triunfar al segundo intento.
- Engañar a Amazon para que te posicione en los primeros puestos de ventas.

Magnetismo y carisma personal y profesional

Te mostramos el camino para que seas capaz de proyectar poder, presencia y humanidad y que te conviertas en una persona carismática, en una personalidad en el entorno en el que te mueves, diferenciándote del resto.

Formato:

- Charla de 90 min.
- **Webinar de 60 min.**
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

- Aprenderás a lograr que tus interlocutores se sientan cómodos contigo y dejes en ellos una magnífica impresión.
- Serás carismático a través de las técnicas que te permiten controlar la escucha activa, la gestión de tu poder en función del cargo que ocupas y la capacidad de transmitir empatía y que te perciban como a una persona visionaria capaz de implicar a otros en tus acciones para que te sigan convencidos de tu liderazgo.
- Te mostramos técnicas de comunicación personal, *online* y *offline*, personalizando tu mensaje, promoviendo tu propia autoestima y logrando generar una buena primera impresión.
- Se trabaja con técnicas de lenguaje verbal, no verbal y paraverbal, mostrando cómo puedes utilizar la sonrisa en cada momento y cómo debes mirar a los ojos según se trate de encuentros profesionales, sociales o de otra índole.
- Algunos de los temas que aprenderás a manejar en función de su importancia en el momento adecuado son el cuerpo, la voz, los colores, hablar en público, escuchar activamente las conversaciones, utilizar los silencios adecuadamente, generar bienestar, tanto en ti como en tus interlocutores, y ensayar diferentes técnicas para generar el mensaje adecuado a cada circunstancia, entre otros.
- Se trata de que cuando entres en una sala, sin que hagas nada especial, la gente perciba que has llegado y no pases desapercibido. Habrás dejado de ser una persona más para convertirte en una personalidad.

Cómo lograr visibilidad en los medios tradicionales y digitales

¿Qué tienes que hacer para que yo te invite a mi programa de televisión, de radio o te saque en mi periódico o revista?

Formato:

- Charla de 90 min.
- **Webinar de 60 min.**
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

Proporcionarte todas las herramientas que permitan lograr visibilidad en los medios *online* y *offline* con acciones de alto impacto y bajo coste.

- Lanzarás campañas de éxito a coste cero.
- Conocerás el momento, lugar y medio idóneo para lograr visibilidad.
- Te enseñaremos cómo iniciar y mantener una relación fluida con los periodistas.
- Te mostraremos las técnicas adecuadas para conocer las preferencias del periodista, que es el encargado de decidir si una información es interesante y publicable o no lo es.
- Aprenderás a utilizar en tu beneficio acciones como la rueda de prensa, comunicados, dossiers y otros.
- Serás capaz de decidir qué medio de comunicación es el más adecuado para tus necesidades y los intereses de tu empresa en cada momento.
- Distinguirás la importancia y a rentabilidad de salir en grandes, medianos y pequeños medios en función del esfuerzo que requiere y de tus objetivos finales.
- Conocerás las fortalezas y debilidades de los diferentes medios: nacionales, regionales y locales.
- Serás capaz de manejar las técnicas que te permitirán aprovechar las carencias de los medios más pequeños para beneficiarte de ellas.
- Distinguirás entre las necesidades que tienen las diferentes plataformas: radio, televisión y prensa en papel e internet, principalmente. La prensa necesita más contenido, la radio y los digitales necesitan más inmediatez y la televisión necesita imagen de calidad y espacio suficiente para grabar.
- Crearás una fuerte marca personal que os beneficiará tanto a tu organización como a ti mismo.
- Sabrás rentabilizar adecuadamente *a posteriori* en la web, redes sociales y otras plataformas todas tus apariciones en los diferentes medios de comunicación.

Cómo crear, cultivar y desarrollar nuestra marca personal

Se enseña a construir una marca personal fuerte. La elección del nombre y la estrategia de desarrollo y los compañeros de viaje.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

Conocer las reglas básicas del *branding* para lograr definirte adecuadamente a nivel personal y profesional.

¿Qué tienes que hacer con tu marca?

