



COMUNICACIÓN

U4 2024



No es lo que
digo sino lo
que el otro
entiende





La comunicación vincula a los individuos a través de códigos, mensajes, canales, marcos de referencia y retroalimentaciones y hace posible que las personas **se entiendan y trabajen en forma colaborativa y conjunta.**

TODO PROCESO COMUNICACIONAL ES UN PROCESO NARRATIVO

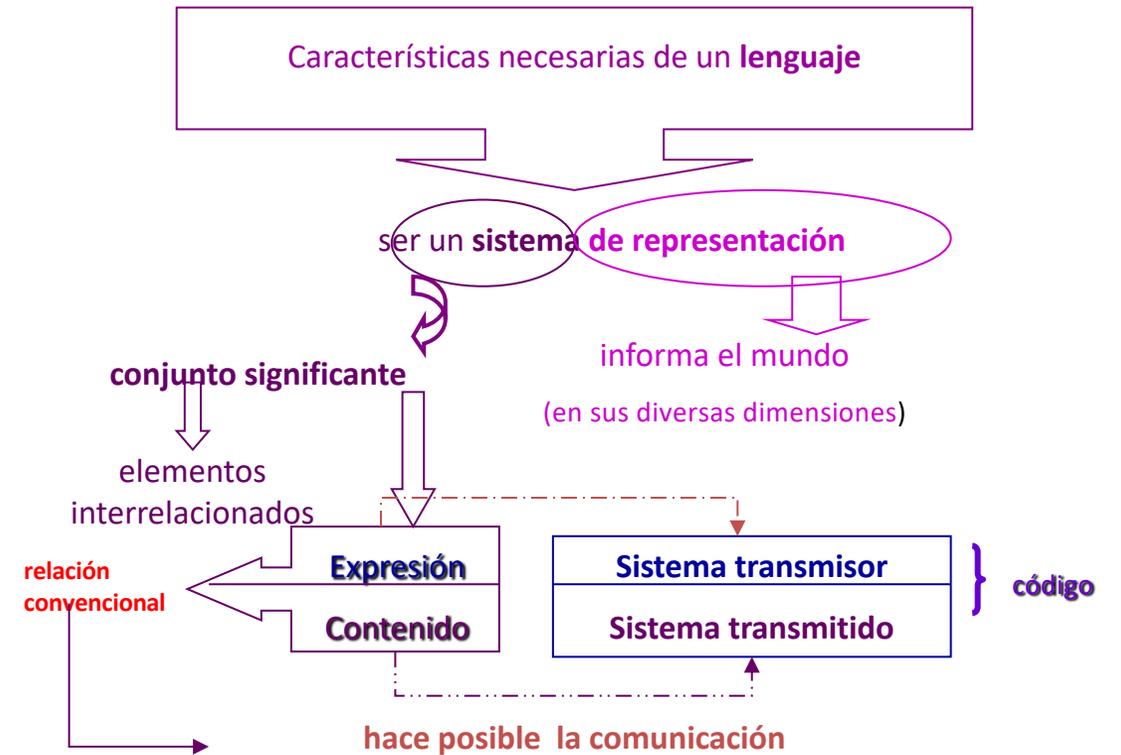


LA COMUNICACIÓN REQUIERE UNA CUIDADOSA PLANIFICACIÓN

A man in a dark suit and red tie is shouting into a red and white megaphone. He has his hand on his head, suggesting intense emotion or effort. A woman with red hair, wearing a black sleeveless top, stands to the left, looking surprised with her mouth open and eyes wide. The background is a plain, light-colored wall.

