

Conclusiones

Mesas de formación en comunicación

Dentro del programa formativo para entidades *Hecho a Medida*: Adquiriendo herramientas para hacer más eficiente la comunicación en nuestro día a día.



Regístrate Comparte Actualiza Descarga Adjunta Me gusta Sigue

Mesas de formación en comunicación

Dentro del programa formativo para entidades *Hecho a Medida*: Adquiriendo herramientas para hacer más eficiente la comunicación en nuestro día a día.

Mesa 1

REDES SOCIALES

Fecha

Viernes 20 de abril de 2012

Hora

18 - 21h

Sitio

FES (Fundación de Estudios Superiores)

C. Joan Pere Fontanella, 3. Olot

Mesa 2

DIFUSIÓN 2.0

Fecha

Viernes 18 de mayo de 2012

Hora

18 - 21h

Sitio

Agenda 21 Escolar

C. Nil i Fabra, 20. Barcelona

Mesa 3

APLICACIONES MÓVILES

Y GEOPOSICIONAMIENTO

Fecha

Viernes 8 de junio de 2012

Hora

17 - 20h

Sitio

Feria Ecosí. Espacio Educación del Palacio de Ferias de Girona

Paseo de la Devesa, 34-36. Girona

Mesa 4

CREACIÓN DE PÁGINAS WEB

Fecha

Viernes 13 de julio de 2012

Hora

18 - 21h

Sitio

Campus Catalunya, URV

Av. de Catalunya, 35. Tarragona

Mesa 5

HERRAMIENTAS BÁSICAS DE COMUNICACIÓN

Fecha

Viernes 21 de septiembre de 2012

Hora

17 - 20h

Sitio

Biblioteca municipal

Plaza del Sol, 11. Figueres

Mesa 6

COMMUNITY MANAGEMENT

(Gestión de redes)

Fecha

Viernes 5 de octubre de 2012

Hora

18 - 21h

Sitio

Feria Ecoviure. Feria de Manresa

Polígono Ind. Los Dolores, s/n. Manresa

MESA 1

Conclusiones

1. En una entidad todos y todas comunicamos utilizando nuestros talentos

Para lograr los objetivos del plan de comunicación, no es sólo el responsable de comunicación de una entidad el que comunica, cada uno contribuye con un talento específico.

2. ¿Diplomático, estratégico, logístico o táctico?

Reconocer el talento que estamos utilizando en nuestro día a día hará que nuestra tarea comunicativa sea más efectiva y eficiente. ¿Cuál es tu talento? ¿Siempre es el mismo?

3. ¿Me sigues?

Twitter es la red social donde vamos a buscar temas que nos interesan, nos hacemos seguidores de personas que hablan sobre nuestros temas, que pueden aparecer en la web de nuestra entidad para visualizar de qué hablamos.

4. Antes de lanzarte a hacer un twit o retuitear

... valora la frecuencia de twits del día, ten en cuenta los objetivos de comunicación, de qué recursos dispones, no seas pesado y a la vez igenera impacto!

5. Con el facebook... nos relacionamos con amigos y conocidos...

Utilizamos el poder de las relaciones personales para decir cosas, hablar y que esta información también se esparza.

6. ¿Quién da la cara?

Eres tú el que decides si quieres comunicar desde tu perfil personal del facebook (comunicación más cercana y más fácil que te sigan) o bien desde el perfil de la entidad (es bueno para separar temas profesionales y personales).

7. ¿Hacia dónde llevamos la conversación?

Según nuestra estrategia comunicativa decidiremos si queremos centralizar la conversación en la web o bien en el facebook. Hay que conocer todas las opciones y cuanto más vinculables estén todas las herramientas mejor.

8. Explora las posibilidades

Explora todas las posibilidades que te aportan las redes sociales, y elige la que mejor se adecúe a tus necesidades: participando en portales afines, colaborando en diarios especializados, enviando boletines electrónicos...

9. Genera conversación

En el mundo de las redes sociales nos interesa más la interacción que generar anuncios como autómatas

10. Valora el impacto

A través de herramientas como el Klout podemos conocer cómo de influyentes somos, a cuántas personas estamos llegando, tanto de manera cuantitativa como cualitativa... Conocer el impacto nos puede servir para redefinir nuestra estrategia comunicativa valorando nuestra eficiencia.

Mesa 2

Conclusiones

1. ¡Lánzate!

La comunicación 2.0 nos abre un mundo lleno de posibilidades y oportunidades: inmediatez, rapidez, cambio constante, redes sociales... una nueva manera de comunicarnos y relacionarnos con el mundo donde hará falta que nos adaptemos.

