

# COMUNICACIÓN EXTERNA:

## Mensajes, herramientas, aliados y un toque de magia

JUEVES, 4 DE NOVIEMBRE DE 2021  
10 A 14 HORAS

### CONTENIDO

#### **1. COMUNICACIÓN EXTERNA. PREPARANDO EL PLAN DE COMUNICACIÓN**

- . La estrategia
- . Acciones de comunicación y tiempos. Qué comunicar, cuándo y por qué

#### **2. MENSAJES Y PORTAVOCES. EL ÉXITO DE LA COMUNICACIÓN**

- . Extraer mensajes en el entorno biotecnológico
- . La importancia del portavoz. Selección y formación

#### **3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

##### **A. Comunicación exterior en el entorno tradicional**

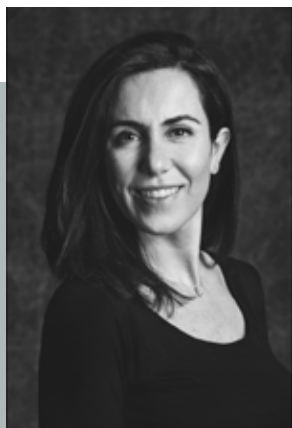
- . Revisión de los diferentes formatos
- . Cuándo utilizar cada uno
- . Cómo llamar la atención del público objetivo

##### **B. Cómo y qué comunicar hacia el exterior utilizando el medio digital**

- . Sector biotecnológico y RRSS: una combinación perfecta
- . Mix de canales y contenidos:
  - \_ ¿Cuáles son las redes más recomendadas y por qué?
  - \_ ¿Cuál es la mejor estrategia de contenidos en el sector de la biotecnología?
  - \_ Formatos de gran impacto
  - \_ Eligiendo al mejor público
  - \_ Constancia y dedicación
  - \_ Límites y riesgos
- . Campañas patrocinadas o pagadas: ¿son rentables?

#### **4. ALIADOS: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LOS STAKEHOLDERS Y LA AGENCIA. ¿CÓMO MANEJARLOS Y ENTENDERLOS?**

#### **5. LA MAGIA DE LA MEDICIÓN Y SU IMPACTO EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**



## **DIANA ZUGASTI REGOJO** **Directora de la división de corporativo y Relaciones Institucionales en BERBÉS**

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y máster en Transformación Digital.

Experta en comunicación con más de 15 años de experiencia en la gestión de reputación de marca para grandes corporaciones.

Ha trabajado siempre en agencias de comunicación, dedicando los últimos 10 años a la especialización en salud, llevando la imagen de laboratorios farmacéuticos, sociedades científicas, asociaciones de pacientes, hospitales, etc.

Durante este tiempo ha diseñado y ejecutado la planificación de comunicación de sus clientes, el lanzamiento de numerosos productos, la formación en portavocía, gestión de crisis sanitarias, y las relaciones institucionales necesarias para impulsar y conseguir los objetivos de negocio, entre otras acciones.

La reputación corporativa, la imagen de marca, la formación de portavoces, la transformación digital en comunicación y el liderazgo de equipos multidisciplinares son algunas de sus responsabilidades más destacadas.



## **YOLANDA RUIZ HERVÁS** **Experta en estrategia digital y colaboradora de BERBÉS**

Doctorada en Periodismo y máster en nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Tras muchos años trabajando en medios de comunicación dio el salto al sector de la empresa llevando gabinetes de comunicación, lo que le dio la oportunidad de trabajar para una tecnológica en un entorno internacional y desarrollar su experiencia digital. Desde hace más de 9 años, colabora con Berbés en el desarrollo y ejecución de estrategias digitales así como en formación. En este capítulo, Yolanda comenzó a impartirla en 1992 en la Universidad Complutense. Desde entonces, diferentes Universidades y Centros de Negocios han contando con su experiencia en el ámbito, sobre todo, de la comunicación digital. Igualmente, ha colaborado con la UE en el marco de la iniciativa Leonardo da Vinci de transferencia de Conocimiento, con la iniciativa Yuzz (Banesto y Santander), dando formación a emprendedores, y ha dirigido un Máster en Marketing Digital en los últimos años, en el que ha formado a más de 1.500 alumnos, entre otras iniciativas.