

Diseñado especialmente por

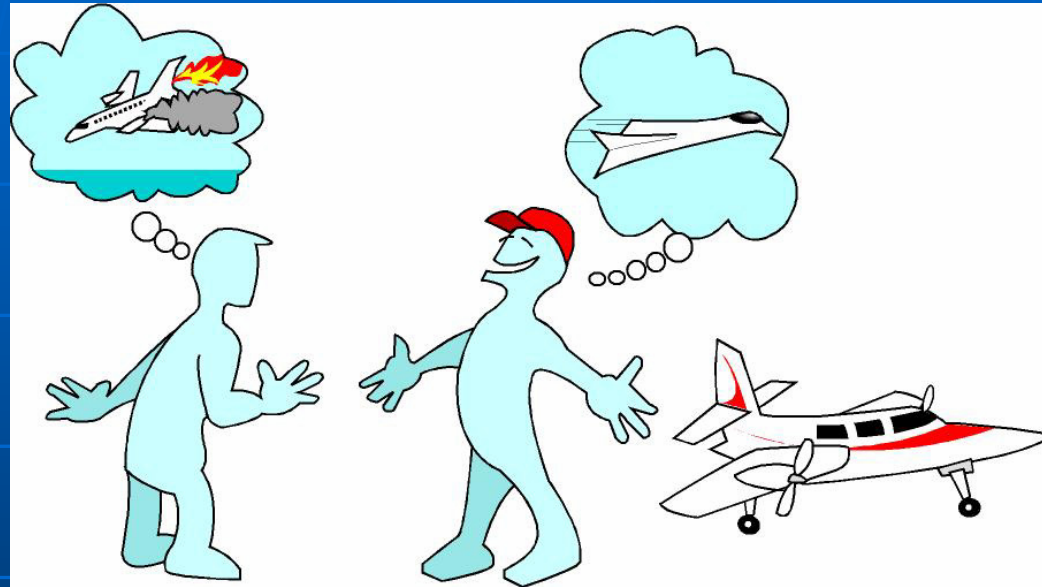
*Orgatec*

Factor humano de la tecnología

# TUTORIAL

# Relaciones Públicas

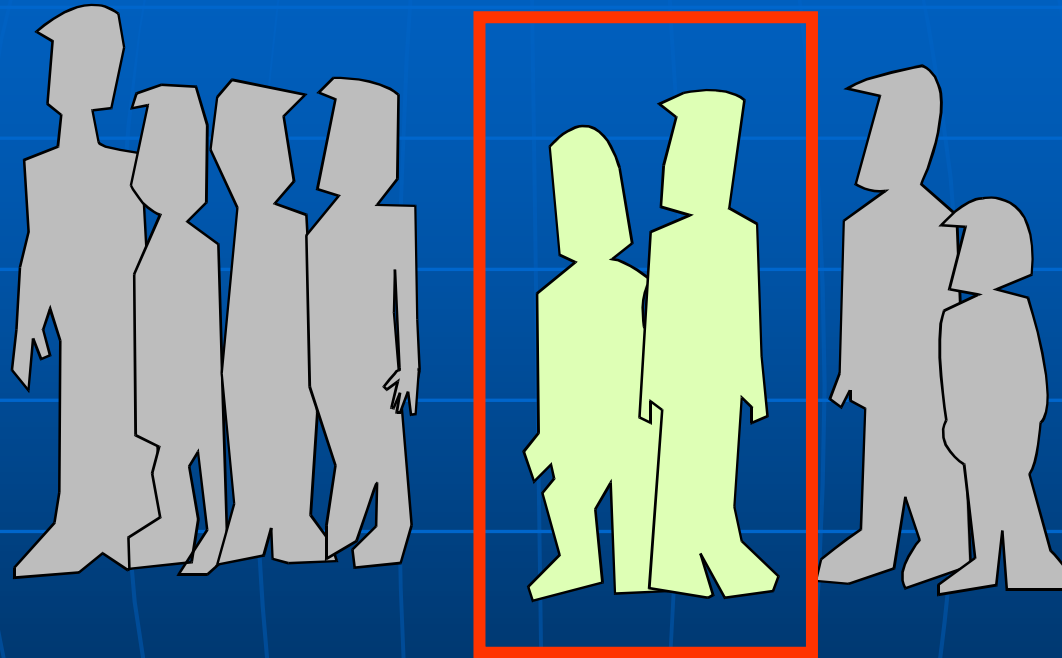
# IMAGEN



**Imagen no es lo que somos, ni lo que queremos ser**

**Imagen es como nos ven**

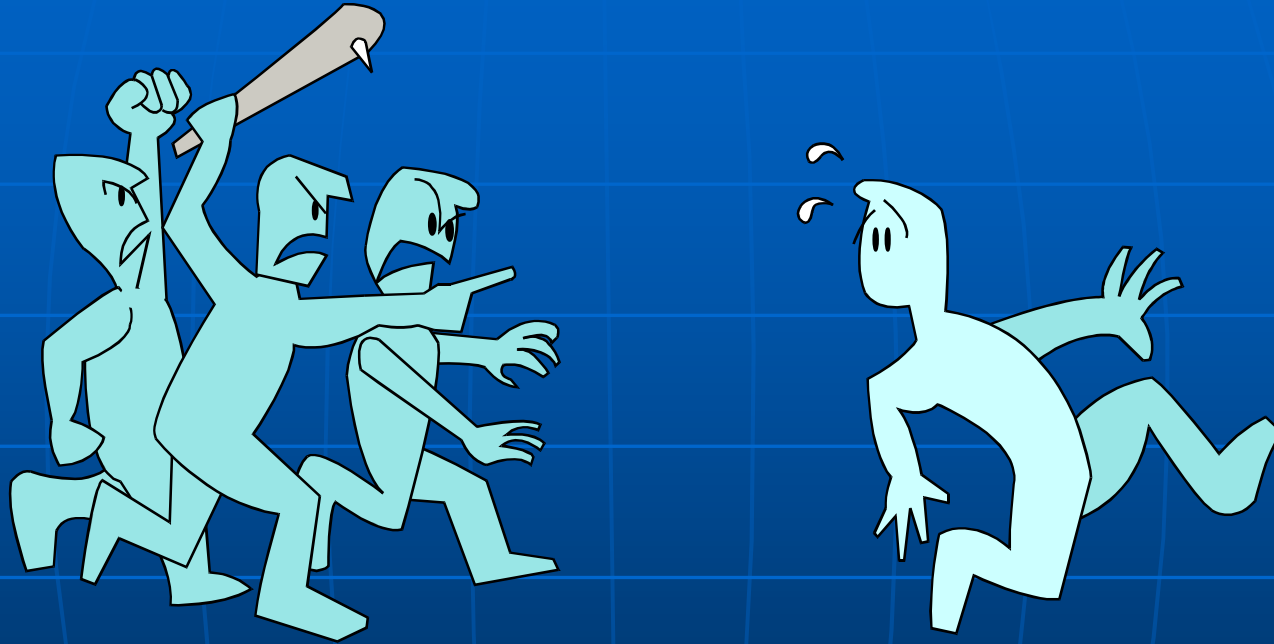
# Auditorio



**Grupo que tiene una o más características en común.**

**En marketing se llama segmento.**

# PR Definición 1



**Esfuerzo planificado para influir en los auditorios críticos que afectan a la supervivencia de la empresa.