



Escuela de Otoño 2020

Iniciativas que trascienden



Eje: Comunicación

La voz de la transformación.
Crecimiento y sostenibilidad

Nuestro reto:

¿Cómo se pueden comunicar los cambios y retos de la organización de forma oportuna y clara para todos?



Objetivos

Escuela de Otoño 2020

- Fortalecer el **conocimiento** de todos los colaboradores sobre la CRC como **regulador convergente** en materia de comunicaciones y contenidos audiovisuales, y sus procesos de Inducción-Reinducción.
- Dar a conocer y promover la **apropiación** del nuevo **Plan Estratégico Industrial**, para apoyar la mejora continua en la Comisión en desarrollo de sus funciones.
- Reforzar el **aprendizaje a través de la experiencia**, mediante el trabajo colaborativo en la CRC y metodologías de **innovación**, que fortalezcan aspectos prioritarios de la cultura organizacional.



Escuela de Otoño 2020



- * Recuerda que este material es una guía, el uso del material te permite realizar de forma sistemática un proceso de ideación.

Iniciativas que trascienden.

Mapping Board de la Comunicación



Te invitamos a responder cada una de estas preguntas, siguiendo el paso a paso que se encuentra en esta guía de trabajo.

1

¿Qué?

Definir con claridad el contenido que vas a transmitir.

2

¿Quién?

Perfilar al interlocutor, tomar tiempo para analizar su estilo de comunicación vs. el tuyo.

3

¿Cómo?

Definir las estrategias y acciones que te permitan generar un ambiente de confianza y seguridad.

4

¿Cuándo?

Analizar, evaluar y definir el momento preciso para comunicar. Este es parte fundamental de la gestión emocional en la comunicación.

5

¿Dónde?

Definir el contexto ideal para desarrollar la comunicación efectiva.

Mapping Board elaborado por Falla L. (2019)



Mapping Board de la Comunicación



Antes del ¿Qué? – Debes definirlo:
Trabaja sobre estas dos preguntas

1

¿Cuál es la situación o reto que vas a resolver?

