

Propuesta de capacitación

Taller “Planeación de una Comunicación Interna Efectiva”

Modalidad presencial o en línea
75 % práctico y 25% teórico



- A. Objetivo
- B. Plan de trabajo
- C. Propuesta formativa
- D. Coaching adicional
- E. Cronograma
- F. Inversión



A. Objetivo



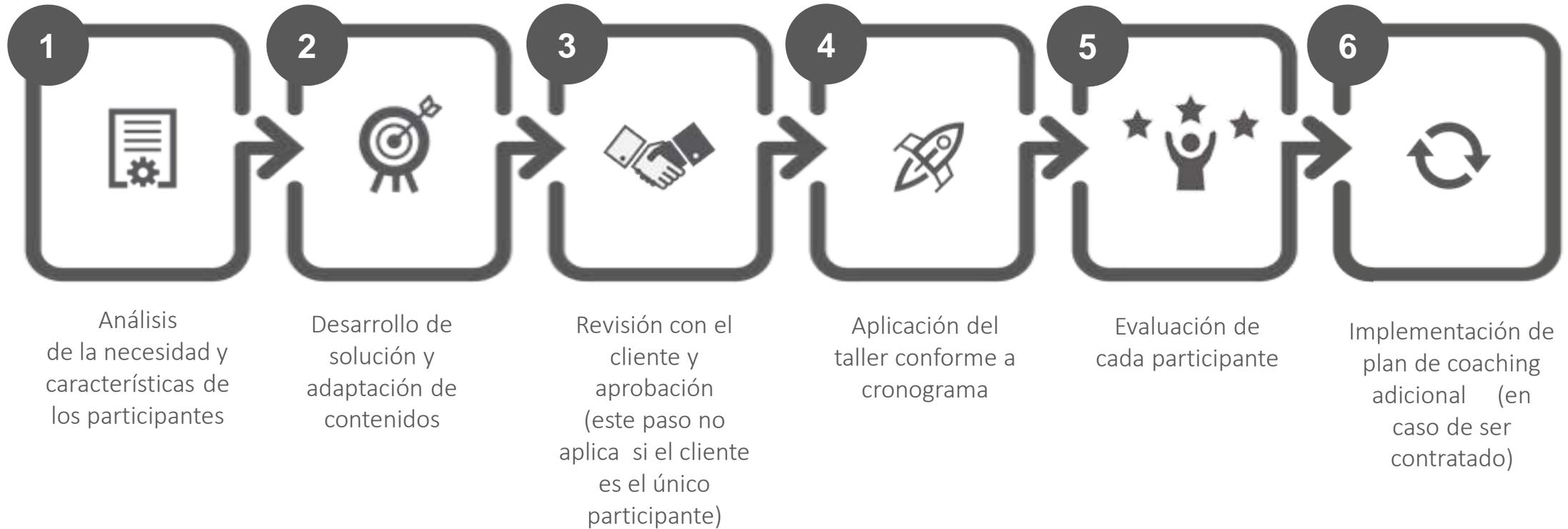
El objetivo del taller es aplicar los conocimientos para desarrollar planes integrales de comunicación enfocados en impulsar la productividad, generar una experiencia positiva del empleado y guiar la participación de los líderes para el logro de objetivos corporativos.

“Lo más importante en la comunicación es
escuchar lo que no se dice”

Peter Drucker

B. Plan de trabajo





C. Propuesta formativa



Módulos	1	2	3	4
Tema	“¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación?”	“Mecanismos para establecer una estrategia integral de comunicación”	“Herramientas de implementación efectiva de la estrategia”	“¿Cómo medir la efectividad de la comunicación?”
Duración por módulo	Sesión 1	Sesión 2	Sesión 3	Sesión 4
Actividad de introducción	<ul style="list-style-type: none"> Video rompehielo 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad – análisis de una estrategia de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Video – seguimiento efectivo de la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Video: midiendo la comunicación
Sesión teórica	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es un diagnóstico de comunicación? Análisis de la audiencia. Revisión de objetivos. Indicadores y percepciones. Interpretación y uso de los resultados del diagnóstico. 	<ul style="list-style-type: none"> Definición de objetivos Definición de la audiencia por actividad Medios de comunicación interna Mapeo y calendarización de actividades. Involucramiento de líderes 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de estrategias individuales. Convirtiendo la estrategia en una experiencia vivencial. Técnicas de planeación previas a la implementación. Monitoreo continuo. Mecanismos de corrección y mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de medición de la comunicación. Indicadores de medición de percepción. Impacto en indicadores corporativos
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> Nube de palabras – ideas análisis de la audiencia. Discusión: qué debe incluir un diagnóstico de comunicación. Actividad– indicadores y percepciones 	<ul style="list-style-type: none"> Video: definición de objetivos Juego: elige la audiencia correcta Juego: qué medio usarías 	<ul style="list-style-type: none"> Juego: elementos de una estrategia individual. Juego: une las líneas - comunicación vivencial Video: mejora continua en la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> Juego: elige el indicador correcto. Realizando una entrevista. Ejercicio - implementación de un tester de monitoreo. Discusión: indicadores corporativos.
Práctica	<ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: análisis de objetivos Ejercicio 2: interpretación del diagnóstico 	<ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: desarrollo de un calendario de actividades Ejercicio 2: desarrollo de un plan de involucramiento de líderes 	<ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: desarrollo de un cronograma 	<ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: análisis de resultados de una encuesta. Ejercicio 2: definición de indicadores corporativos.
Ejercicio/tarea	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 1: desarrollo del diagnóstico en tu puesto de trabajo/organización 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 2: establecimiento de la estrategia de comunicación anual 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 3: preparación para la implementación de la estrategia 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 4: plan de medición continua en la estrategia

Módulo 1:

“¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación?”