2. Revisión y evaluación constante

Cada año hay que revisar el plan de comunicación de nuestra entidad según los indicadores establecidos. ¿Cómo comunicamos? ¿Repetimos el mismo mensaje que otros? ¿Nos reciclamos? ¿Qué prioridades tenemos?

3. ¿Cómo comunicamos hacia afuera?

¿Utilizamos las redes sociales, tenemos un plan para la prensa y enviamos boletines electrónicos? Te recomendamos que establezcas un calendario y mínimo tres veces en semana publiques contenidos interesantes con el medio más adecuado. La clave está en encontrar el equilibrio entre hacerte pesado y no estar.

4. ¿Y hacia adentro?

En el organigrama del plan de comunicación hay que definir qué herramientas utilizarás para la comunicación interna. Tablón de anuncios y espacio de trabajo virtual, blog interno, googlegroups, calendar, microsoft outllok, evernote...

5. Muéstrame la web que tienes y te diré como comunicas

La web de la entidad es nuestra casa, es la herramienta central de la comunicación. ¡Priorízala! Vincúlala con las redes sociales, RSS, ten un espacio interno para los usuarios...

6. Herramientas, herramientas y más herramientas

Cada día salen nuevas herramientas, unas más generalistas y otras más selectivas. No te pierdas, elige la que más te funcione según los objetivos y estate atento de cuáles son las que tienen mejor aceptación por la gente.

7. Prueba el plato del día: “*delicious”

Es un sistema para gestionar la información donde guardas las entradas con etiquetas “tag”. Combinar la web con el delicious: ¡explosivo e innovador!

8. ¡Geolocalízate!

Geolocaliza en un mapa tus actividades y proyectos y cuélgalo en la web. Contempla la posibilidad de abrirte al mundo de los dispositivos móviles.

9. ¿Quién habla de nosotros y de qué manera?

¡Con “google alerts” recibes una notificación cuando alguien habla de ti sin tener que buscar! Indaga cómo eres de influyente (vía klout u otras estadísticas) ... es la manera de testar si estamos llegando a la gente

10. No te olvides

Actualiza y dinamiza las herramientas que utilices, selecciona entre toda la información que llega, decide si quieres conversar o difundir y... ¡comunica con pasión y ganas!

Mesa 3

Conclusiones

1. El escenario:

En un futuro a corto plazo el uso de internet móvil se extenderá a millones de usuarios, las aplicaciones móviles son una herramienta innovadora y con gran potencial que nos tenemos que plantear introducir en el plan de comunicación de nuestra entidad. Nos puede servir para mejorar la comunicación de las acciones y propuestas.

2. ¡Creemos!

Las apps son una buena herramienta para promocionar productos locales; por ejemplos rutas naturalísticas, puntos de interés cultural, cooperativas, tiendas o negocios... también pueden ser una buena herramienta como recurso educativo: en un catálogo de flora, haciendo un juego de descubrimiento en un espacio natural...

3. ¡Innovemos!

Las aplicaciones móviles, nos abren nuevas posibilidades de innovar, de aprender, de interactuar, de descubrir, de promocionar y también de entretenimiento.

4. ¡Abramos posibilidades!

Debido a la diversidad paisajística, de fauna y flora, artística, cultural, gastronómica, turística... de nuestra zona (sur de Europa) hay muchas oportunidades para utilizar tecnologías como las Apps a partir de geolocalizar contenidos.

5. ¿Caro o barato?

El coste de desarrollar productos propios es costoso, es por eso que muchas empresas de desarrollo web y móvil han empezado a crear herramientas soluciones reutilizables: asequibles, integradas, de uso sencillo y claro.

6. Implicación y cooperación

Hay que incentivar que desde los ayuntamientos y la administración, se impliquen más en la promoción de las nuevas tecnologías con la colaboración de las entidades locales, las cuales identifican las necesidades detectadas.

7. Las fases para crear una app:

Proceso creativo (idea), ubicación dentro del plan de empresa, diseño, desarrollo, estrategia y marketing.

8. Las preguntas que nos tenemos que hacer

¿Nuestra entidad necesita una app? ¿Cómo tiene que ser? ¿Qué coste podemos asumir? ¿Nos hace falta geolocalizar proyectos, acontecimientos o puntos de interés? ¿Queremos que nuestro web sea fácilmente utilizable en dispositivos móviles?

9. Un consejo

Comencemos con una app sencilla y asequible en cuando al coste para valorar su repercusión y eficiencia antes de que empezar con una herramienta muy costosa y compleja.