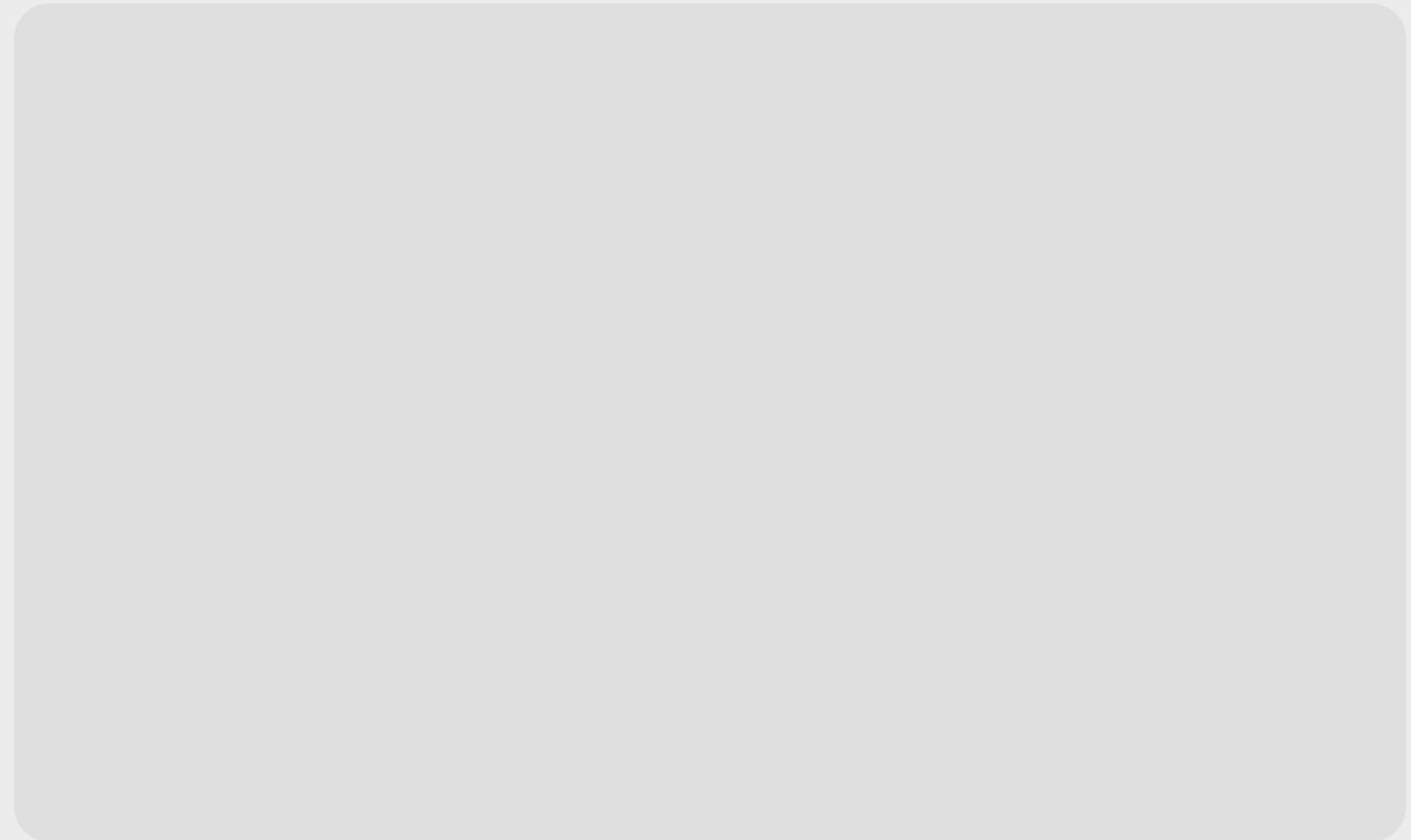
2

¿Cuál es tu objetivo?



¿Qué?

Definir con claridad el contenido que vas a transmitir.



