

Curso de formación

Comunicación eficaz

Formación

Una comunicación deficiente puede llevarnos a un mal resultado o una estrategia equivocada en nuestras acciones de marketing, ventas o en las relaciones entre profesionales.

Por ello, para alcanzar el mayor éxito profesional, es imprescindible contar con una buena capacidad de comunicación. Responsables de marketing, ventas, directivos, responsables de producto... necesitan dominar la comunicación, tanto en las relaciones sociales como en las profesionales y, para conseguirlo, es necesario tener conocimientos tanto de la comunicación verbal como de la no verbal, además de las técnicas y estrategias básicas de la comunicación.

Hablar en público no es fácil y cuando se presenta esta oportunidad no se debe desaprovechar por falta de conocimientos. Con este curso aprenderemos las técnicas y estrategias básicas para una **COMUNICACIÓN EFICAZ**.



Objetivos

El Curso de “Técnicas de Comunicación Eficaz” tiene como objetivos facilitar los conocimientos básicos de la oratoria moderna, adiestrar en el vencimiento del miedo escénico y en la elaboración de discursos para que éstos resulten entretenidos, interesantes y persuasivos.

Para ello se tendrá en cuenta que hay que:

1. Dotar a los participantes del conocimiento teórico y las habilidades prácticas para realizar presentaciones, discursos públicos, moderación de mesas redondas o debates.
2. Profundizar en las herramientas de la oratoria de forma que los mensajes que se quieren transmitir sean aquellos que realmente recibe el público.
3. Dotar a los participantes de herramientas de inteligencia emocional para aplicar tanto a sus presentaciones con grandes grupos como en pequeñas reuniones de trabajo.
4. Mejorar la eficacia de la comunicación en público mediante la realización de ejercicios prácticos y *roll play*.

Metodología

La metodología es, además de teórica, eminentemente práctica, de manera que los asistentes puedan ser capaces de hablar en público con eficacia y desarrollen el juicio crítico que les permita juzgar la calidad de las comunicaciones orales que reciben.

Durante el curso se aplican estrategias relacionadas con las técnicas más actuales y eficaces de la comunicación, como por ejemplo: cómo vencer y controlar el “miedo escénico” ante un discurso, tanto desde el punto de vista verbal como el de la comunicación no verbal; cómo dominar el arte de la conversación amena; aprender a escuchar y saber cómo responder; cómo compartir información a partir de las técnicas de revelación y retroalimentación; cómo llevar la comunicación en grupo; el dominio de la entrevista; el uso de la palabra para convencer y persuadir; así como otros muchos temas que puedan surgir a partir de las distintas intervenciones.



Una herramienta que, una vez aprendida,
se dará cuenta de que ha sido una excelente inversión.

Contenidos

A. UN ARMA INDISPENSABLE.

Necesidad de aprender a hablar en público. Presencia de la comunicación en el ámbito profesional. Ámbitos para la comunicación.

B. EXCUSAS Y DIFICULTADES.

La falta de inspiración como excusa. El problema de la timidez: trucos y recetas para vencerla. Superación del miedo escénico. Técnicas.

C. CÓMO PREPARAR LAS INTERVENCIONES.

La preparación remota. Cómo documentarse. La preparación próxima. El lugar. Micrófonos. Apuntes. Citas. Estadísticas. La importancia de las apariencias. El ensayo. Apoyo de medios audiovisuales.

D. LA ESTRUCTURA DE LOS DISCURSOS.

Cómo captar la atención del público. El equilibrio fondo y forma. Géneros y estilos. Qué es el interés y cómo despertarlo. La importancia de la novedad. Cómo actualizar un discurso. Estructura interna del discurso. Un buen comienzo. El control del tiempo.

E. COMUNICAR SIN PALABRAS.

Importancia de la comunicación no verbal: posturas, posiciones y movimientos. Las manos. El rostro. La mirada. La sonrisa. La importancia de la apariencia y el atuendo. La vehemencia y el entusiasmo.

F. GESTIÓN DE REUNIONES.

El control del tiempo. Resumen y decálogo de pautas básicas. Preguntas y respuestas. Observaciones del formador.