- Sabrás por qué eres diferente y cómo aprovecharlo.
- Lograrás posicionarte en tu sector con las particularidades que te hacen especial.
- Sabrás qué acciones debes llevar a cabo para construir una marca personal fuerte y afianzarla.
- Conocerás y dominarás tus puntos fuertes y débiles para mejorarlos.
- Trazarás un plan a medio plazo en política de marca.
- Utilizarás tu marca personal en el entorno de tu mercado.
- Crearás una imagen de marca en la mente del consumidor que transmita tus atributos esenciales.
- Aumentarás tu visibilidad, diferenciándote y mejorando tu posición negociadora.
- Saber qué, a quién, cómo y dónde quieres transmitir, ya sea a nivel personal o profesional.
- Identificar tus valores, fijando tus metas, estableciendo tu público objetivo y estudiando tu mercado para posicionarte en él.
- Utilizar las redes sociales para mejorar tu posicionamiento de marca.
- Dominar el entorno para que logres el reconocimiento profesional o social.
- Serás reconocido como un experto y que tu actividad sea valorada por la sociedad.
- Dominarás el uso de la tecnología para difundir tu marca (webs, blogs, redes sociales y otros).

Hablar en público

Proporcionar las herramientas necesarias que permitan hablar con normalidad y tranquilidad ante diferentes auditorios, por muy reducidos o numerosos que sean.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

- Dominar el miedo escénico que te pueda atezar con solo pensar en hablar en público. Desarrollamos diferentes métodos para lograrlo, por lo que podrás aprender a enfrentarte con éxito a esos miedos.
- Hacer un guion coherente y realizar una presentación atractiva. Para conseguir que el apoyo audiovisual se convierta en una ayuda sin quitarte el protagonismo mientras estás hablando y exponiendo tus ideas. Todos los medios tienen que estar sincronizados y servir a una misma finalidad: que tu mensaje llegue al lugar adecuado y sea efectivo.
- Manejar con soltura los diferentes medios, tanto digitales como tradicionales. Elaboración de diapositivas atractivas que apoyen tu labor como orador y aporten un valor añadido al contenido ofrecido con el mensaje hablado.
- Manejar con fluidez tu lenguaje corporal, tanto si estás de pie como sentado. El lenguaje no verbal es esencial en cualquier exposición ante un público. Tienes que lograr que el lenguaje no verbal transmita el mismo mensaje que el lenguaje verbal, evitando que puedan llegar a ser contradictorios.
- Dominar el entorno en el que realizas la presentación, teniendo el control del entorno en el que te estás moviendo. Deberás conocer previamente las medidas del lugar y las posibilidades que te ofrece para utilizar diferentes apoyos como micrófono, proyectores, iluminación, movimiento entre el público, etc.
- Serás capaz de afrontar situaciones inesperadas y fallos técnicos de cualquier tipo. La Ley de Murphy existe. Si algo puede salir mal, saldrá peor o no saldrá. Por eso debes disponer de los recursos adecuados para hacer frente a cualquier imprevisto, desde fallos en el suministro eléctrico o de los sistemas informáticos hasta problemas que se te puedan plantear con el propio público, ya sea porque asistan más personas de las previstas o muchas menos.
- No dejarás nada al azar y serás capaz de improvisar ante situaciones inesperadas. Siempre tienes que tener previsto un “plan B” por si acaso.

Dar bien las malas noticias en el ámbito médico y empresarial

Uno de los momentos más difíciles para un profesional es dar una mala noticia, aunque es mucho menos doloroso que para quien la recibe. No es lo mismo decir a una persona que está despedida y que se busque otro empleo, que decirle que tiene una grave enfermedad. En ambos casos hay que transmitir la información de la forma adecuada, con el fin de evitar que la situación empeore.

Si esa noticia se refiere a nuestra salud, en temas como el cáncer, paraplejia o cualquier enfermedad degenerativa, el escenario se complica. Por ello, tanto la comunicación verbal como la no verbal son esenciales en esos momentos.

Formato:

- Charla de 60-90 minutos.
- *Webinar de 60 min.*

Objetivos:

