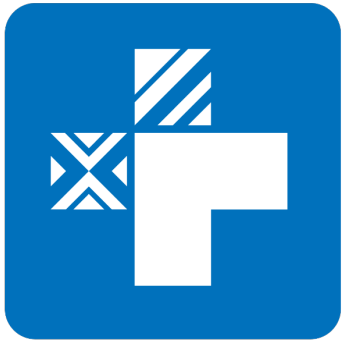




# Colombia+ Competitiva

Cooperación suiza para la competitividad

## Programa general de fortalecimiento de capacidades Módulo 2: Habilidades y Herramientas de Comunicación y Divulgación



# Fortalecimiento de Capacidades

## Agenda del Modulo 2

1. Objetivo
2. Estrategia de Comunicación
3. El embudo de conversión
4. Operacionalización del embudo
5. Estrategias de Cooperación
6. *Elevator Pitch*



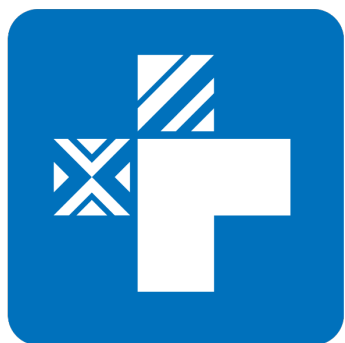
Sesión 1

Sesión 2



# ***Objetivo de Aprendizaje***

- Los participantes estarán capacitados para emplear efectivamente diversas habilidades y herramientas de comunicación y divulgación en proyectos.
- Aprenderán a desarrollar estrategias de comunicación claras, utilizar plataformas adecuadas, crear mensajes impactantes, y gestionar la comunicación interna y externa, incluyendo situaciones de crisis y feedback, para asegurar el éxito del proyecto



**Fortalecimiento  
de Capacidades**

**TEST DE ENTRADA**





**INTENCIÓN!!!**



# Coordinar

- Grandes números
- Rápido y eficiente
- A distancia
- Multiplicable

# Lograr

- Un objetivo: INTENCIÓN
- Medible
- Aspiracional
- De pertenencia

*-Yuval Noah Harari*



¡Hasta mi alma es del Sport Club Recife!

SOL



Colombia+  
Competitiva

Cooperación suiza para la competitividad

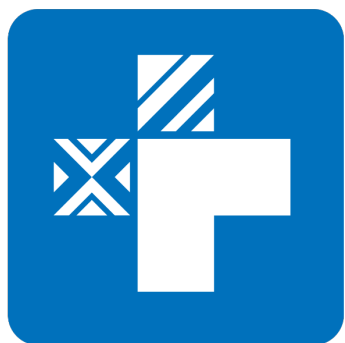


## Social Currency

“Descubrimos que el *social currency* (o poder comunicacional) no se trata solo de conversación, rumores o comunidad. Es todo esto y mucho más.”