Temario

- Presentación.
- Introducción al curso.
- Hablar en público.
- Miedo a hablar en público.
- Preparación de la intervención.
- Estilo de la intervención.
- Público.
- Lugar de la intervención.
- Duración de la intervención.
- Discurso.
- Idea clave.
- Introducción.
- Desarrollo.
- Conclusión.
- Ensayo.
- Día del acto.
- Intervención.
- Voz.
- Lenguaje.
- Mirada.
- Lenguaje corporal.
- Imagen.
- Medios de apoyo visual.
- Fichas de apoyo.
- Captar la atención del público.
- Flexibilidad e improvisación.
- Reacción del público.
- Situaciones difíciles.
- Preguntas y respuestas.
- Críticas.
- Observaciones Sr. Corrales.

Estructura

La estructura y contenidos del curso se establece en función de las necesidades de cada cliente, para lo que será necesario una reunión previa y conocer el perfil de los asistentes. El curso básico es de aproximadamente ocho horas y tiene una orientación esencialmente práctica, por lo que se recomienda no superar los siete u ocho participantes.

Es indispensable, para el desarrollo eficaz del curso, que los asistentes constituyan grupos reducidos y, si es posible, homogéneos. Durante la sesión se trabajará en grupo y también de forma individual con cada uno de ellos para reforzar sus principales puntos de interés.

Formador



Humorista, maestro de ceremonias, actor, presentador, monologuista cómico, guionista, locutor de doblaje, columnista cómico, speaker, formador, conferenciante, coach y empresario: así es el Sr. Corrales. Un artista polifacético que consigue a través del humor el mayor impacto comunicativo.

Sus habilidades en el campo de la comunicación le permiten sortear las diferentes dificultades que se plantean al inicio de estos cursos como son la falta de motivación, la timidez, las dudas sobre su utilidad o sus habilidades. Personaliza la conferencia teniendo en cuenta el sector al que pertenecen los asistentes.

En definitiva, conseguirá una conferencia distinta, divertida y avalada por la experiencia de haber colaborado con las más importantes firmas nacionales e internacionales.

En la actualidad participa en todo tipo de eventos corporativos, tanto como hilo conductor (**maestro de ceremonias** presentando a los diferentes directivos, a los ponentes del acto), como de monologuista (**humorista**), y como **formador** (conferenciante y coach). Las más grandes empresas han confiado en su talento y en su exhaustivo conocimiento del medio empresarial: **AMSTEL, AUDI, BANCO SANTANDER, CEPESA, CIFF, COCA COLA, CRUZCAMPO, DHL, DISNEY, ENDESA, ERNST&YOUNG, FRIGO, GAS NATURAL FENOSA, HEINEKEN, MERCEDES BENZ, MOVISTAR, OLYMPUS, PEPSI, PFIZER, PHILIPS, PLAYTEX, PORSCHE, PULLMANTUR, RENAULT, REPSOL, RICOH, SIEMENS, VOCENTO, VODAFONE...**

Como **formador, coach y conferenciante**, entre otros cursos de formación destacan: *"Técnicas y trucos teatrales aplicados a la comunicación empresarial", "COMUNICA2", "YES, YOU CAN!", "MOTIVA2", "El liderazgo es cosa tuya", "Emprender, innovar... o morir", "INNOVA2", "Comunicación eficaz" y "Comunicación no-verbal"*, orientados a profesionales que tengan que dirigirse a una determinada audiencia.

Con esta extensa carrera profesional puede estar seguro de que la participación del Sr. Corrales no le defraudará.

Logística

El presupuesto del curso no incluye gastos de logística que quedan a la elección del cliente, como puede ser el alquiler de la sala donde se va a celebrar el curso, necesidades técnicas, el coffee-break, almuerzos, desplazamientos, etc. si bien desde Cena y Copa nos podemos hacer cargo de la organización de estos detalles previa aprobación por parte del cliente del correspondiente presupuesto.



Necesidades Técnicas

Las necesidades técnicas de la sala para un grupo de 8 personas.

Sala de 90 m² como mínimo para montar también los siguientes elementos:

- Tarima de aprox. 4x5 metros sobre la que se deben instalar los siguientes ítems:

- Mesa presidencial con dos puestos.
- Atril de pie.
- Micrófono inalámbrico con pie alto (sobre el suelo).
- Micrófono inalámbrico de solapa.
- Pie de micro para la mesa presidencial.
- Un par de altavoces autoamplificados. (La utilización de megafonía se utiliza a pesar de que no sea necesario para reproducir en lo posible los elementos con los que se va a tener que enfrentar el orador, su técnica y problemas habituales).
- Pantalla de proyección.
- Proyector de vídeo/data/PC.