- Se pretende dar al profesional una guía de referencia con algunas acciones a desarrollar cuando se va a transmitir una mala noticia, teniendo en cuenta que no es lo mismo decir que hay que operar porque el enfermo tiene una piedra en el riñón, que informarle de que es necesario operar porque el paciente tiene cáncer de pulmón. Y si la enfermedad no tiene solución, la interacción con el enfermo tiene que ser especialmente cuidadosa.
- Se muestra cómo desarrollar empatía para facilitar ese difícil momento. En muchas ocasiones el profesional sanitario se limita a hablar de la enfermedad y se olvida del paciente que es quien, en última instancia, tiene que afrontarlo. Lo que se ofrece en este encuentro es el punto de vista del paciente, lo que él necesita y cómo quiere recibir esa información. El médico tiene que decirle lo que considere oportuno, pero lo importante es cómo decírselo para hacerle más fácil afrontar el trance. Se trata de que el enfermo colabore activamente con el tratamiento y evitar que se ponga en contra.
- En esta charla, con la participación activa del público, se facilitan algunas herramientas para lograr que estas noticias sean lo menos dolorosas posibles para el paciente. No es lo mismo dar la noticia con pesimismo que de forma optimista, ni con cara de pocos amigos que con una sonrisa.

Formación de portavoces para hablar ante los medios

Hoy en día todos los profesionales nos enfrentamos, antes o después, a una cámara de televisión, una grabación en alguna de las redes sociales existentes, un micrófono de radio o una aparición en un periódico, de papel o digital.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

Esta formación cuenta con ejercicios prácticos en los que, como asistente, realizarás, entre otras, las siguientes actividades:

- Sseleccionar las partes importantes del discurso que se va a transmitir en la intervención.
- Cómo repetir el mensaje clave sin que parezca reiterativo.
- Cómo dar la respuesta adecuada ante las preguntas posiblemente malintencionadas del periodista.
- Aprenderás las técnicas y trucos esenciales para no fallar en tus respuestas.
- Posturas positivas y negativas durante una entrevista (comunicación verbal y no verbal), además de manejar con fluidez el lenguaje corporal ante las cámaras de televisión.
- Decidir el momento y lugar adecuados para salir en los medios.
- Iniciar y mantener una relación fluida con los periodistas.
- Crear una fuerte marca personal que beneficie a la empresa gracias a tus apariciones en los medios.
- Convertirte en una fuente fiable de referencia para los medios.
- Rentabilizar *a posteriori* en tu web, redes sociales y otras plataformas todas tus apariciones en los medios.
- Dominar el miedo escénico que imponen las cámaras de televisión.
- Manejar con soltura los diferentes medios, tanto digitales como tradicionales.
- Dominar el entorno, amistoso u hostil, en el que se realiza la actividad.
- Afrontar situaciones inesperadas y fallos técnicos de cualquier tipo, disponiendo de soluciones alternativas.

Elevator pitch - El discurso del ascensor

El principal objetivo del discurso del ascensor no es vender, sino que seas capaz de despertar el suficiente interés como para que tu interlocutor quiera saber más de ti. Tienes que lograr que concierte una segunda entrevista en la que sí podrás venderle tus productos o servicios.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

Proporcionarte todas las herramientas necesarias que te permitan saber cómo dirigirte a distintas audiencias y en apenas unos segundos contar tu actividad y despertar interés.

Una vez finalizada la formación serás capaz de:

- Explicar lo que quieres dar a conocer en un margen de tiempo que varía entre treinta segundos y diez minutos.
- Elaborar un guion coherente en función del tiempo del que dispongas para exponer tu mensaje.
- Coordinar la comunicación verbal y no verbal mientras estás hablando.
- Introducir las palabras mágicas para la venta (se facilita un listado de 250 palabras).
- Reaccionar y cambiar el mensaje en función de la audiencia que tengas delante.
- Cubrir las preguntas básicas: quién, qué, cómo, cuándo, dónde, por qué.
- Agregar notas de color o anécdotas personales (muy breves) que puedan ilustrar tus valores o tu manera de pensar.
- Llegar de forma adecuada a la audiencia en función de sus necesidades.
- Mostrar el suficiente entusiasmo y pasión para lograr conectar con tu audiencia.
- Ser conciso y transmitir pocas ideas, pero de gran calado.
- Transmitir emociones y terminar con una invitación para pasar a la acción.

El emprendedor de éxito

Todos los emprendedores tienen unas características comunes que les hace diferentes y que les permiten alcanzar el éxito. Y todos los emprendedores que fracasan tienen también unas características comunes.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

Se trata de darte a conocer algunas de las características que suelen ser comunes al emprendedor que tiene éxito, tanto desde el aspecto profesional como el personal. Se analizan observándolas desde el punto de vista positivo y el negativo, comprobando la capacidad del emprendedor para generar reacciones que le permiten 'hacer caja'.