**

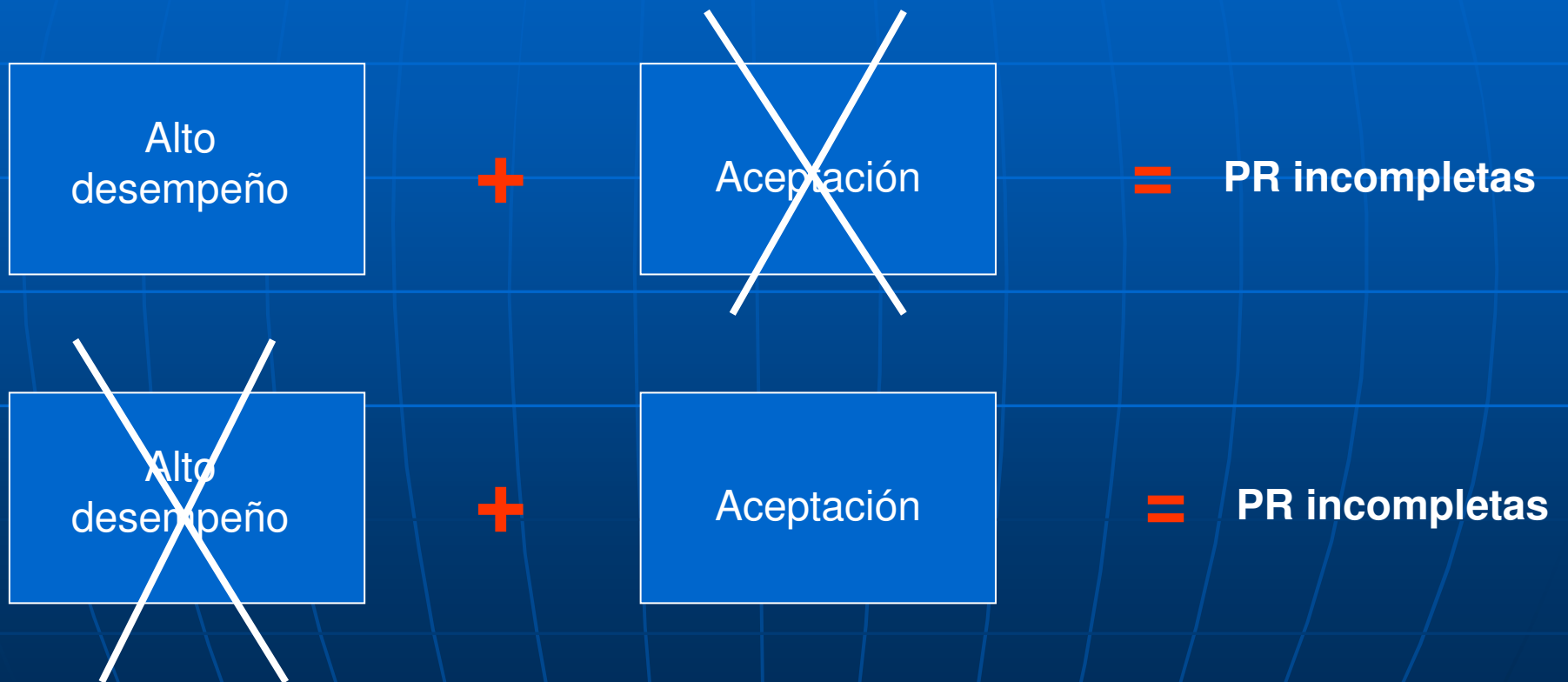
# Componentes de las PR

Alto  
desempeño



Aceptación

# PR Incompletas

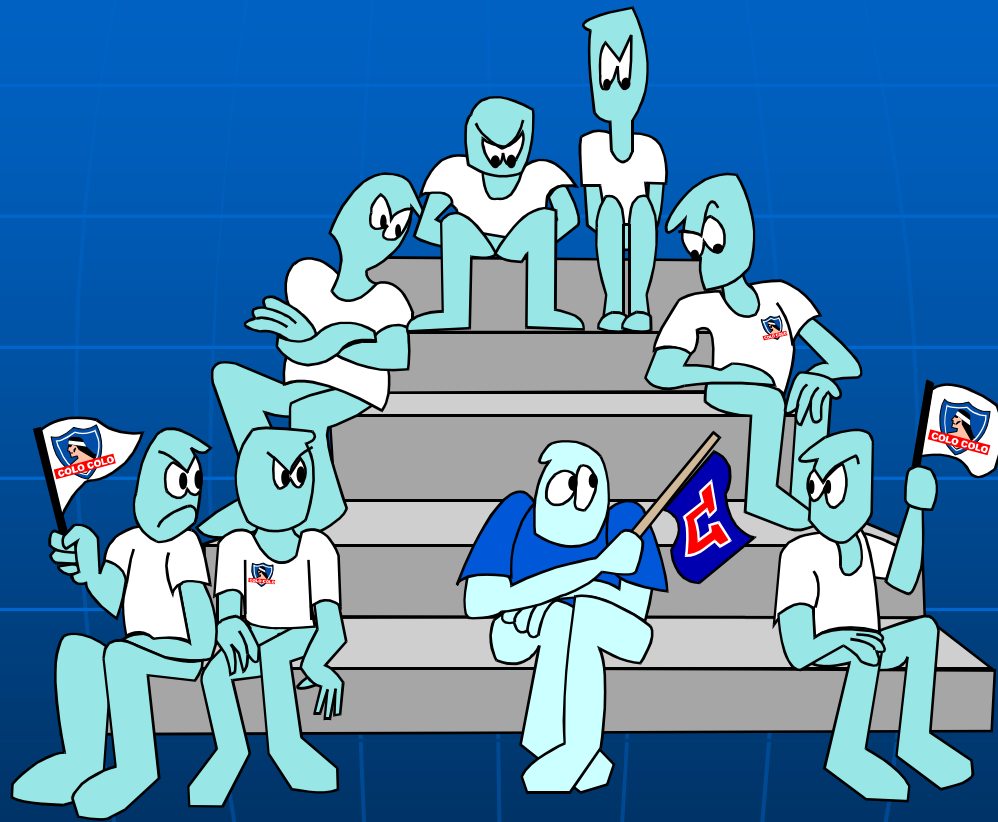


# PR Definición 2

**Causa efectiva, bien demostrada.**

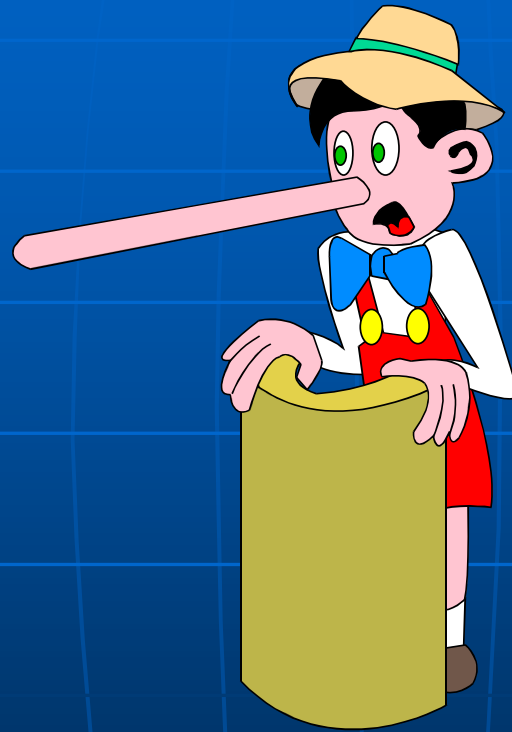
© L. Ronald Hubbard

# Ingrediente faltante en las PR



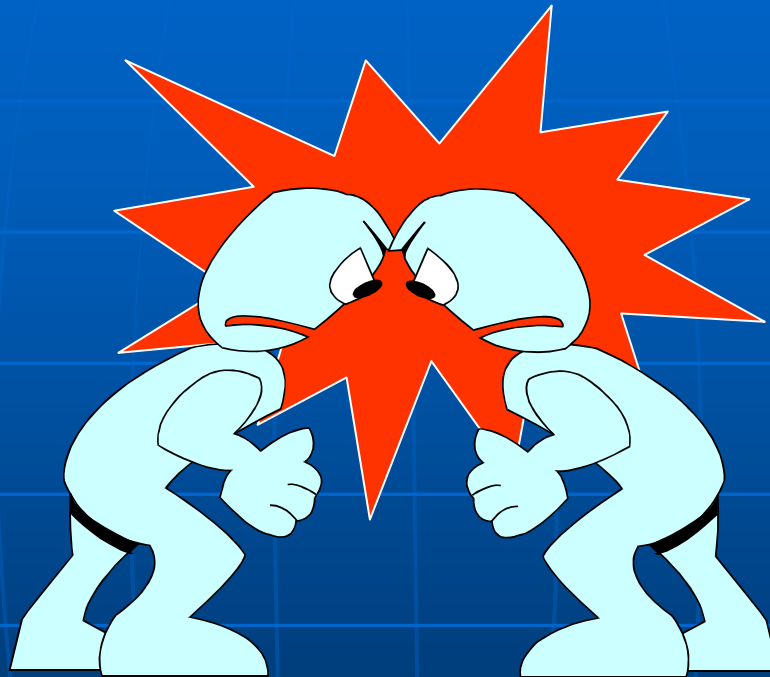
**Realidad**

# Primera Ley en PR



**Jamás Mentir**

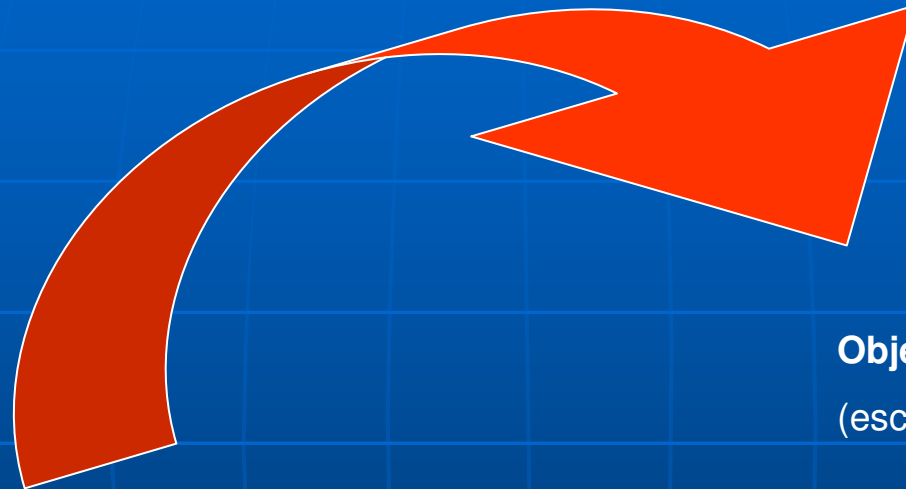