*-Vivaldi Partners*





# Fortalecimiento de Capacidades



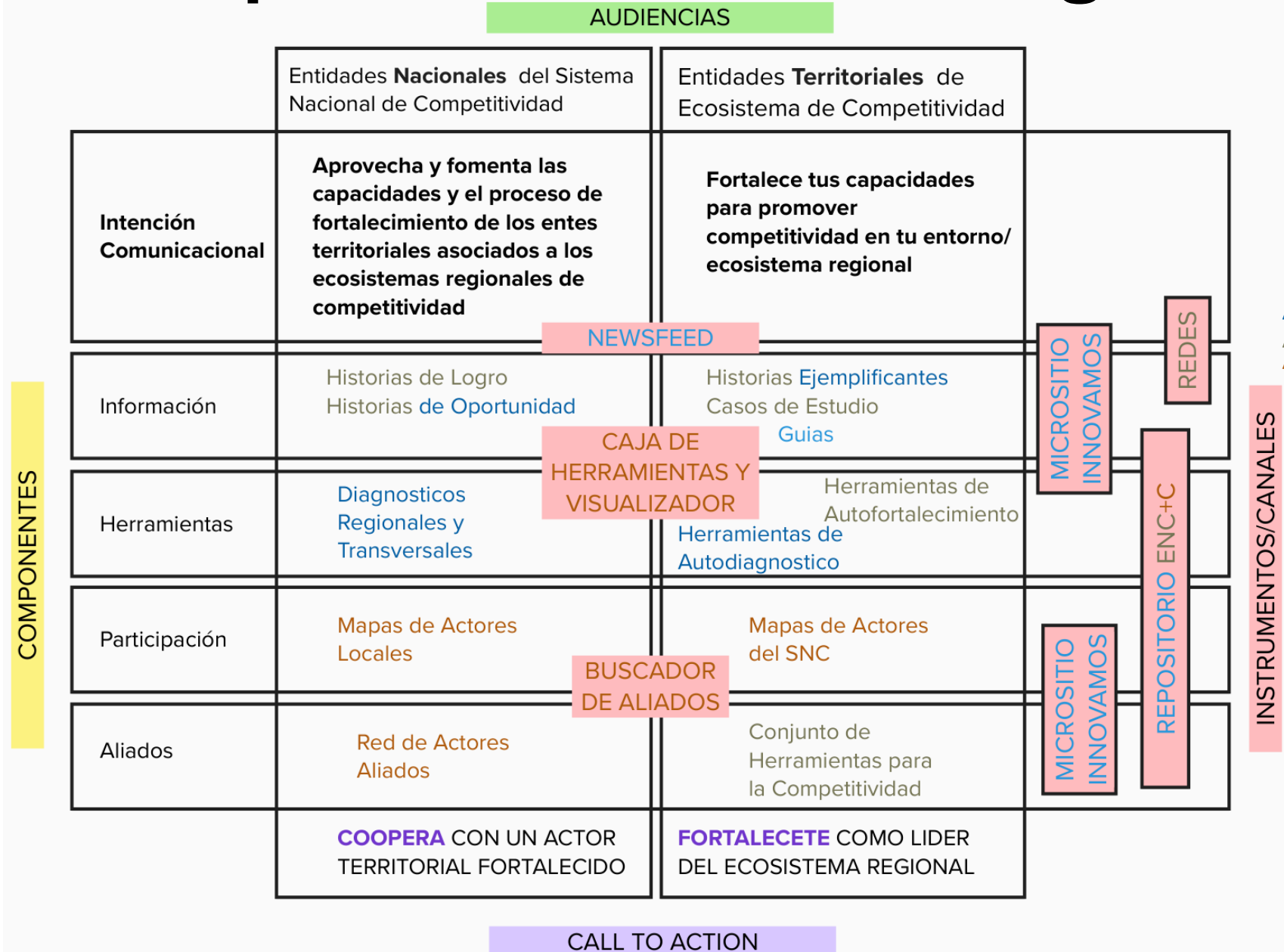


# LA ESTRATEGIA



# Componentes de la Estrategia

- Intención
- Mensaje de Aspiración
- Audiencias
  - Claves para Impacto
  - Validadores
  - Rituales
- Call to Action
- Embudo de Conversión
  - TOFU
  - MOFU
  - BOFU
- Canales
- Instrumentos
- Métricas





Intención  
Mensaje de Aspiración

Audiencias

Claves para  
Impacto

Validadores

Rituales

*Call to Action*

Embudo de Conversión

TOFU

MOFU

BOFU

Canales

Instrumentos

Métricas

# La Clave ACME

AUDIENCIAS →

- Demografía
- Territorialidad
- Gustos
- Comportamientos
- Relaciones sociales
- Ritos aceptados
- Miedos
- Expectativas

CLAVES →

- Determinantes de comportamiento
- Validadores
- Influenciadores

MENSAJES →

- Canales
- Instrumentos
- Tono
- Arquitectura
- Temporalidad

EFFECTOS →

- Cambio
- Durable\*
- Medible
- A mi favor



Intención  
Mensaje de  
Aspiración  
Audiencias

Claves para Impacto  
Validadores

Rituales

---

*Call to Action*

Embudo de Conversión

TOFU

MOFU

BOFU

Canales

Instrumentos

Métricas

# AMP: La Clave Harari

## ASPIRACIÓN

¿Por qué quiero coordinar?