10. Las palabras clave

Las palabras clave para una buena app: local, social y sostenible.

Mesa 4

Conclusiones

1. Encuentra el equilibrio

¿Me lo hago todo yo o me lo hace todo un otro? Estos son los dos extremos a la hora de construir una web, pero podemos encontrar un término medio con un amplio abanico de posibilidades. Por ejemplo una opción sensata es que me ayuden con el diseño gráfico y la estructura y yo voy haciendo el mantenimiento y la actualización.

2. Hoja de ruta:

Pensar, construir, aprender, difundir y mantener. Es importante seguir todos los pasos en la construcción de una web. Dedica un tiempo a pensar qué idea quieres plasmar antes de ponerte con el diseño, no olvides invertir constancia con el mantenimiento y actualización de la web.

3. ¿Qué herramientas utilizo para construir la web?

Hay una gran diversidad de herramientas y el reto está al encontrar la que mejor se adecúe a nuestras necesidades... el asesoramiento de un experto en este paso te podrá ayudar y ahorrar un montón de horas.

4. ¡Facilita la navegación!

Mostrando los objetivos y el mensaje de la entidad de manera clara y comprensible. ¿Quién somos y cuáles son nuestro objetivos? Que se pueda pasar de un apartado al otro fluidamente.

5. "En construcción", mejor que no.

Mejor que haya pocos apartados y que los que se muestren estén completos y acabados con la información sintetizada y clara.

6. Cuida los pequeños detalles

A través de la web nos proyectamos en el mundo, cuidando con minuciosidad lo que escribimos, y como lo presentamos. Cuidando nuestra imagen transmitiremos confianza a los internautas porque apuesten por nuestra marca y por nuestro proyecto.

7. ¡Expandámonos!

Compartimos información desde nuestro espacio web a través de marcadores sociales para difundir la información publicada a través de las redes sociales. También utilizando RSS podremos mostrar en la web noticias de interés y afines con nuestra entidad.

8. Comparte desde la web

Web, facebook, twitter, boletines electrónicos... linkando los contenidos entre ellos. Así podrás aprovechar el potencial de cada una de las redes y herramientas. Eso sí, según el medio que utilices comunica de una forma o de otra. No repitas exactamente igual lo que tienes en la web o en el facebook.

9. ¿Donde concentramos la conversación?

Concentrar la conversación en un lugar donde sea más cómodo para nuestros visitantes, es una opción interesante. Por eso habrá que conocer las herramientas que nuestro público usa. ¿Los quiero en todas partes? ¿O bien lo centralizamos en la web y a partir de aquí lo dirigimos?

10. ¿Hace falta una renovación de nuestra web?

De vez en cuando es necesario actualizar la web. Poner orden y hacer limpieza... Los indicadores pueden ser una herramienta útil para saber cuándo toca actualizar y renovar. ¡Estamos en un proceso de constante reevaluación y renovación!

Mesa 5

Conclusiones

1. ¿Tu norte es el mismo que el mío?

Hay que consensuar entre todos los miembros de la entidad la línea estratégica a seguir. Hace falta que sepamos cuál es el norte de la entidad y el nuestro individual para sumar esfuerzos e ir hacia allí.

2. Antes de comunicar, paramos y reflexionamos.

¿Cuál es el mensaje que queremos comunicar y cómo? ¿Escogemos un responsable de comunicación o todos comunicamos? ¿Tenemos público para que escuchen el mensaje? ¿Qué alianzas podemos generar?

3. ¿Tengo lo que necesito o me hace falta algo más?

No porque todos tengan web yo tengo que tener o porque esté de moda nos abrimos un perfil en facebook. ¿Le hace falta a nuestra entidad? ¿Se corresponde con la estrategia? ¿Lo podemos asumir?

4. ¡Creemos un lema muy creativo!

Con un buen lema estamos unificando nuestro discurso y definiendo una estrategia.

5. De tú a tú con respeto.

No dejemos de banda la comunicación de tú a tú. La base para mantener una buena comunicación de tú a tú: que haya comprensión y respeto hacia el otro, no nos tenemos que creer que uno es mejor que el otro.

6. Lo que dices en la plaza del pueblo... ¡se esparce!

El facebook es la red social ideal porque se esparce lo que estás diciendo. Potencia el efecto multiplicativo, puesto que cuando un mensaje gusta se comparte. Aprovechemos este potencial, eso sí... si no quieres que corra la voz no lo cuelgues.

