



EL ACTO DE EMPRESA COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

La motivación de los empleados de cualquier empresa, desde el equipo directivo hasta el último becario, depende directamente de muchos factores. Las características del puesto de trabajo, la retribución, el ambiente laboral, las posibilidades de promoción interna, etc. La actitud ante todos ellos depende, en gran medida, de un elemento de vital importancia, la información. La información puede justificar una política salarial, mejorar la relación entre el equipo o motivarlo para la consecución de objetivos empresariales de primer orden.

El acto de empresa, el evento especial, el Marketing event, o como prefiera llamarlo, no es más que un medio alternativo de comunicación con unas características específicas que lo hacen especialmente eficaz cuando se persiguen determinados objetivos.

Su principal virtud es el directo, lo que permite una comunicación en vivo, cara a cara con nuestro público objetivo y eso, de entrada, ya es mucho.

Si bien es cierto que por ser precisamente en directo su coste por impacto es muy alto, no es menos cierto que para objetivos donde el público es limitado su eficacia lo convierte, en muchos casos, en el medio de comunicación más adecuado. Pero hay que saber aprovecharlo.

El carácter singular, único e irrepetible de un evento en vivo no proporciona una segunda oportunidad si se ha fallado en la primera. Estamos en directo, nuestros interlocutores están atentos, cómodos, nos miran a los ojos y no tienen otra cosa que hacer que aquello que nosotros queramos que hagan. Que cumplamos o no con nuestros objetivos es sólo responsabilidad nuestra.

Sólo con una clara voluntad de conectar con nuestro público y con unos objetivos claros y alcanzables podremos enfrentarnos a la organización de un acto eficaz.

Debemos conocer bien a nuestra audiencia, al equipo de personas sobre el que queremos influir, sus códigos, su cultura, sus perfiles personales y profesionales, sus valores. Sólo así podremos comunicarnos en el mismo idioma, sólo así podremos conectar con su cerebro y, porque no, con su corazón. Pero ¡mucho cuidado!, estoy hablando de comunicación, de motivación, de influir en las actitudes de las personas, pero nunca de manipularlas. Ser honestos, es también una de las claves del éxito de un evento.

Hay muchas formas de transmitir información y es ahí donde debemos rompernos la cabeza para ser creativos, para ser notorios, para mantener permanentemente el más alto nivel de atención de nuestra audiencia. Si nunca debemos mentir, nunca debemos tampoco adornar demasiado la información, no vaya a ser que el envoltorio sea más atractivo que el contenido y se nos distraiga la audiencia. Ello no significa que debamos renunciar a tantos medios técnicos y humanos como sean necesarios, para eso están, pero no debemos ni sobredimensionar un evento ni pretender organizar un acto sin los medios suficientes, ¡nos podría explotar en las manos!

Organizar un acto no es difícil es complicado, que no es lo mismo. Intervienen infinidad de elementos y todos convergen en un mismo punto, el evento. No es difícil, es cierto, pero tampoco es fácil, si lo fuera los que trabajamos en esto tendríamos poco futuro. Las grandes claves de la organización de un acto son sencillas, lo complicado, es su gestión, su planificación. Conocer los pequeños trucos que facilitan la comunicación en vivo, tener la capacidad creativa y organizativa para prepararlo y conocer los últimos medios técnicos disponibles pueden hacer que, año tras año ...



#04.5 OTROS ARTÍCULOS SOBRE EVENTOS

../. sigamos sorprendiendo a nuestra audiencia con diferentes formas de decir cosas, a veces diferentes y a veces no tanto.

Por lo demás, con ilusión, ganas, mucha dedicación, tiempo y el presupuesto justo, cualquiera con un mínimo de sentido común puede organizar un acto. Grandes eventos se iniciaron con poco más que una idea clara, un papel en blanco y un teléfono, no es sencillo pero algunos, ya hace años, empezamos así. O casi.

Raimond Torrents Fernández

