

Extractos sobre Comunicación en los boletines semanales del GREF

Boletín 29-01-12

¡UNA NUEVA SECCIÓN PERMANENTE! DEDICADA A LA COMUNICACIÓN INTERNA.

Convencido de su importancia y con la idea de que lo tratado en la última reunión celebrada en el Campus del BBVA permanezca entre nosotros incluso se potencie, nace esta sección con vocación de renovar los contenidos del Departamento de Formación. Y la inauguramos con un texto sacado de la 3ª edición del libro "Actúa contra la crisis" (Plataforma Editorial) de Nuria Vilanova, Presidenta y fundadora de Inforpress, que nos habla de Tendencias de la Comunicación:

- 1.- Los valores serán el anclaje de las organizaciones para mover a la acción.
- 2.- Las compañías aprenderán a comunicarse aprovechando el potencial de las redes espontáneas.
- 3.- Érase una vez...Necesitamos contar historias comprensibles y cercanas para nuestros públicos internos.
- 4.- Los protagonistas serán los empleados de las compañías.
- 5.- Para ganar hay que apostar e incorporar las TIC
- 6.- Si queremos comunicar, necesitamos impactar con acciones de comunicación que sorprendan. 7.- En el mundo audiovisual pasaremos de la realidad a la ficción.
- 8.- La comunicación interna es en tiempo real. La velocidad de acción es clave y prioritaria.

Boletín 19-02-12

COMUNICACIÓN

"Debajo de la comunicación está el respeto al otro". "Los mensajes están confrontados con las vivencias". Pablo Gonzalo de ALCOR, expertos en comunicación, en reciente visita, me decía que la coherencia entre lo que se dice en los mensajes y lo que se hace en la empresa es condición necesaria e imprescindible para generar confianza.

Boletín 26-02-12

Siguiendo con nuestra preocupación por los temas de COMUNICACIÓN INTERNA, nos complace informar de haber colgado un amplio reportaje de Aurora Campmany del equipo de Redacción de EQUIPOS Y TALENTO, titulado "Comunicar (y escuchar)... o cómo generar compromiso". Felicitamos a la Revista y a Aurora por su colaboración, al mismo tiempo que agradecemos a Mónica Galvez por su generosidad en enviarnos los PDFs.

Enlace al artículo: http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_260212.pdf

COMUNICACIÓN

LAS DIEZ CLAVES PARA UNA PRESENTACIÓN EFICAZ. Información proporcionada por AUDENTIA FORMACIÓN del grupo Inforpress.

- 1.- Las tres "P": piensa, prepara y practica. Piensa en tu audiencia y, en función de ella, define tus mensajes y tu objetivo.
 - 2.- Estructura la información.
 - 3.- Aplica las reglas del buen comunicador: claro, breve, sencillo creíble impactante, dinámico.
 - 4.- Usa tu comunicación no verbal: mueve tus manos, sonríe, mira a tu audiencia, controla tu postura.
 - 5.- No te olvides del paralenguaje: vocaliza, da ritmo a través de las pausas, el tono y el volumen.
- (Continuará)

Boletín 04-03-12

"LAS 10 CLAVES PARA UNA PRESENTACIÓN EFICAZ". (Es continuación del anterior boletín).

- 6.- Sé tú mismo y escucha lo que te "dice" tu audiencia. Estilo propio y conversacional. Estar nerviosos es algo normal. Si surge cualquier imprevisto ¡no pasa nada!
- 7.- Ten en cuenta el tiempo. Por si te cortan...prepara una presentación flexible. Evita la sensación de tener que contar todo deprisa y mal porque se ha quedado sin tiempo.
- 8.- Participación de la audiencia. Si haces intervenir a tu audiencia, no te olvides de que eres tu quien controla la situación. No dejes de ser dueño de tu tiempo, tu presentación y tu mensaje. 9.- El PPT un apoyo, no el protagonista. No te refugies en el Power Point. Más aire, menos texto e imágenes para reforzar las ideas clave. NO cargues la diapositiva con información que la audiencia no puede leer.
- 10.- Conócete y recupera. Un buen comunicador habla poco, escucha mucho, observa más y pregunta mejor.