## MULTIPLICACIÓN

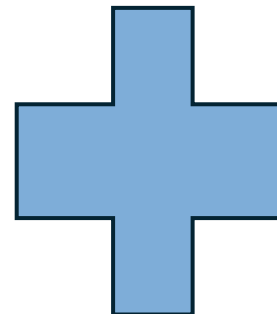
¿Cómo lograr grandes números?

## PERTENENCIA

¿Qué me hace ser parte del grupo?

## Coordinar

- Grandes números
- Rápido y eficiente
- A distancia
- Multiplicable



## Lograr

- Un objetivo: INTENCIÓN
- Medible
- Aspiracional
- De pertenencia



# LA OPERACIONALIZACIÓN



# FOCO

- Intención
- Audiencia
- Repetición
- Redundancia

# VIRALIZACIÓN

- Adaptable
- Apropiable
- Multiplicable
- Eficiente para su transmisión



Intención  
Mensaje de Aspiración

Audiencias  
Claves para Impacto  
Validadores  
Rituales

---

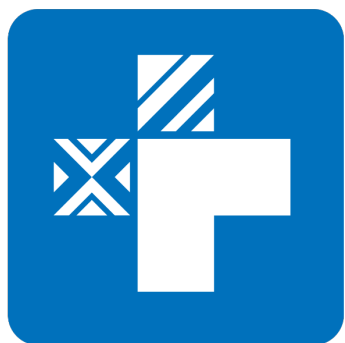
## *Call to Action*

Embudo de Conversión  
TOFU  
MOFU  
BOFU  
Canales  
Instrumentos  
Métricas

# ***Call to Action: Operacionalizando ACME***

1. ¿Qué quiero que haga quién?
2. ¿Cuándo quiero que lo haga?
3. ¿Cómo induzco a que lo haga?
4. ¿Qué le doy a cambio?
5. ¿Cómo sé que lo está haciendo?
6. ¿Cómo logro que lo repita o lo transfiera a alguien más?





## Fortalecimiento de Capacidades





# Embudo de Conversión

Claves para Impacto

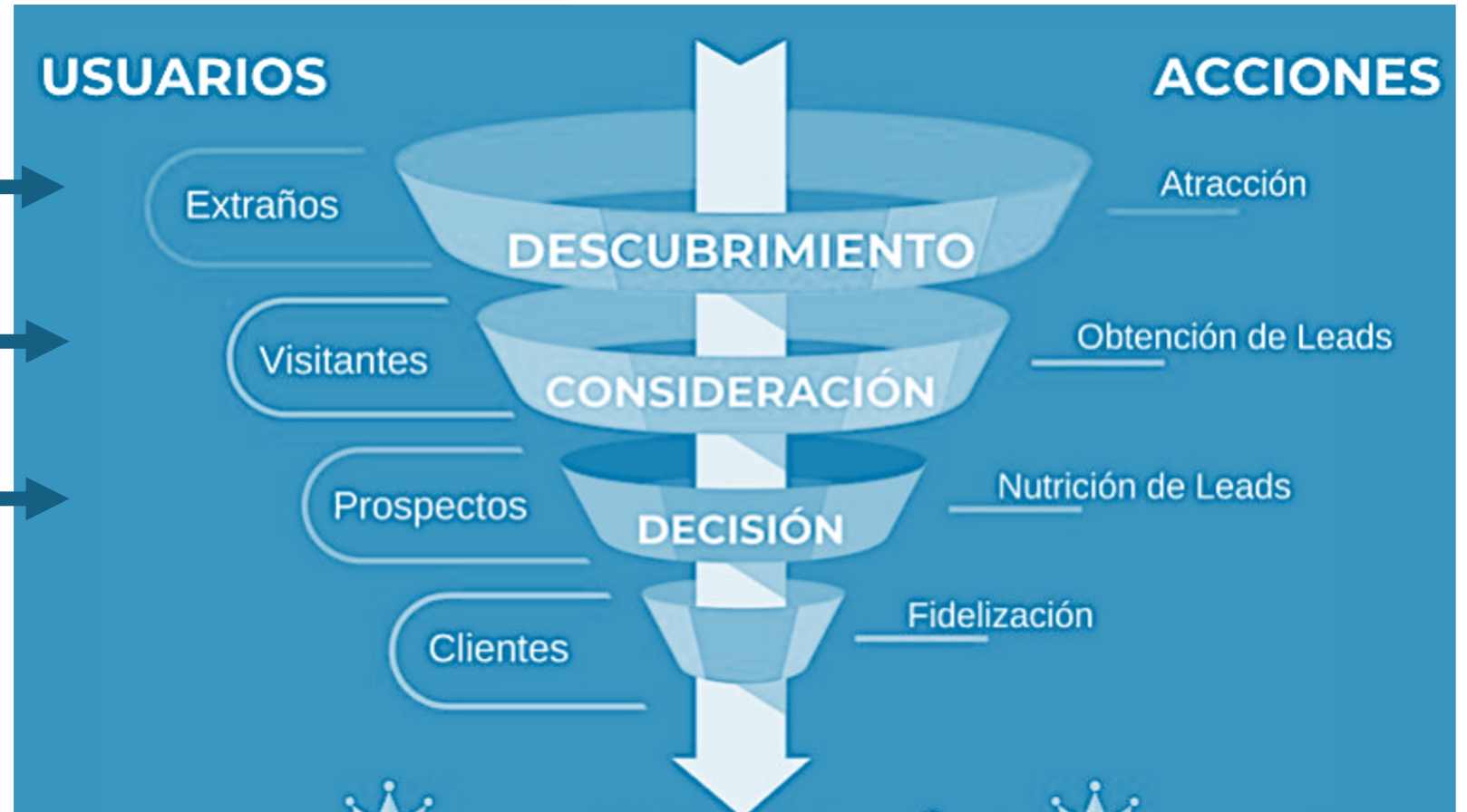
Intención  
Mensaje de Aspiración  
*Call to Action*  
Audiencias  
Embudo de Conversión