También se analizan los problemas que surgen al empezar un negocio, de gestión, de formación, de comunicación, con los socios o con los financieros, entre otros. Se repasan los motivos que llevan a un emprendedor a fracasar.

Se examinan y comparan aspectos como la capacidad de lograr visibilidad en los medios, de hablar en público tanto ante grandes como pequeñas audiencias, de captar el interés del interlocutor para que adquiera el producto o servicio, de comunicarse ante los medios tradicionales y digitales, de crear una marca personal propia y de generar magnetismo alrededor para lograr destacar sobre los demás o de interesar a los inversores para que aporten capital al negocio.

Intraemprendimiento en grandes y medianas empresas

Las empresas se encuentran con un nuevo modelo que les permite contar con intraemprendedores que montan nuevos negocios dentro de la propia compañía, lo que beneficia a ambas partes.

Formato:

- Charla de 90 min.
- *Webinar de 60 min.*
- Taller de 3 h.
- Taller de 5 h.
- Taller de 10 h.

Objetivos:

- Este taller pretende ayudar a que los intraemprendedores que tienen iniciativa puedan poner en marcha nuevos proyectos dentro de su propia empresa, grande o mediana. Se pretende lograr que la compañía acepte nuevas propuestas y apueste por ellas con proyectos empresariales innovadores y nuevos negocios.
- El intraemprendedor es una persona creativa y hábil para detectar nuevas oportunidades de negocio, pero no por su cuenta, sino con la empresa a la que pertenece. El intraemprendedor no suele querer independencia, prefiere aportar ideas y emprender dentro de la empresa en la que trabaja. Así, el intraemprendimiento es un proceso innovador que se genera en la propia compañía y que supone adoptar decisiones y asumir riesgos.
- La ventaja para las firmas es que se benefician de contar con personas, individuales o equipos, capaces de desarrollar nuevos proyectos y que suponen un valioso capital humano capaz de facilitar desde dentro de la propia organización soluciones a problemas planteados, sin tener que recurrir a empresas externas, o crear nuevos negocios dentro de la propia empresa.

LinkedIn B2B para empresas

“LinkedIn B2B para empresas” enseña a generar contactos, hacer negocios y establecer relaciones estables y fructíferas entre las empresas y los propios profesionales. Asimismo, ayuda a desarrollar y rentabilizar la marca personal en esta red social. En este taller se muestran las ventajas para las empresas que saben aprovechar LinkedIn adecuadamente, cuyo principal objetivo no es ganar dinero en un primer momento, sino generar esas relaciones de confianza que, antes o después, permitirán hacer negocios rentabilizando el trabajo realizado.

Formato:

- Charla de 90 minutos.
- *Webinar de 60 min.*

Objetivos:

- Este taller pretende ayudarte a gestionar tu red social profesional más importante que existe en la actualidad y las ventajas para las empresas aprovechando todas sus posibilidades.
- Muestra la estrategia que puedes seguir, cómo hacer y gestionar la página profesional, el trato con los clientes, la gestión de los contactos, los grupos y los contenidos.
- Se muestra la diferencia entre la gestión de la marca del profesional particular y la marca de la empresa.
- Aprenderás a gestionar el *networking online* y *offline* y la forma de generar las adecuadas sinergias entre ambos.
- Verás una comparativa de las principales redes sociales: LinkedIn, Facebook, Instagram y Twitter, cuál es su función y cómo puedes aprovechar todas ellas, según tus necesidades.

Uso razonable de la tecnología

¿Cómo utilizan la tecnología los adolescentes, jóvenes y adultos? Se trata de saber cuáles son las diferentes formas de utilizar los dispositivos que tenemos a nuestro alcance, con sus ventajas, inconvenientes y peligros.

Formato:

- Charla de 90 minutos.
Webinar de 60 min.

Objetivos:

Saber utilizar adecuadamente la tecnología, para que nos sea útil, rentable y saludable.