Boletín 11-03-12

COMUNICACIÓN

De "Hay que operar", artículo de Pilar Cambra en Expansión y emprendedores, 10-3. Los encargados de comunicar qué ocurre en una empresa, por qué ocurre y qué habrá que hacer para salir adelante podrían seguir el ejemplo de los grandes oncólogos que han acuñado el término de "verdad soportable" para comunicar el diagnóstico a los enfermos, poco a poco, intuyendo qué empleado puede aguantar el chaparrón de una vez y a qué otro habrá que explicarle las cosas paso a paso...Porque si se planta ante las narices de todos la perspectiva del quirófano, el remedio puede ser peor que la enfermedad y provocar un desaliento, un desánimo y un pánico que empeoraría la

situación de la empresa. Sólo la verdad es realmente terapéutica y sólo ella evitará esas gangrenas que son los murmullos, los chismes, o el miedo.

Boletín 18-03-12

COMUNICACIÓN INTERNA

LAS 8 RAZONES POR LAS QUE LA COMUNICACIÓN INTERNA ES ALIADA ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN:

La comunicación de los valores es el anclaje para mover a la acción. Los empleados son los verdaderos protagonistas corporativos y pieza clave en la comunicación interna. Las compañías se están comunicando aprovechando el impacto de las redes espontáneas. Érase una vez el storytelling: comunicar contando historias impacta, llega a la gente y facilita la difusión del mensaje. En Comunicación aplicamos el "be social & mobile, my friend". Filosofía 2.0 aplicada a la comunicación interna. Los contenidos audiovisuales informan, forman y crean vínculo emocional que acerca la marca a sus públicos de interés. Impacto y creatividad: dos rasgos esenciales para llegar al empleado, buenas ideas alineadas con la estrategia corporativa. Just in time: ahora la comunicación interna en tiempo real, haciendo de la inmediatez un atributo demandado por las personas que cada vez más pertenecen a un mundo digital. Facilitado por Audentia Formación, del grupo Inforpress.

Boletín 01-04-12

"CLAVES DE EFICACIA DE COMUNICACIÓN INTERNA" por Pilar Trucios, publicado en el mismo medio y colgado en la misma sección. Enlace al Vídeo con mensaje: <http://www.youtube.com/watch?v=ELSK7C6Jbe8&feature=youtu.be>

Boletín 15-04-12

COMUNICACIÓN

DE LA CARTA AL PRESIDENTE DEL GOBIERNO, POR SANTIAGO ÁLVAREZ DE MON, en Expansión 11-4.- En la sociedad de hoy vertiginosa, digital, tensa, global, pretender gobernar sin ganar la batalla de la comunicación es suicida. Liderar es influir, conquistar mentes y corazones, movilizar talento y energía, comprometer ánimos y valores. Ya me dirá cómo se puede hacer si no es a través de una conversación franca, directa, viva, libre, humilde y constructiva.

Boletín 22-04-12

COMUNICACIÓN

Los grandes comunicadores son grandes narradores de historias. Saben bien que la audiencia está más abierta a recibir un mensaje en forma de historia, de anécdota, de cuento. Así que, recuerda, si quieres impactar, ¡cuenta una historia! Y ten presentes las siguientes **claves**:

1. **Imágenes, personajes e iconos.** Debes comenzar traduciendo la información en imágenes, personajes e iconos.
2. **Imágenes.** Utiliza palabras que generen imágenes de impacto que se recuerden.
3. **Personaje.** Crea un personaje con el que se puedan identificar. Este será el que construya la historia y creará un vínculo emocional con la audiencia.
4. **Iconos.** Utiliza iconos o símbolos para resumir ideas. Elementos esquemáticos, sencillos y que definan la esencia.
5. **Suspense.** Refuerza tu historia apoyándote en el suspense, en la que dosifiques la información para captar su atención.
6. **Comedia de aventuras.** Utiliza elementos como el humor o el drama, en el que se vayan sucediendo los acontecimientos.
7. **Tiempo.** Utiliza el tiempo y que no te utilice él a ti. Controla el ritmo de la historia. Recuerda la técnica de nudo y desenlace, pero omite el planteamiento, ¡al grano!
8. **Revelación y clímax.** Da a conocer una verdad o dato impactante y sólido. Sintetiza la clave de tu historia y asegúrate de que queda grabada en la mente de tu audiencia. Cuanto más sencillo y breve, mejor.