TOFU

MOFU

BOFU

Canales  
Instrumentos  
Métricas

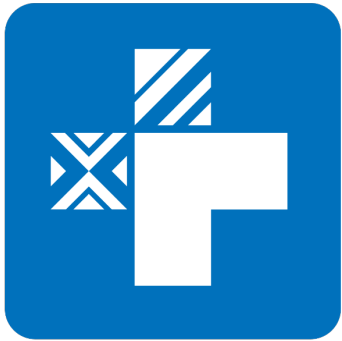




Intención  
Mensaje de Aspiración  
Audiencias  
Claves para Impacto  
Validadores  
Rituales  
*Call to Action*  
Embudo de Conversión  
TOFU  
MOFU  
BOFU  
Canales  
Instrumentos  
Métricas

# ***AMP: Operacionalizando Harari Validadores, Rituales y Tokens***

1. ¿Quién lo autoriza a pertenecer?
2. ¿Cómo entra a ser parte del grupo?
3. ¿Qué lo distingue “físicamente”?
4. ¿Cómo se puede transferir esa pertenencia a otros?



# Fortalecimiento de Capacidades

## EJERCICIO PRACTICO

- ¿Cuál es mi intención?
- ¿Quién es mi audiencia?
- ¿Qué efecto quiero causar en ella?
- ¿Qué le tengo que decir para causar ese efecto?
- ¿Por qué canal/instrumento es la forma mas eficiente/efectiva de decirle el mensaje?
- ¿Cómo me doy cuenta que logre mi intención?



¿Cuál es mi  
**INTENCIÓN?**



# La Clave ACME

AUDIENCIAS →

- Demografía
- Territorialidad
- Gustos
- Comportamientos
- Relaciones sociales
- Ritos aceptados
- Miedos
- Expectativas

CLAVES →

- Determinantes de comportamiento
- Validadores
- Influenciadores

MENSAJES →

- Canales
- Instrumentos
- Tono
- Arquitectura
- Temporalidad

EFFECTOS →

- Cambio
- Durable\*
- Medible
- A mi favor

UN REPASO...



# La Clave ACME

AUDIENCIAS



CLAVES



MENSAJES



EFFECTOS



# GRACIAS

---

Rafa Villa | Technopolis Group

