



lanzadeXras

tema 9: comunicación

módulo 36

distancia



XUNTA
DE GALICIA



tema 9: comunicación

módulo 36

semana 9 | día 4

lanzadebras



lánzate á aventura de emprender

índice do módulo

ÍNDICE TEMÁTICO

semana 1 | identidade

semana 2 | persoas

semana 3 | habilidades

semana 4 | estratexia

semana 5 | mercadotecnia

semana 6 | creatividade

semana 7 | xestión

semana 8 | marca persoal

semana 9 | comunicación

ÍNDICE MODULAR

módulo 33 | medos

módulo 34 | estrutura

módulo 35 | execución

módulo 36 | distancia

ÍNDICE DO MÓDULO

resumo teórico | páxina 04

exemplo | páxina 08

videotutorial | páxina 09

GramolaEmprendedora



Escoita
Rocky
BSO





tema 9: comunicación

módulo 36

semana 9 | día 4

lanzadebras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

Ante maiores audiencias non esquezas manter a túa esencia desde unha visión optimista. Ser xenuíno é básico. E ser positivo, tamén. As cinzas non lle gustan a ninguén.

Como converterte nun bo conferenciante? Non é bo facer patróns, pero aquí van algunhas pistas...

É esencial dominar aquilo do que vas falar, coñecer quen é a túa audiencia e saber que esperan de ti. Se podes, coloca a xente estratexicamente de maneira que te sintas o máis cómodo posible. Prevé as preguntas incómodas e as súas respostas. O complexo, vancho preguntar. Ti sábelo mellor que ninguén. Prepárate! Farache gañar en seguridade.

Cando empeces a túa intervención faino sempre a un bo ritmo, con fortaleza e bo timbre de voz. Tes que transmitir dominio e confianza!

Se usas presentación, lembra que unha diapositiva é un apoio visual, non unha colaxe. Non lle metas máis dun par de ideas. E lembra: a mensaxe é o importante, non o PowerPoint. Se podes fala de pé. Darache unha perspectiva elevada que che axudará a abrazar a túa sensación de control. Non leas, interpreta. E dalgún modo, introduce o tema do día na túa presentación para actualizala.

Sé modesto; isto é, fala sempre do que fixeron outros ou o que fixeches no pasado e



4

3

2

1



tema 9: comunicación

módulo 36

semana 9 | día 4

lanzadebras



o imprescindible para lanzarse á piscina

resumo

non do que es, o que posúes ou o que vales. Aínda que o vallas. E non busques a unanimidade nin o sorriso absoluto. É imposible! Persegui-la eternamente frustrate para sempre.

Na distancia, naquela na que non tes a audiencia á vista, o importante son as percepcións, xa que nos medios de comunicación o interesante prima sobre o importante. Así que, sabes como espertar ou xerar interese? Cada medio ten o seu uso. E así, mentres a prensa escrita inflúe, a radio informa, a televisión entretén e internet interactúa, conferíndonos unha contorna moito máis tanxible e inmediata.

Elixidos os medios e planificados, deixámosche varios consellos: se non tes nada que dicir, por moitos medios que teñas ao teu alcance, mellor non digas nada. Se tes algo que contar, mellor cóntao con palabras que entenda todo o mundo. A xente desconfía do que non entende. Se cabe en pouco espazo moito mellor que se necesita moito. A comunicación baséase, fundamentalmente, en repetir a túa mensaxe. Non o esquezas! Porque logo moitas persoas se queixan do ben que o fan todo e o pouco que se coñece o que fan. A cuestión é: canto estás disposto a investir no teu plan de medios?



tema 9: comunicación

módulo 36

semana 9 | día 4



lanzadétras

aprender do que outros fixeron con mestría

exemplo

JOAQUÍN LORENTE

Joaquín Lorente é recoñecido como un dos publicistas españois máis importantes do século XX. Creador de campañas publicitarias como “O Toro” de Osborne, móstranos como innovar en publicidade é un claro exemplo da estratexia para seguir.



Dous dos seus libros: “Piensa. Es gratis” e “Tú puedes” paga a pena ollalos, pois están cheos de bos consellos para emprendedores.



a hemeroteca de Paula



tema 9: comunicación

módulo 36

semana 9 | día 4



lanzade'ras

fotogramas que valen máis que mil verbas

videotutorial

CAMPOFRÍO

<https://www.youtube.com/watch?v=Lawy94ymrP8>



a videoteca de Alba

A publicidade engloba unha serie de estratexias coas que unha empresa dá a coñecer o seu produto. É unha forma de comunicación que busca que o impacto sexa positivo para dar paso ao seu consumo. Como exemplo podemos observar o anuncio da marca Campofrío titulado ``O currículo de todos``. Con este anuncio quérennos lembrar as cousas boas que fixemos ao longo dos anos. É unha publicidade que avoga claramente pola emotividade coa esperanza.

