

**"Relaciones Públicas -
Comunicación Estratégica y
Eventos"**

Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

- ▶ **Presidente de REDIRP: Red Iberoamericana de RR.PP.**
- ▶ **Rector del ILCE**
- ▶ **CEO de ADIG Antonio Di Génova Group.**
- ▶ **Autor:**

FORO COLONIA
Eventos, Reuniones y Gestión Estratégica

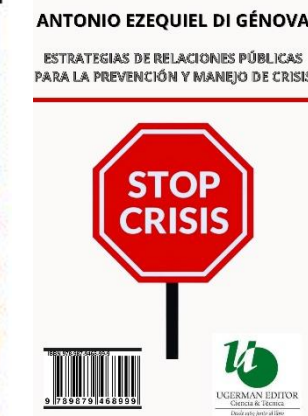
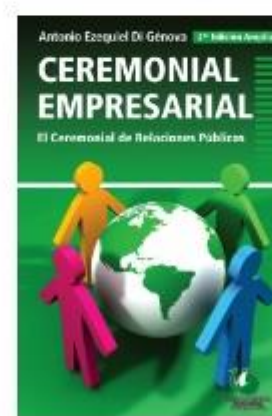
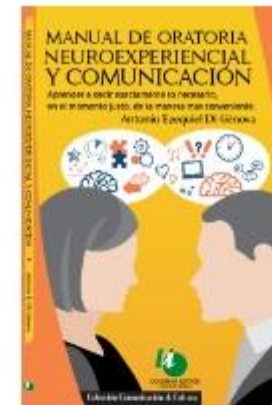
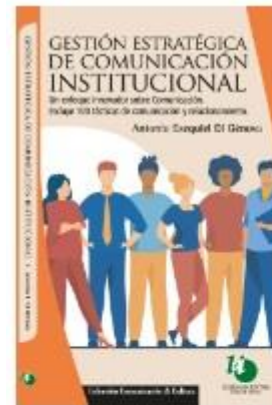
SPEAKER INVITADO INTERNACIONAL

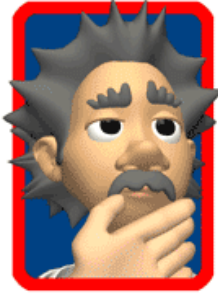
Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova
Presidente Red Iberoamericana de RR.PP.

- www.redirp.com
- CEO ADIG – Consultores
- www.antoniodigenova.com.ar

Organizador de:

- ▶ Cumbre Latinoamericana de Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica. www.cumbrelrpp.com.ar
- ▶ Autor de 9 libros de texto vinculados con **Relaciones Públicas, Comunicación Estratégica, Eventos y Crisis.**





REFLEXIONES

- ✓ CRISIS DE CONFIANZA
- ✓ FIN DE LA ERA DE LA IMPOSICIÓN DE LA PERSUASIÓN PUBLICITARIA
- ✓ PRINCIPIO DE LA ERA DE LA COMUNICACIÓN COGNITIVA
- ✓ LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA, DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DE ATRACCIÓN O ENTRANTES Y DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Las 5 claves críticas para una gestión exitosa de Relaciones Públicas



1: Aprendizaje

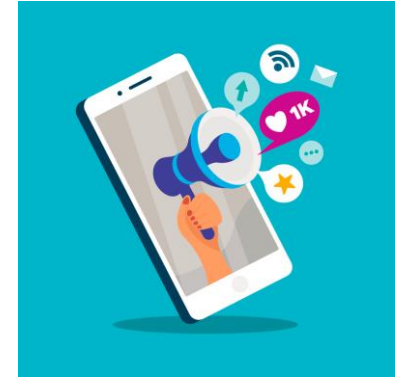
2: Metas

3. Intuición

4: Conexiones

5: Evitar la negación

Definición de Comunicación Estratégica



“La comunicación estratégica es el proceso mediante el cual, una vez definida una estrategia global de la empresa o institución, se identifican aspectos claves de la gestión informativa y relacional para con los públicos internos y externos; y una vez analizados y contextualizados, se establecen criterios de orden general (que conforman lo que denominamos: **Núcleo Estratégico Comunicacional**) que guiarán las acciones de comunicación de todas las áreas de la organización”.