- Las principales redes sociales, sus ventajas, inconvenientes y posibles peligros y cómo las ven los diferentes sectores de la población.
- Cuáles son las principales diferencias entre las personas de más de cuarenta años y las de menos con respecto al uso de la tecnología y cómo reducir la brecha digital.
- El uso de las redes y la tecnología en general en el entorno laboral.
- El uso abusivo e indiscriminado de WhatsApp, convirtiéndolo en SPAM.
- Los peligros del mal uso de la tecnología en los adolescentes y cómo hacer frente a los diferentes peligros. Por ejemplo, las páginas web que fomentan la anorexia y la bulimia, algunas que te ayudan a suicidarte o incluso las que fomentan el acoso sexual y el acoso escolar.
- ¿Están preparados los padres para resolver una crisis por un uso no adecuado por parte de sus hijos? ¿Qué opinan los adolescentes sobre la preparación de sus padres?
- ¿Son los adolescentes conscientes de los posibles peligros de un uso inadecuado de la tecnología?
- ¿Saben los padres lo que hacen sus hijos con la tecnología?
- ¿Son conscientes los adolescentes del conocimiento que tienen sus padres en esta materia? ¿Es suficiente ese conocimiento?
- ¿A quién acuden los adolescentes cuando tienen un problema? ¿A sus padres o a sus amigos?
- ¿Qué hacen los adolescentes en las redes sociales que desconocen sus padres y que nunca les contarían?
- ¿Cuáles son los problemas más habituales al utilizar la tecnología y cómo se solucionan?

Plan integral de comunicación

Este plan integral de comunicación incluye las principales temáticas de liderazgo empresarial en el nuevo entorno de la transformación digital. Hablar ante la cámara en *webinars* – seminarios, conferencias, entrevistas y reuniones *online*. Gestionar adecuadamente el teletrabajo. Vender en plataformas digitales. Magnetismo y carisma personal y profesional. Cómo lograr visibilidad en los medios. Cómo crear, cultivar y desarrollar nuestra marca personal. Hablar en público. Dar bien las malas noticias en el ámbito médico y empresarial. Formación de portavoces para hablar en los medios. *Elevator pitch* – El discurso del ascensor. LinkedIn B2B para empresas.

Formato:

- Taller de 3 h.
- *Webinar de 1–3 h.*
- Taller de 5 horas.
- Taller de 10 horas.

A quién nos dirigimos:

- Líderes empresariales y sociales, CEO, directores generales y gerentes de pymes y grandes empresas.
- Responsables de comunicación y marketing.
- Profesionales que tengan que difundir mensajes a través de los medios tradicionales o digitales.
- Personal del departamento de comunicación o marketing, relaciones con los medios, relaciones sociales y relaciones externas de empresas que necesiten tener una idea de cómo orientar la política de comunicación de su compañía.
- Emprendedores que empiecen a desarrollar su actividad o que ya estén plenamente incorporados al mercado y quieran mejorar su visibilidad.
- Miembros de asociaciones, organizaciones de todo tipo y ONG que necesiten transmitir su mensaje y no sepan cómo hacerlo ni tengan un presupuesto mínimo para ello.
- Estudiantes universitarios, de máster y de FP.

Todas las formaciones están apoyadas en libros publicados, tal como se refleja en el índice de este documento.

Presentación de eventos y mesas redondas

“Una de las principales obligaciones del presentador de eventos es terminar a la hora” (Juanma Romero).

Tipos de eventos:

- Gala de entrega de premios.
- Presentación de producto.
- Congresos y foros profesionales.
- Coloquio/debate sobre temas económicos, políticos y sociales.
- Eventos académicos, sesiones solemnes, discursos, conferencias, etc.
- Inauguraciones, comidas, cenas de empresa, celebraciones festivas y otros.

Formato: según las necesidades del evento.

Objetivos:

- Coordinación de la elaboración del guion junto con los organizadores.
- Captar la atención de la audiencia y mantener el foco en los objetivos de comunicación del evento.
- Hacer llegar los mensajes del organizador de una forma directa, dinámica y atractiva.
- Reforzar el recuerdo de la marca y los valores asociados a esta.
- Estar a la expectativa del desarrollo del evento.
- Capacidad e improvisación para salir de situaciones difíciles, comprometidas e imprevistas.
- Saber mantenerse en segundo plano para que llegue el mensaje del organizador sin quitarle protagonismo a este.
- Mostrar naturalidad y cercanía con el público.
- Coordinación con todos los actores presentes en la organización del evento.
- Establecer un proceso de comunicación que genere el clima apropiado para cada tipo de evento.
- Sentido del humor en su justo término para romper el hielo con el público, sin excederse.
- Capacidad de investigación para conocer en profundidad el tema de la presentación.
- Control del estado emocional del público.
- Seguir las directrices de la organización para que la estrategia prevista para el evento sea un éxito.

JmR

Juanma
Romero

Comunicación de impacto