Maping Board de la Comunicación

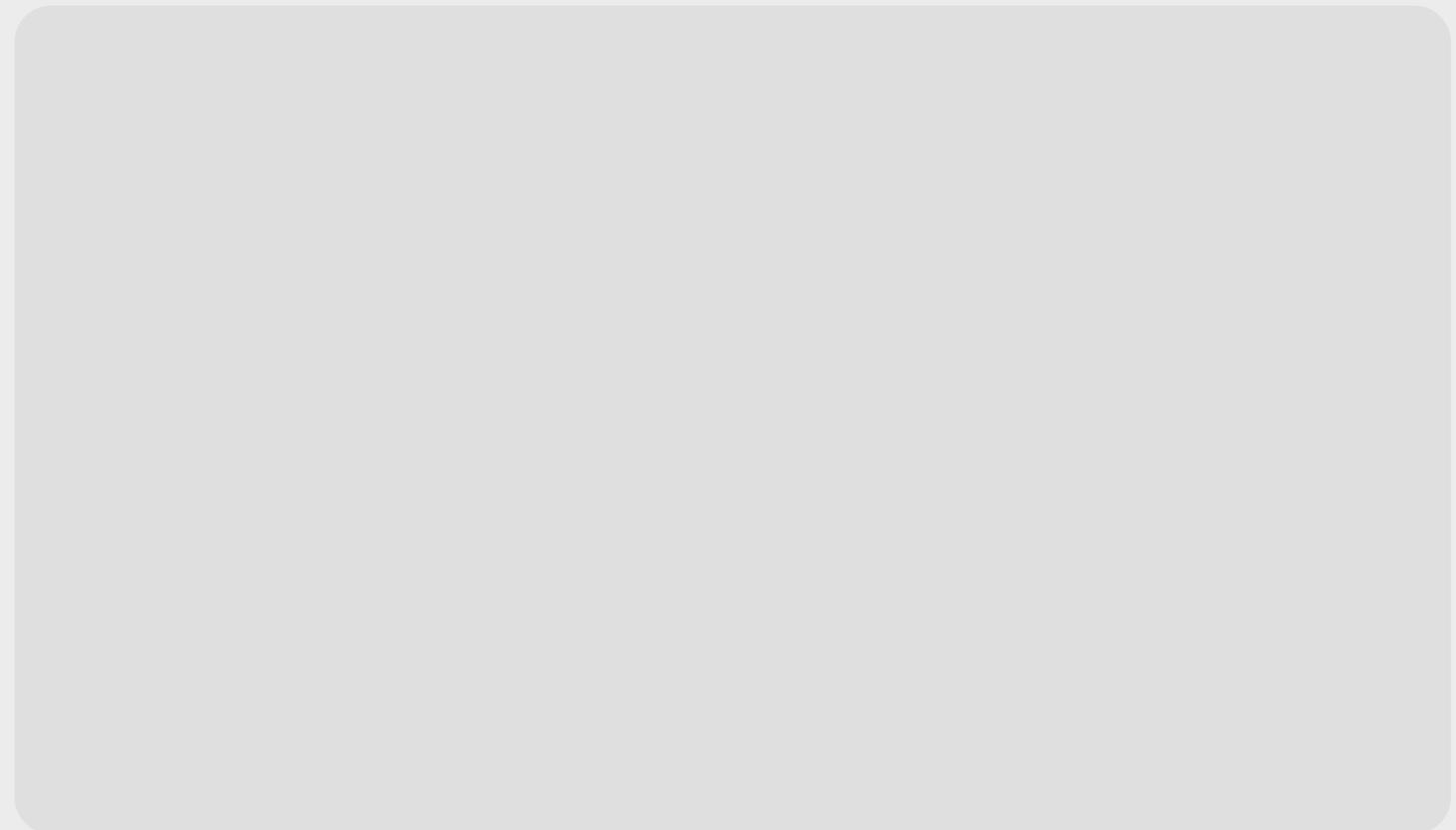


Traza un perfil de quién/quienes se benefician de tu estrategia...



¿Quién?

Perfilar al interlocutor, tomar tiempo para analizar su estilo de comunicación vs. el tuyo.



Maping Board de la Comunicación



¿Cómo?

Definir las acciones que te permitan generar un ambiente de confianza y seguridad para comunicar tu estrategia.

Aspecto a comunicar	Destinatario – Receptor	Acciones clave	Responsables	Recursos	Metodología



Mapping Board de la Comunicación



¿Cuándo?

Analizar, evaluar y definir el momento preciso para comunicar. Este es parte fundamental de la gestión emocional en la comunicación.



Define una línea de tiempo o un cronograma para comunicar y ejecutar tu estrategia.

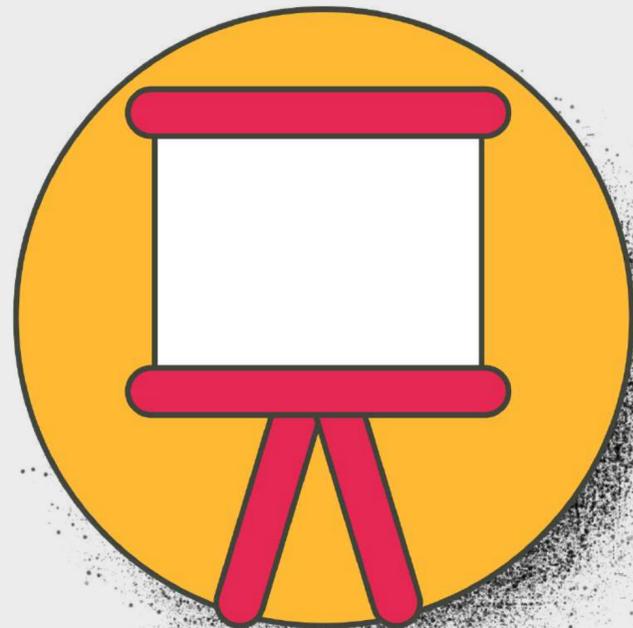


Mapping Board de la Comunicación

 YouTube

facebook

 zoom



5

¿Dónde?

Definir el contexto ideal para desarrollar la comunicación efectiva.

Haz una descripción del contexto ideal para comunicar tu estrategia.



Mapping Board de la Comunicación

Ahora te invitamos a poner
a prueba lo que llevas
trabajando



Aplica SCAMPER





SCAMPER

Preguntas con poder

S = ¿Sustituir?

C = ¿Combinar?

A = ¿Adaptar?

M = ¿Magnificar?