Cómo y dónde opera la Comunicación Estratégica

La Comunicación Estratégica sólo es posible en organizaciones que hayan alcanzado cierto grado de madurez en su desarrollo profesional.

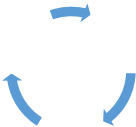
Como ecosistema axiológico y como un modelo de comunicación integrado, opera en el marco de un área delimitada por tres vértices: Identidad (Personalidad), Imagen Proyectada e Imagen Percibida. La sinergia de estos tres factores produce un “capital simbólico”, que no es más ni menos que el reconocimiento del capital económico y cultural de las Instituciones.

Mapa de las Relaciones Públicas y la Comunicación Estratégica



**Identidad
A. I. C.
Personalidad**

**Imagen Proyectada:
Física – Conceptual e Institucional**



+

**Imagen Global Percibida por
de los Stakeholders:
Reputación Corporativa**

=

**Capital Simbólico /
Activo Inmaterial /
Activos Comunicacionales**

M
A
P
A



Diferencias entre el Marketing, Relaciones Públicas y Eventos

El Marketing aporta feedback o bidireccionalidad, con el afán de mantener el control de la comunicación



COMUNICACIÓN = INFORMACIÓN + INFLUENCIA + VENTA + POSVENTA

“El Marketing hace que una organización se sostenga o crezca”

Las Relaciones Públicas promueven el diálogo y la comprensión de los públicos Internos y Externos.



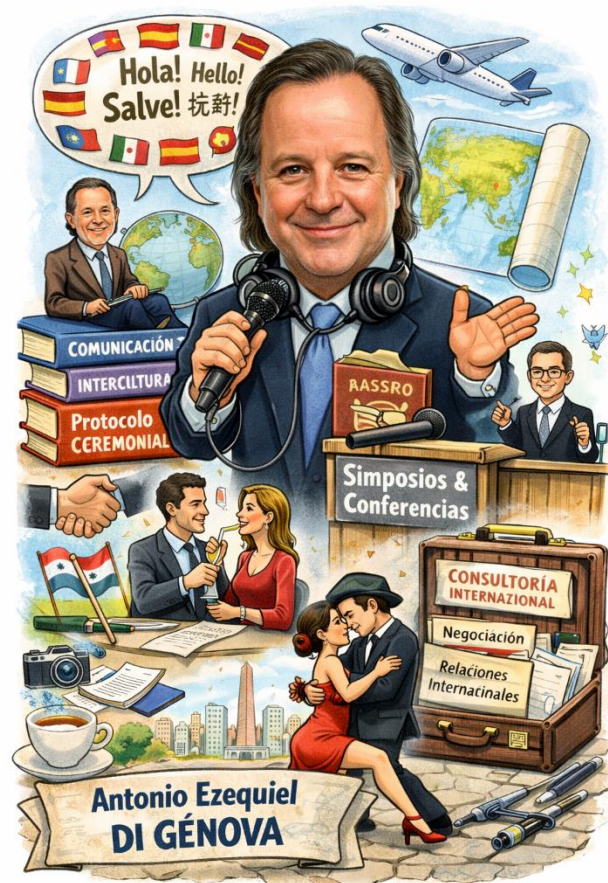
COMUNICACIÓN = INFORMACIÓN + INTERINFLUENCIA + PERCEPCIÓN INTERNA

“Las Relaciones Públicas hacen que una organización se desarrolle y sea sustentable”.

Los Eventos promueven la cercanía y la calidez comunicacional

COMUNICACIÓN = VIVENCIA + INTERACCIÓN + FIDELIZACIÓN

“Un Evento es una experiencia diseñada para generar impacto, conectar emociones y transmitir un mensaje significativo en un momento único e irrepetible.”



Mgter. Antonio E. Di Génova

E-mail: info@antoniodigenova.com

Móvil: +54-911-5595-9511

www.redirp.com