# Problemas en PR



**Todos los problemas en PR  
son causados por diferencias de percepción.**

# Objetivo de las PR

**Percepción**  
(escena existente)



**Objetivo**  
(escena ideal)

**El objetivo de las PR es tender una línea entre la empresa y los auditorios críticos, que corrija las diferencias de percepción, a través de esfuerzos comunicacionales efectivos.**

# Principios de las PR

---

**Credibilidad de la Fuente**

**Comprensión**

**Asociación**

**Identificación**

**Acción**

# Hard Event and Messages

Trabajador  
del Mes

*Aniversario de la  
Compañía*

**Campeonato de Golf**

**FIESTA  
DE  
NAVIDAD**

Los mensajes nunca se entregan “en el aire”, sino que siempre se debe usar un evento.

# Competencias del Especialista en PR

---

**Conocer y compartir**

**Los objetivos y políticas de la empresa.**

**Habilidades de comunicación y liderazgo**

**Dominio de la normativa asociada a su actividad**

**Alto propósito y enfrentamiento**

**Competencias técnicas específicas**

# Ejemplos de actividades de PR

Charlas

Conferencias

Boletín interno

Diario mural

Saludos de cumpleaños

Reuniones

Celebraciones

Imagen corporativa

Avisos en prensa

Artículos en prensa

Campeonatos

Postulación y  
obtención de premios

Alcanzar y promover  
un estándar

Mensajes informales

Conversación

Manejo de las  
comunicaciones  
internas y externas

Atención a público

Participación en ferias

Convenciones de  
ejecutivos comerciales

Informes al directorio

Información entregada  
a la casa matriz

Estilo de los mails

Respuesta telefónica