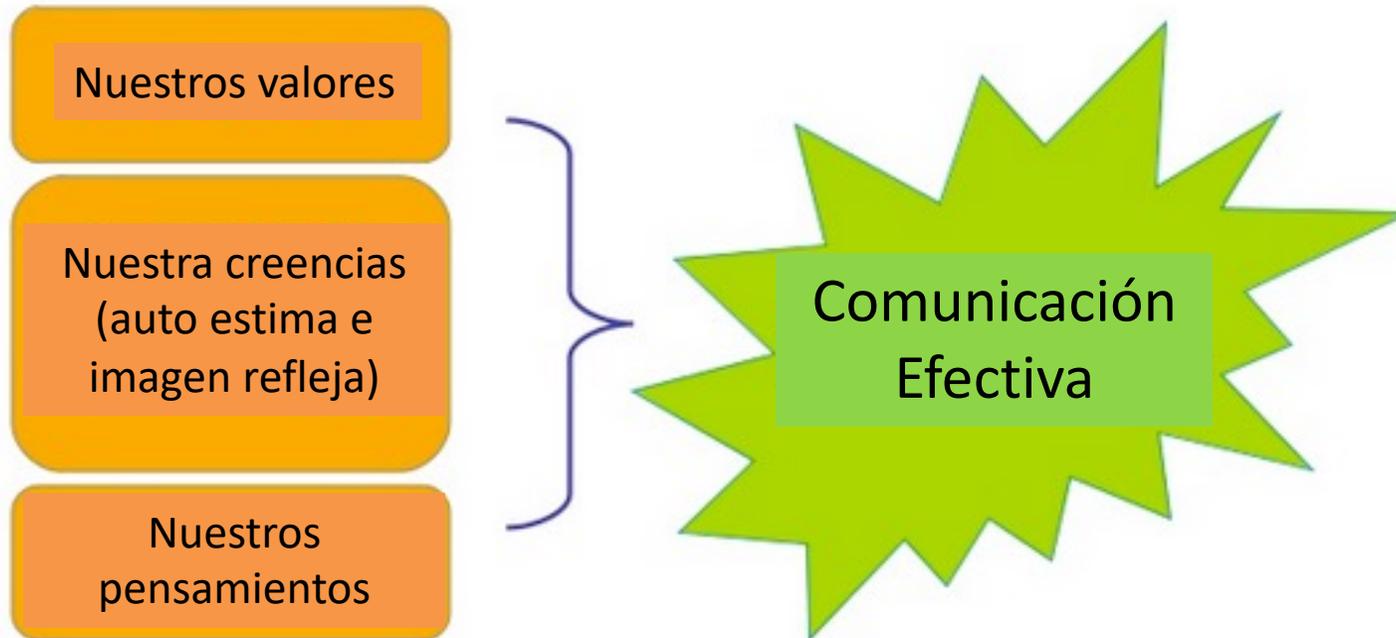
1. Comunicación Efectiva

1. Comunicación Efectiva



1. Comunicación Efectiva

LA COMUNICACIÓN DEPENDE DE

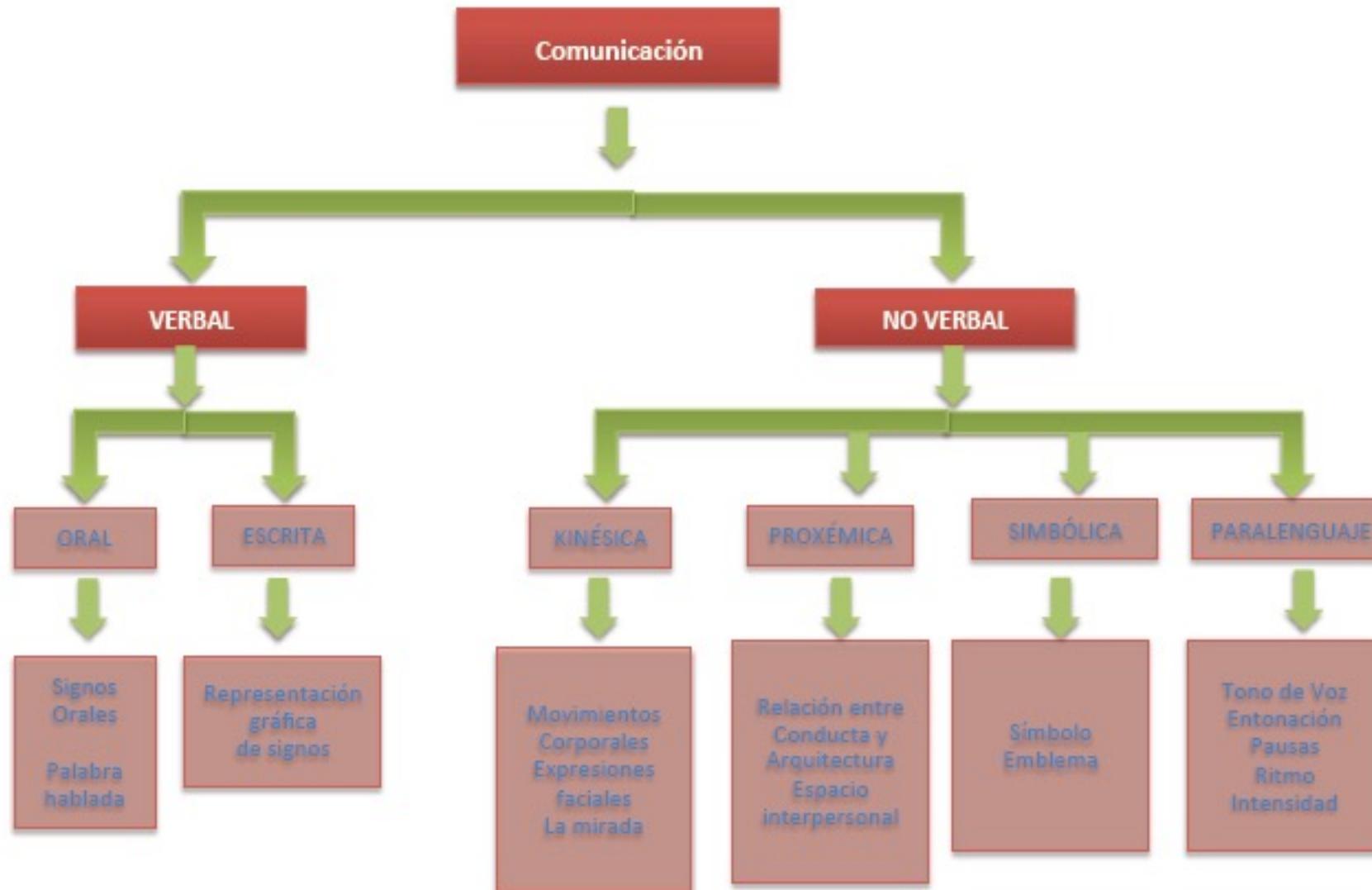


1. Comunicación Efectiva

LA COMUNICACIÓN DEPENDE DE



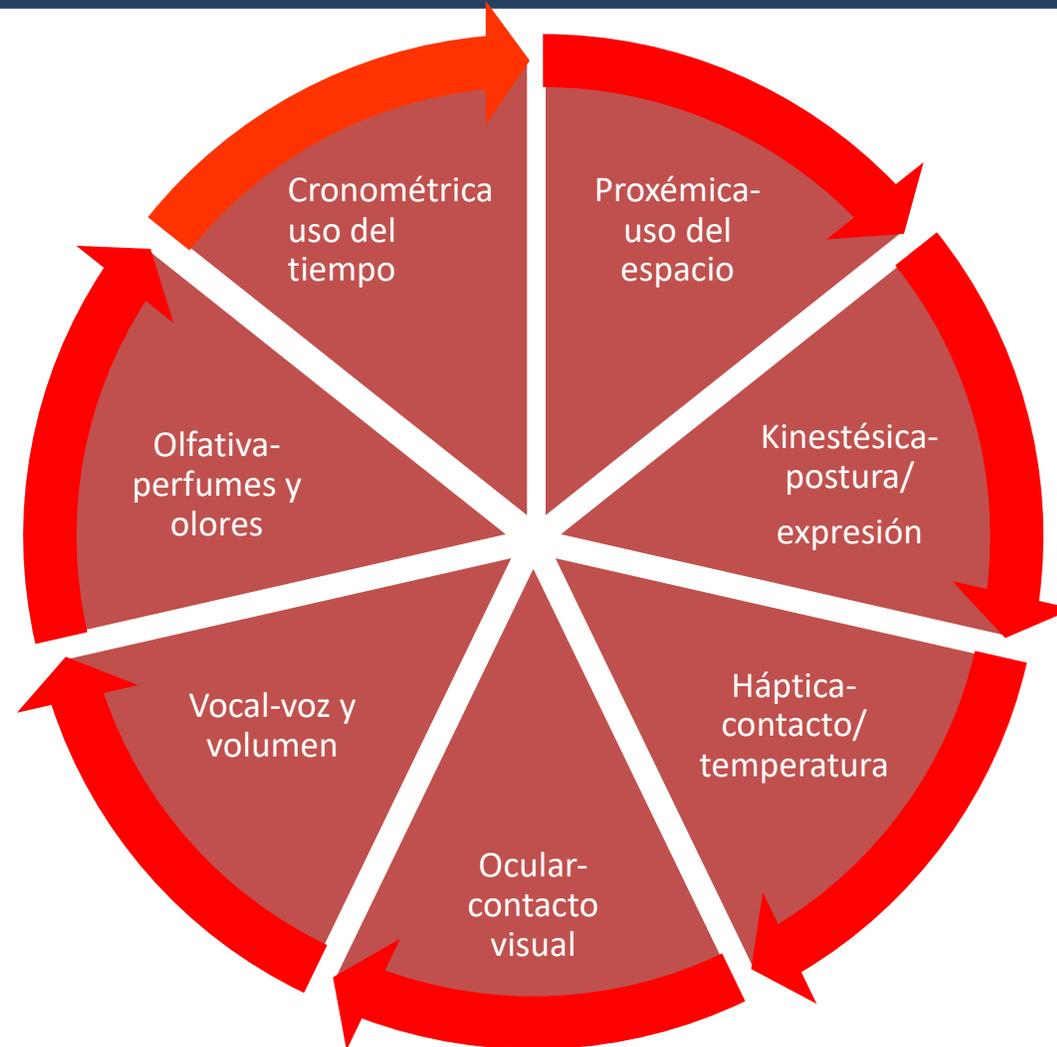
1. Comunicación Efectiva



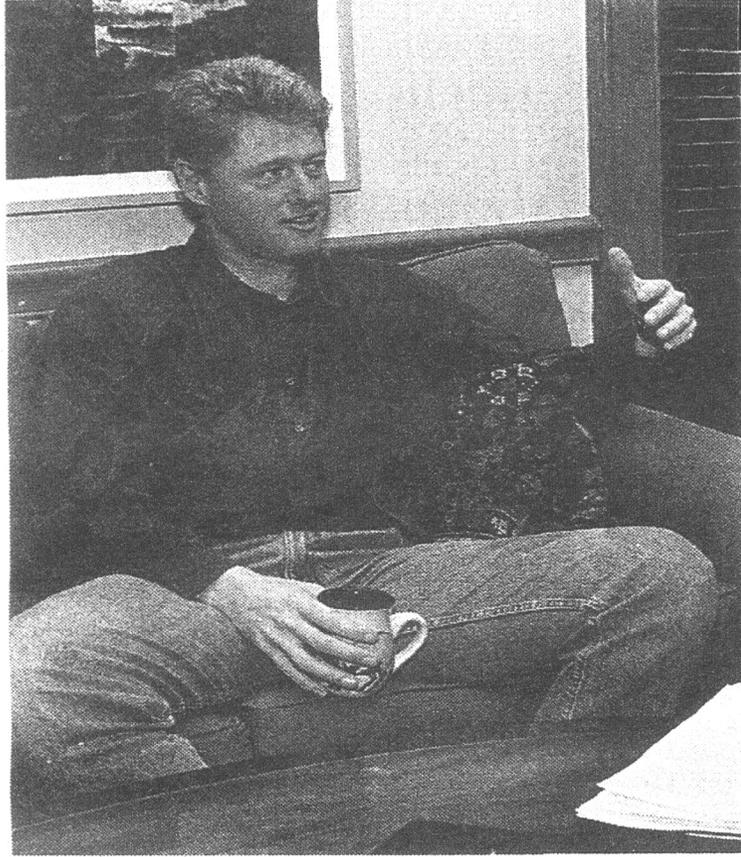
1. Comunicación Efectiva



COMUNICACIÓN: FACTORES CLAVE



Jeff Mitchell (Reuters / Bettmann)



U.S.'s President Clinton



M. Delluc / L'expansion

France's former Prime Minister Balladur



Bush ve Chirac, Irak savaşı nedeniyle neredeyse husumet gelen ilişkileri konusunda son derece sıcak mesajlar verdiler ve samimi davrandılar. Hatta Bush, Chirac'a "Jacques" diye hitap etti.

CAUSALES DE INCOMUNICACIÓN

- FALTA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO
- FALTA DE ENTENDIMIENTO DE LAS PRIORIDADES U OBJETIVOS
- FALTA DE ESCUCHA ACTIVA
- FALTA DE COMPRENSIÓN E INCAPACIDAD DE REPREGUNTAR
- EXCESO DE PREJUICIOS O IDEAS PRECONCEBIDAS
- FALTA DE ENTENDIMIENTO DE LAS NECESIDADES DE LA OTRA PERSONA
- FALTA DE ANÁLISIS Y ADELANTAMIENTO DE LA CONCLUSIONES
- FALTA DE ACTITUD
- FALTA DE INTERÉS POR CONOCER ALTERNATIVAS



