3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Profesor: Juan Camilo Vanegas Quintero



La Memoria

La memoria a corto plazo:

- **El mensaje debe entrar primero a la memoria de corto plazo.**
- **Para pasar a la memoria de largo plazo depende de la cantidad, la repetición y los significados de la información de una forma que trae pensamientos relacionados de la memoria a largo plazo del receptor a su memoria a corto plazo.**

La memoria a largo plazo:

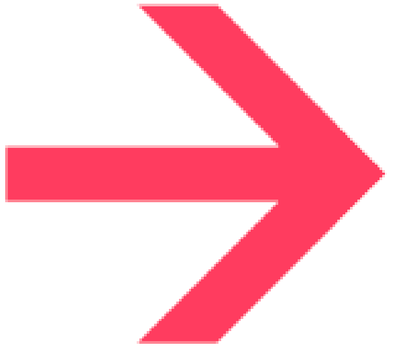
- **Contiene toda la información que se ha procesado.**
- **Cuando entra en la memoria a largo plazo del receptor, el mensaje puede modificar sus creencias y sus actitudes.**

CONSTRUCCIÓN DE MENSAJE

UN PROCESO DE DOS PASOS

1

- Definir cuál es la idea (MENSAJE) que se quiere que sus audiencias reciban recuerden y repitan.
- Esta idea (MENSAJE) es la que debe responder directamente a los objetivos planteados. Si no ayuda a cumplirlos, NO sirve.
- El foco está en las audiencias.



2

- Construir los **contenidos** que logren transmitir esa idea (MENSAJE), con diferentes lenguajes y diferentes formatos.
- Es dejar siempre la misma idea, pero con palabras, ejemplos, contenidos y lenguajes distintos. Sistematicidad.
- El foco está en la producción creativa, atractiva y oportuna de contenidos.

MENSAJE

CARACTERÍSTICAS

CORTO Y CONCISO	Si no se puede explicar en un ascensor, no sirve.
SENCILLO	Toda persona debe entenderlo
DIRECTO	Debe mostrar su objetivo sin rodeos
CONSISTENTE	Cuando se repita no debe perder valor - Se debe repetir todo el tiempo
COHERENTE	Debe estar alienado con la forma en que las audiencias entienden el mundo

"No es lo que dices, es lo que la gente escucha"



Frank Luntz

El MENSAJE debe ser:

- Simple.
- Claro.
- Interesante.
- Repetitivo.
- Emotivo
- Coherente

Para dar a conocer los puntos principales a la audiencia.

El objetivo es que el mensaje entre en la memoria a largo plazo del receptor.

PERSUACIÓN

TRIÁNGULO DE LA RETÓRICA