Gentileza de AUDIENTIA Formación, del Grupo Inforpress

Boletín 29-04-12

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN DE CRISIS: OCHO LECCIONES SOBRE CÓMO NO HAY QUE HACERLO. Un artículo de Arturo Merayo, Socio Director de Cícero Formación, en Executive Excellence, nº 91, abril 2012.

- 1.- Salga usted a explicar sus propias decisiones.
- 2.- Comunique en el momento oportuno.
- 3.- Seleccione bien a sus portavoces.
- 4.- Si las decisiones son impopulares, si van a resultar difíciles de entender, explíquelas usted con detalle.
- 5.- Asegúrese de que sus colaboradores más cercanos no difunden mensajes contrapuestos.
- 6.- Que se enteren primero los de casa.

Boletín 06-05-12

COMUNICACIÓN

COMUNICAR (Y ESCUCHAR)... O CÓMO GENERAR COMPROMISO. De Equipos y Talento, Newsletter 6-3.

Ahora los empleados, el capital humano de una empresa, no se contenta con ser receptor de aquello que la empresa quiere comunicarle, sino que demanda ser parte activa en un proceso de comunicación bidireccional, lo que refuerza ostensiblemente su sentido de pertenencia y el compromiso con la compañía

Boletín 27-05-12

COMUNICACIÓN

Recojo a continuación alguno de los consejos que nos dio Nieves Herrero, conocida presentadora de TVE, y actualmente Profesora en la Universidad Europea de Madrid. Cuando hables en público recuerda que lo haces a una persona y a ser posible cercana. Hazlo con persuasión, para ello hay que creerse lo que se dice. Y con conocimiento de causa. Hablar con claridad y sencillez. Piensa en el titular que quisieras ver al día siguiente en la prensa. Se cercano, sencillo, natural, habla con el corazón, con empatía, cree en el éxito, crea ilusión.

Boletín 10-06-12

COMUNICACIÓN

CLAVES PARA COMUNICAR UN MENSAJE DIFÍCIL. Es una gentileza de AUDENTIA FORMACIÓN del grupo INFORPRESS.

- Escucha. Cuando el interlocutor comienza la fase de negación, es recomendable escucharle y respetar las defensas sin hacerle consciente de sus contradicciones.
- Empatiza. Intenta ponerte en el lugar del interlocutor. Procura comprender su rabia e indignación. No juzgues. Permítele desahogar su rabia.
- Reconoce sus puntos de vista y sus sentimientos. No restes importancia.
- Ayuda. Ayuda a tu interlocutor a ver por sí mismo la solución, basándote siempre en hechos objetivos y datos que lo avalen.
- Tiende un "puente de oro". En el momento en el que nuestro interlocutor comience a entrar en la fase de depresión, lo recomendable es ofrecerle alternativas que puedan ayudarle a solucionar o minimizar las pérdidas que pueda conllevar la mala noticia.
- Ten paciencia. Espera a que tu interlocutor asimile la mala noticia. No intentes acortar el camino.
- Se coherente con tu comunicación no verbal. Busca un lugar adecuado, mira a los ojos, si es propicio acércate a tu interlocutor y habla despacio. Recuerda que tu cuerpo es un transmisor silencioso del estado de ánimo.

Boletín 08-07-12

COMUNICACIÓN

Para que el mensaje no se pierda y se entienda correctamente, debemos utilizar la escucha activa, es decir, verificar que el mensaje se ha comprendido. Audentia nos ofrece algunos consejos para mejorar nuestra escucha con el fin de ganar en productividad y eficiencia en nuestro día a día.

- Tómate el tiempo suficiente para escuchar. Acepta sin prejuicios la figura del emisor y ponte en su lugar. No adelantes conclusiones
- Coge la idea central de lo que dice tu interlocutor, y exprésala con tus propias palabras. Realiza preguntas abiertas para verificar que te comprende.
- Identifica los sentimientos expresados. Realiza resúmenes mostrando interés por verificar que has comprendido el contenido. Anima al interlocutor a que siga hablando con expresiones como: "de acuerdo", "te entiendo"... Repite palabras que hayas percibido que utiliza tu interlocutor. Mira a los ojos, asiente, mantén una postura abierta y relajada, expresa tus emociones.