**CINCO
PRINCIPIOS DE
LA
COMUNICACIÓN**

TODO LO QUE HACEMOS COMUNICA

LA FORMA EN QUE COMIENZA EL MENSAJE
MUCHAS VECES DETERMINA EL RESULTADO

EL MEDIO AFECTA DIRECTAMENTE AL MENSAJE

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA ES LO COMPENDIDO
POR EL RECEPTOR, NO LO ENVIADO POR EL EMISOR

LA COMUNICACIÓN ES SIEMPRE BIDIRECCIONAL

SEIS CLAVES PARA LA COMUNICACIÓN

CLARA

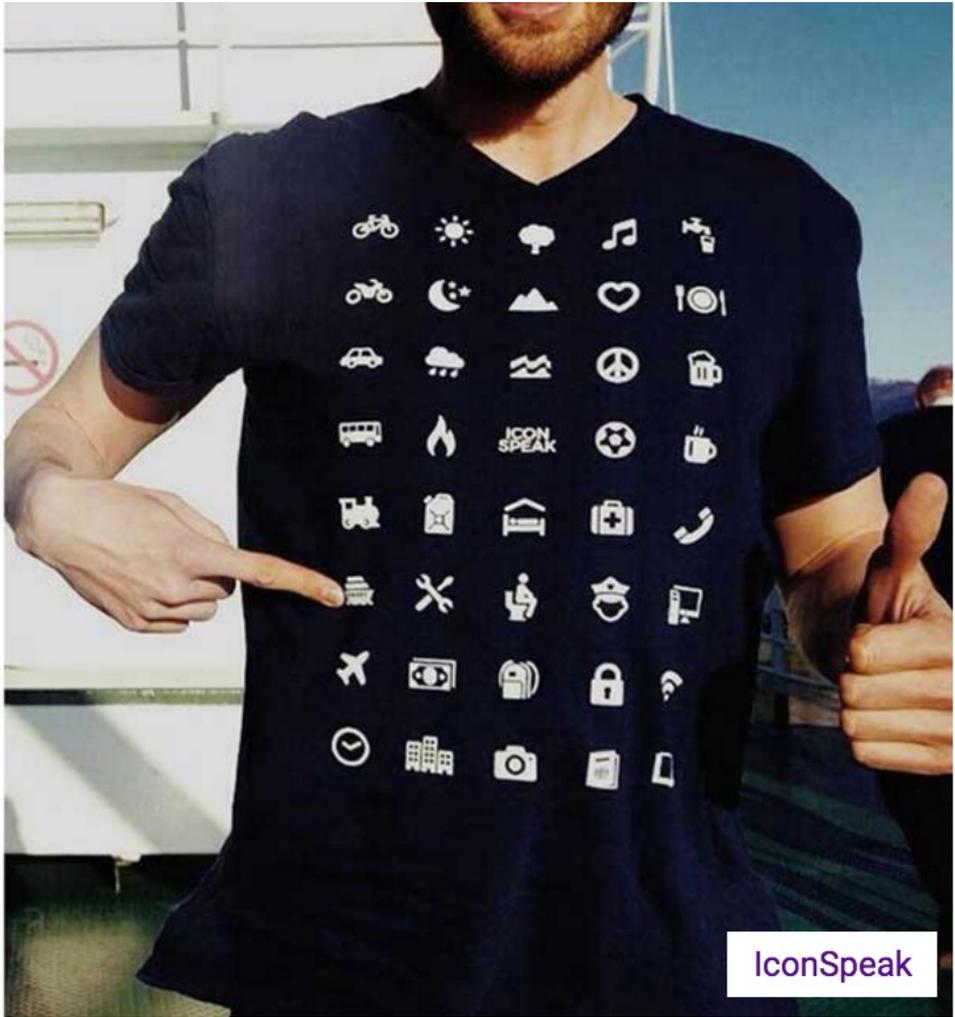
CONCISA

CORRECTA

COMPLETA

CORTÉS

CONCRETA





Una Presentación de



A.I.D.A.

Atracción

VISITA/TRÁFICO WEB

SEO

Interés

LEAD

SQL

CRO

Deseo

(CALIFICADO POR MARKETING)

+

ANALÍTICA

Acción

CONVERSIÓN

+

Automatizaciones

LEALTAD



MARKETING FUNNEL

1. IDENTIFICACIÓN DE
CLIENTES
POTENCIALES



2. SEGMENTACIÓN
DE CLIENTES

4. ESTABLECIMIENT
O DE OBJETIVOS



3. PERSONALIZACIÓN
DE MENSAJES Y
OFERTAS

5. MAYOR
EFICIENCIA



6. MEDICIÓN DEL
RENDIMIENTO

8. DECISIONES
BASADAS EN DATOS



7. IDENTIFICACIÓN
DE CUELLOS DE
BOTELLA

9. AJUSTES Y
MEJORAS EN EL
CUSTOMER JOURNEY



10. PROYECCIÓN
DE CRECIMIENTO

11. GESTIÓN DEL
TIEMPO Y RECURSOS



12. MEJORA EN LA
COLABORACIÓN

13. COMPRENSIÓN DEL
CICLO DE VIDA DEL
CLIENTE



14. SEGUIMIENTO
EFECTIVO