P = ¿Ponerle otros
usos?

E = ¿Eliminar?

R = ¿Reorganizar?

Reto:

Evaluar y definir la mejor Estrategia de Comunicación para transmitir los cambios y retos de la organización de forma oportuna y clara.

Utiliza los principios de “Mundo cerrado” y de “Cambio cualitativo” en el que se analizan todos los elementos o recursos que tienes a tu alcance como organización y busca con ellos lograr un cambio que intensifique la mejora o elimine las barreras de la situación analizada.



Preguntas

Tiempo para pausar y pensar...

Sustituir

- ¿Qué podemos sustituir y que no para lograr el objetivo?
- ¿Qué pasaría si a la persona X?
- ¿Qué pasaría si sustituimos el proceso X por el Y?
- ¿Qué pasaría si cambiamos los recursos que usamos?
- ¿Qué pasaría si cambiamos el procedimiento?

Adaptar

- ¿Qué pasaría si adaptamos la Estrategia para otra función?
- ¿Podemos adaptar el tiempo de uso a X evento?
- ¿Qué pasaría si adaptamos la idea de la competencia para nuestros servicios?
- ¿Podemos adaptar a nuestra estrategia lo que hacen en otros países?
- ¿Podemos adaptar el uso que se saba en el pasado?

Combinar

- ¿Podemos combinar diferentes componentes de la estrategia?
- ¿Qué pasaría si combinamos esta estrategia con otra?
- ¿Qué pasaría si combinamos personas del área X con los de Y?
- ¿Qué recursos podemos combinar para reducir costos?

Modificar

- ¿Qué podemos modificar para reducir el tiempo de ejecución de la estrategia?
- ¿Qué podemos modificar para reducir costos?
- ¿Qué pasaría si modificamos el alcance de la estrategia?
- ¿Qué pasaría si modificáramos la forma de presentación de la estrategia?



Preguntas

Tiempo para pausar y pensar...

Poner en otros usos

- ¿Podemos dar otros usos a la estrategia?
- ¿Puede ser usada por otro tipo de personas diferentes para las que fue diseñado?
- ¿Puede ser usada por una persona con discapacidad?

Eliminar o minimizar

- ¿Podemos simplificar la Estrategia?
- ¿Podemos reducir el tiempo de uso?
- ¿Qué pasaría si eliminamos una parte de la estrategia?
- ¿Qué pasaría si eliminamos una parte de la cadena de comunicación?
- ¿Podemos eliminar restricciones?
- ¿Podemos minimizar tamaños?

Reordenar o invertir

- ¿Qué pasaría si alteramos el orden de los componentes de las estrategias?
- ¿Podemos darle la vuelta a la Estrategia (empezar por el final)?



Tu propuesta aquí



Después de scamper registra tu estrategia final



Board apropiación Organizacional

Discurso del elevador (Elevator pitch)

Ahora...
prepara tu pitch y recuerda:
Compartir transforma.

1. Romper el hielo

Lanzar una pregunta que genere interés (estadística, magnitud del problema o necesidades)
Ej: ¿Sabía usted que?

Seg 1-5

2. oportunidades / necesidades

Dimensionar el problema, describir la necesidad del mercado, sustentar la oportunidad detectada.

Seg 6-20

3. Atractivo

Sustentar el mercado con estadísticas, cifras, precios ¿Por qué el negocio es bueno?

Seg 21-30

4. Diferenciación

Es el mensaje central contundente, la propuesta única de valor. Innovación de concepto de producto o servicio. ¿Cómo solucionar el modelo planteado?

Seg 31-50

5. Credibilidad

Equipo de trabajo multidisciplinario (rol técnico, comercial, gerencial) con experiencia o conocimiento del negocio.

