

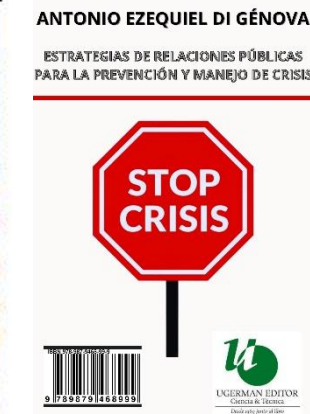
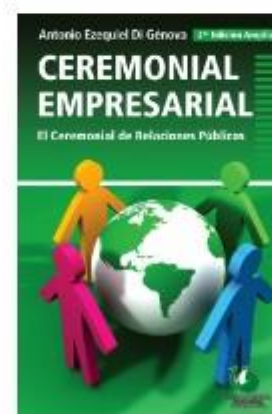
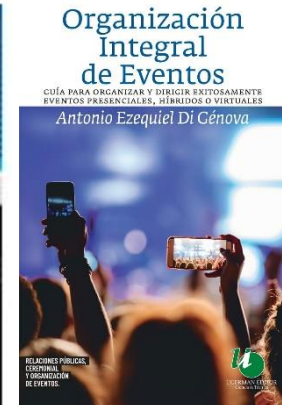
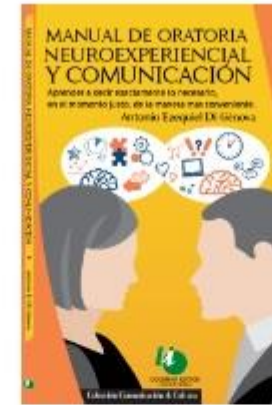
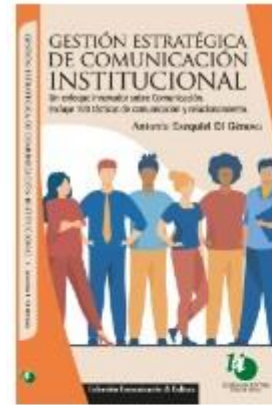
Mgter. Antonio Ezequiel Di Génova

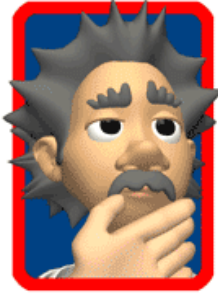
*“Los Eventos como herramienta
de Comunicación y Marketing”*

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



4 y 5 de septiembre • Buenos Aires • Argentina





REFLEXIONES

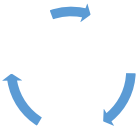
- ✓ CRISIS DE CONFIANZA
- ✓ FIN DE LA ERA DE LA IMPOSICIÓN DE LA PERSUASIÓN PUBLICITARIA
- ✓ PRINCIPIO DE LA ERA DE LA COMUNICACIÓN COGNITIVA
- ✓ LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA, DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DE ATRACCIÓN O ENTRANTES Y DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Mapa de las Relaciones Públicas



**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.”

Nada de lo que pueda salir bien saldrá bien, si no lo gestionamos adecuadamente.

Todo lo que pueda salir mal saldrá mal, si no lo evitamos a tiempo.



Históricamente el Organizador de Eventos ha sido un idóneo.

Ensayo y Error:
hit-and-miss.

OPE: Organizador Profesional de Eventos

- ✓ Visión entrepreneur y transdisciplinar
- ✓ Capacidad de Liderar y trabajar en equipo
- ✓ Planificación estratégica.
- ✓ Personalidad proactiva.
- ✓ Experiencia.
- ✓ Creatividad.

QUÉ PUEDE SALIR MAL

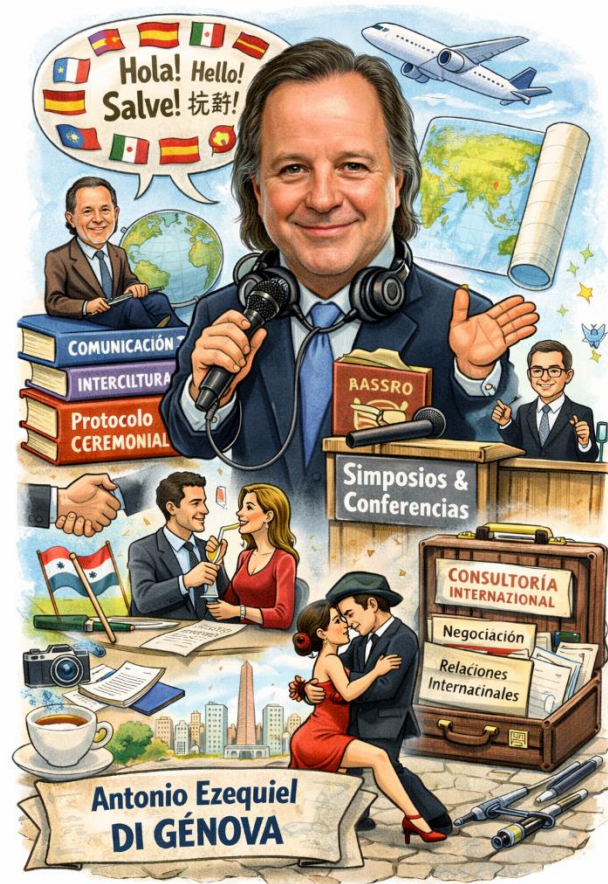
FACTORES INTRÍNSECOS:

- Inconvenientes a la hora de integrar el presupuesto pautado para la realización del Evento.
- Falta de participación o coordinación de los distintos estamentos involucrados en el Evento.
- Deficiencias en la recolección de información previa a la toma de decisiones.
- Malas interpretaciones de los datos obtenidos en la investigación.
- Planteo de metas que no se ajustan a las reales potencialidades del Evento.
- Conformación de un equipo de trabajo desbalanceado o incompleto.
- Indebida selección de herramientas tácticas para la implementación del proyecto.
- Errores en la ejecución de las acciones previstas.
- Falta de controles eficientes para detectar desvíos o inconsistencias del plan de trabajo.
- Evaluaciones parciales o incompletas.

QUÉ PUEDE SALIR MAL

FACTORES EXTRÍNSECOS:

- Deterioro de la situación general del contexto en el que se desarrolla el negocio, atribuible a decisiones políticas, gubernamentales o emergencias sanitarias.
- Cambio de las condiciones de contratación de servicios que por lo general llevan a planteamientos judiciales.
- Reconversiones o redefiniciones del contexto competitivo a partir de fusiones, ingreso de nuevos actores al mercado.
- Cambio de reglas o marcos legales o administrativos vigentes al momento de la planificación del Evento.
- Hechos conmocionantes o críticos de orden social o político.
- Degradación del clima de negocios o declinación del índice de expectativas de un grupo de personas en particular al que va orientado el Evento o de la sociedad en general.
- Pérdida del poder adquisitivo del target al que apuntamos.



Mgter. Antonio E. Di Génova

E-mail: info@antoniodigenova.com

Móvil: +54-911-5595-9511

www.redirp.com