Objetivo del módulo:

Conocer los mecanismos y herramientas para realizar un diagnóstico efectivo que aporte la información necesaria para el desarrollo de un plan anual de comunicación efectiva.

Contenido temático:

- 1** ¿Qué es un diagnóstico de comunicación?:
 - Para qué realizarlo
 - Qué debe incluir
 - Periodicidad y vigencia de un diagnóstico
- 2** Análisis de la audiencia:
 - Datos demográficos
 - Cultura corporativa y cultura informal
 - Perfiles de pensamiento
- 3** Revisión de objetivos.
- 4** Indicadores y percepciones.
- 5** Interpretación y uso de los resultados del diagnóstico.

Módulo 2:

“Mecanismos para establecer una estrategia integral de comunicación”

Objetivo del módulo:

Aprender el proceso de desarrollo de un plan anual de comunicación efectiva, orientada al logro de objetivos.

Contenido temático:

- 1** Definición de objetivos:
 - Detección de necesidades.
 - Creación de una matriz de comunicación.
 - Cruce de necesidades de comunicación y objetivos corporativos.
 - Categorización de actividades
- 2** Definición de la audiencia por actividad.
- 3** Medios de comunicación interna:
 - Tipos de medios de comunicación interna
 - Revisión de medios existentes: estudio de efectividad.
 - Desarrollo de plan de mejora de medios existentes.
 - Creación de nuevos medios de comunicación
- 4** Mapeo y calendarización de actividades.
- 5** Involucramiento de líderes.

Al finalizar cada módulo el participante tendrá como tarea la realización de un ejercicio para generar avances sobre su evaluación final

Módulo 3:

“Herramientas de implementación efectiva de la estrategia”

Objetivo del módulo:

Asegurar la adecuada implementación y seguimiento de las actividades de comunicación establecidas en el plan anual de comunicación.

Contenido temático:

- 1 Desarrollo de estrategias individuales.
- 2 Convirtiendo la estrategia en una experiencia vivencial.
- 3 Técnicas de planeación previas a la implementación:
 - Desarrollo de un cronograma de actividades
 - Sesiones de seguimiento
- 4 Monitoreo continuo.
- 5 Mecanismos de corrección y mejora continua.

Módulo 4:

“¿Cómo medir la efectividad de la comunicación?”

Objetivo del módulo:

Proporcionar herramientas para asegurar una adecuada medición de la efectividad de la comunicación orientada al reconocimiento de resultados y a la mejora continua.

Contenido temático:

- 1 Indicadores de medición de la comunicación.
 - Medición de los medios de comunicación interna.
 - Índices de participación.
- 2 Indicadores de medición de percepción.
 - Mecanismos de medición de percepción.
 - Mecanismos de retroalimentación.
- 3 Impacto en indicadores corporativos
 - Definición de indicadores corporativos por estrategias.
 - Interpretación de indicadores corporativos.

Al finalizar cada módulo el participante tendrá como tarea la realización de un ejercicio para generar avances sobre su evaluación final

Evaluación final:



- Consistirá en:
 - ✓ Presentación de estrategia anual de comunicación.
 - ✓ Exposición del tema en un máximo de 30 minutos.
 - ✓ Calificación a través de una lista de verificación previamente validada con el cliente.
- En caso de cumplir con los criterios de evaluación, el participante recibirá un certificado de cumplimiento de la capacitación.
- Se entregará al cliente un reporte de las observaciones realizadas por cada uno de los participantes durante todo el taller, dando recomendaciones de las áreas de mejora a trabajar e iniciando posteriormente las sesiones de coaching (en caso de ser contratadas por el cliente).

D. Coaching adicional





En caso de aceptación del cliente, se trabajará un programa de coaching personalizado para cada participante posterior al taller de acuerdo a las observaciones realizadas en el reporte y conforme al siguiente formato:

Propuesta de coaching adicional:

Número máximo de sesiones individuales (por participante): 5

Duración de cada sesión: 2 horas

Temas de las sesiones:

- Visión estratégica en la comunicación.
- Manejo de crisis derivadas de la estrategia de comunicación.
- Enfoque en los colaboradores: sumando percepciones y comentarios.
- Sumando al líder en las actividades de comunicación.
- Midiendo la comunicación en el día a día.

E. Cronograma



F. Inversión





Taller “Planeación de la comunicación efectiva”:

Costo por participante: \$8,000

Incluye:

- Programa de 20 horas.
- Evaluación teórica y práctica.
- Certificado de finalización.
- Reporte individual.

Coaching adicional

Costo de sesión por participante: \$800

Costo en paquete 5 sesiones: \$3,200 (por participante)

Requerimientos:

- Entrega de manual de identidad corporativa y elementos gráficos a utilizar: logotipo del cliente, paleta de color, templates corporativos.
- Sala para la sesión (presencial) o disponibilidad de red de internet estable para cada participante (en línea).
- Información del cliente útil para el armado de materiales y ejercicios.

- Los costos de la presente cotización no incluyen el 16% de I.V.A.
- Forma de pago: 50% al inicio del proyecto, 50% restante al finalizar el proyecto.
- No incluye renta de salones, sistemas de audio y video, proyectores, alimentos ni bebidas.



Damos estructura a tus ideas



daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx

55 8532 8234