Seg 51-55

6. Concreción

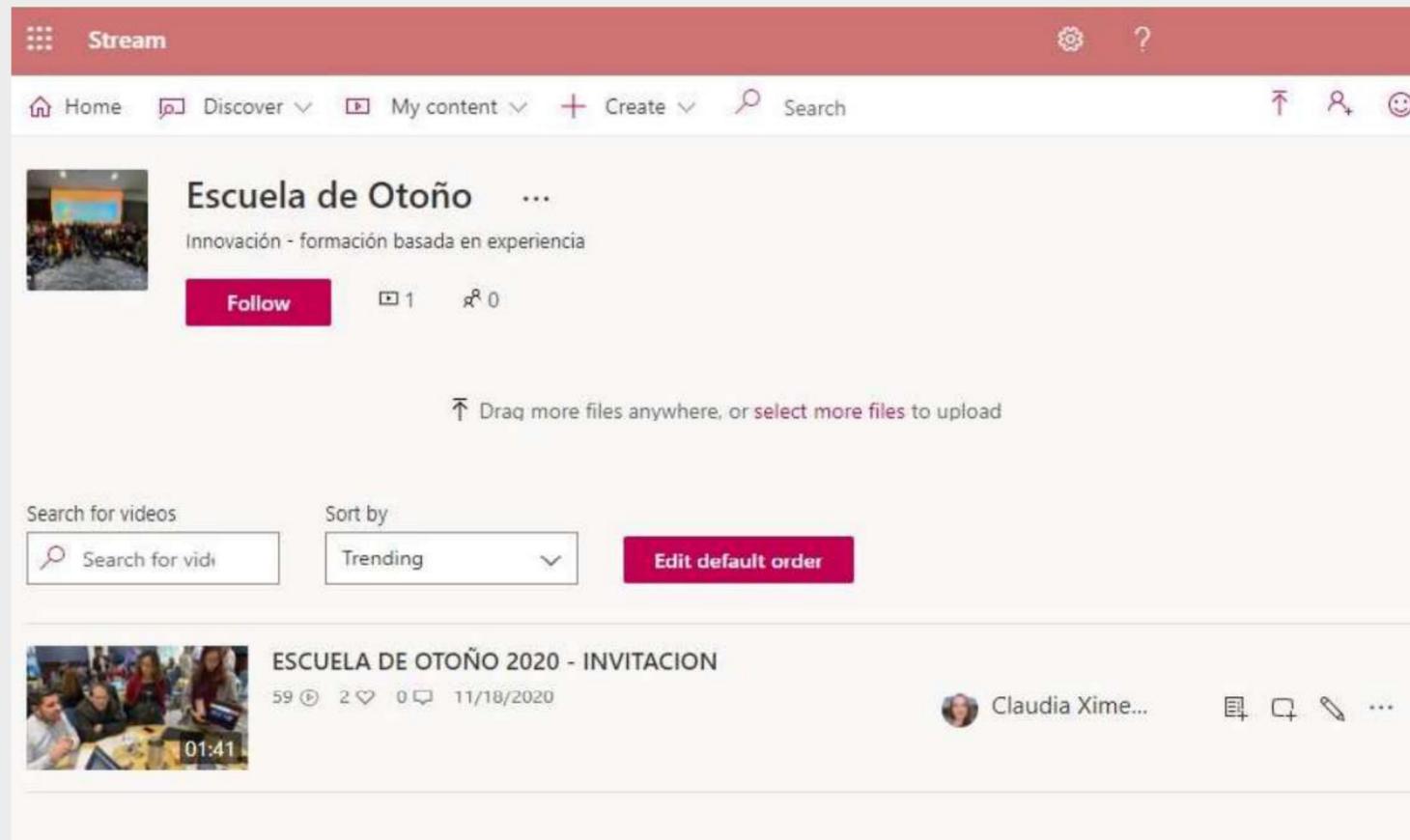
Terminar una invitación a pasar de la acción (dar, la tarjeta, una posible reunión, enviar información ampliada, entre otros).

Seg 56-60

Tiempo Máximo del video 2 minutos

Eje: Comunicación

Para tu video, ten en cuenta



1. Pon un nombre ganador a tu estrategia.
2. Todo el equipo debe participar en el video.
3. Explicar tu estrategia de operación organizacional.
4. Despliega toda tu creatividad.
5. Sube tu video a la plataforma MS. Stream y adiciónalo al canal Escuela de Otoño.
6. Identifica el video con el número del equipo.



Equipo a tu alcance



David Bonilla
Consultor master



Claudia Alba
Consultora Master



Luisa Fernanda Falla
Consultora Master

Estamos a tu servicio