7. Comunicación y participación, una combinación ideal.

El plan de comunicación lo podemos diseñar porque además de comunicar, fomenta la participación. Por ejemplo por cada grupo de interés (equipo de trabajo, colaboradores, socios, población...), tipificamos las herramientas de comunicación y también las de participación.

8. ¡Creatividad al poder!!

Creemos nuevas herramientas de comunicación y que fomenten a la vez la participación. Algo tan sencillo como el buzón de sugerencias física o virtual nos puede dar una idea muy buena de cuál es el mensaje que está llegando a nuestro público.

9. Transmitimos transparencia y confianza.

Por ejemplo, redactando la memoria de Sostenibilidad de nuestra entidad. El hecho de compartir como estamos funcionando genera transparencia y confianza.

10. Comunicación revolucionaria.

Sé crítico comunicándote. Con la comunicación tenemos en nuestras manos una herramienta muy poderosa para despertar el sentido crítico de la población. Hacer que se planteen nuevas cosas y que no lo den todo por asumido y establecido como dice o hace la mayoría. ¡Comunicando, de este modo estamos educando y reevolucionando!

Mesa 6

Conclusiones

1. ¡La nueva manera de comunicar nos transforma!

Nos estamos abriendo a un mundo donde la información es inmediata, fácilmente enlazable y compartible. Donde a través de las redes sociales estamos conectando personas.

¡Aprovechémoslo! ¡Esto si es importante, cómo utilizamos estas herramientas!

2. Elegir es tan importante como decir.

Si eres grande y tienes recursos, cuantas más herramientas utilices mejor porque la red es muy grande, pero si eres una entidad pequeña utilizar muchas herramientas puede llegar a ser contraproducente. ¡En este caso la elección, según lo que necesites es lo más importante!

3. El community manager “*chico o chica para todo”.

Tenemos que generar contenidos, dinamizar e interaccionar con la comunidad, dar pie, tener empatía, comunicar con gracia y vista, gestionar canales y también... analizar resultados para ver si lo estamos haciendo bien. ¿Algo más?

4.A La clave: un buen plan de comunicación.

Generar un buen plan de comunicación que contemple: el mensaje + los instrumentos (las herramientas 2.0 y la comunicación directa) + los indicadores. Si tenemos un buen plan de comunicación con unos instrumentos ajustados a nuestras necesidades, no tendremos sensación de colapso y comunicaremos más eficientemente.

4B. ¿Empiezas la casa por la ventana?

Primero hay que tener la línea estratégica de la entidad muy establecida y a partir de aquí haremos el plan de comunicación. La estrategia de la entidad y la comunicación tienen que ir cogidas de la mano.

5. Tic, tac, tic, tac... para optimizar la gestión de las redes sociales: ¡el hootsuite!

Una aplicación que tiene el objetivo de gestionar las redes sociales, con una mirada puedes ver todos tus perfiles... es una buena herramienta pero ten en cuenta ¡no cruzar perfiles personales con profesionales!!

6. ¿Lo estamos haciendo bien? ¿Qué indicadores?

Google analytics, google alert... relacionamos los indicadores con cosas concretas, primero hay que saber qué queremos conseguir y ser más bien modestos con los resultados a lograr.

7. ¡Organizar la información en listas: mucho trabajo previo que me hará ganar tiempo a la larga!

Para ser más eficientes y ágiles en la gestión de la información, es recomendable hacer una inversión de tiempo al generar listas de contactos y etiquetar por las diferentes herramientas que estamos utilizando. ¡Así nos será mucho más fácil seguir la información que interese!

8. ¿¿RSS?? Este icono que vemos a la mayoría de webs...

Una herramienta para ahorrar tiempo. Nos subscribimos en las páginas que nos interesan y cuando se actualizan nos envían la notificación y nos ahorramos todo el trabajo de hacer la repasada a las webs de interés por nuestra entidad.

9. ¿Ligamos las redes?

Con cada red hará falta que nos adaptemos y variará nuestra forma de comunicar. Por ejemplo por el facebook funciona el mensaje interpelador, por el twitter es más en formato titular... hace falta que hagamos el esfuerzo de estilo por cada red para que el mensaje no sea exactamente el mismo multiplicado por diez.

10. ¿Cuándo tendremos resultados? ¡¡Ya, ya, ya!!

Al inicio cuando nos ponemos con una herramienta es lento para que tenga resultados, y todavía más lento cuántos más usuarios tiene ya que el filtro es más exigente. Cuanto más mayoritaria es la herramienta más potencial, tiene pero la gente es más exigente. Paciencia y a hacer trabajo de hormiguita.