Boletín 30-09-12

COMUNICACIÓN INTERNA

Quizás el "nuevo curso" debamos comenzar con una actitud más abierta con el fin de incorporar pequeños hábitos creativos que nos ayuden a conocer otras formas de hacer las cosas.

Desde Audentia Formación se nos dan algunos consejos.

- Intenta que cada día te sorprenda algo y escríbelo
- Afina tu escucha: pon atención en las señales que ofrece tu entorno y la gente que te rodea
- Intenta sorprender al menos a una persona cada día.
- Cuando algo haga saltar una chispa de interés, préstale atención, sigue el impulso, investiga y observa a dónde llega.
- Rompe un hábito. Haz algo que te haga sentir seguro
- Cuestionate una vez al día una de tus funciones

Boletín 28-10-12

COMUNICACIÓN

10 CLAVES DEL BUEN PORTAVOZ. Gentileza de "AUDENTIA formación".

1. -Conozca la labor del periodista y el funcionamiento de los medios.
2. -Cuenta cosas nuevas, interprete, aporte valor
3. -Haga de lo importante algo interesante.
4. -Sea breve, claro y conciso.
5. -Explique, comunique, seduzca a su audiencia.
6. -Piense en quien le escucha, le lee o le ve. No se dirija únicamente al periodista.
7. -Hable en titulares.
8. -Sea siempre dueño de sus mensajes.
9. -Prepare, prepare y prepare. No deje nada al azar.
10. -Recuerde que el portavoz llega a todos sus públicos a través de los medios.

Boletín 18-11-12

COMUNICACIÓN INTERNA

NUESTRA COMPAÑERA NURÍA GÓMEZ DE CETELEM nos envía un enlace que constituye una importante novedad: Es un ensayo de una nueva forma de comunicación interna. Puedes verlo en:

<http://www.youtube.com/watch?v=nFQUs9UmiXY>

Boletín 02-12-12

COMUNICACIÓN

¿Cuántos correos electrónicos recibes al día? ¿En cuántos de ellos no deberías estar copiado y lo estás? ¿Cuáles de todos ellos son realmente claros, concisos y eficaces? Audentia Formación te ofrece 10 consejos para no hacer del e-mail un "arma de destrucción masiva".

1. No todo se puede y debe decir por correo electrónico. Piensa en el destinatario, el mensaje y el canal.
2. Un mail largo... espanta a cualquiera. Ve al grano.
3. Contesta a todas las preguntas para evitar respuestas solicitando información (qué, quién, cómo, por qué, cuándo, dónde, para qué).
4. Cuidado con la ortografía y la gramática. Utiliza el corrector.
5. Agiliza con plantillas de texto: agradecimientos, solicitud de información, etc. Gana tiempo!
6. Responde en un tiempo prudencial y si no puedes hacerlo, al menos responde tu respuesta se demorará.
7. Haz fácil y atractiva la lectura: separa párrafos, utiliza la negrita, enumera, etc. Recuerda que un lector digital no lee, escanea.
8. NO ESCRIBAS EN MAYUSCULAS, es como si gritaras a tus interlocutores.
9. Piensa bien quién debe recibir esa información. Estudia siempre el "para", "con copia" y "con copia oculta". Los interlocutores sabrán lo que tienen que hacer con esa información en función de la posición que tengan en este e-mail.
10. Y por supuesto... revisa siempre antes de enviar.

Boletín 20-01-13

COMUNICACIÓN

La comunicación es una de las habilidades de los directivos más demandadas y necesaria, puesto que si dirigir es influir, la influencia se consigue mediante la comunicación. Por ello, gran parte del problema estriba en que los directivos no sabemos comunicar; sabemos hablar pero no sabemos escuchar; y como quizá me haya oído decir alguna vez, la escucha es la mitad olvidada de la comunicación. (...) Suelo decir a muchos directivos que si tenemos dos orejas y una boca es porque quizá debamos escuchar el doble de lo que hablamos.

Del artículo de José Manuel Casado "El Capital de la Comunicación", publicado en CAPITAL HUMANO, enero 2013.