@DanTisch @ArgylePR

Copyright Daniel P. Tisch, 2018

argyle public relationships

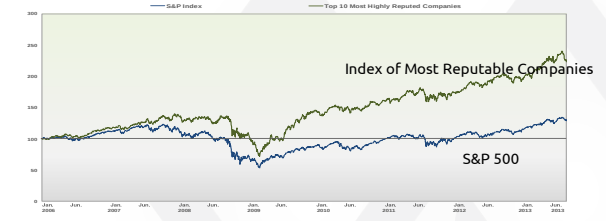
¿Cómo ganar la confianza en un mundo en el que no se puede confiar?

Las siete megatendencias que impactan las relaciones públicas

@DanTisch #ElevatePR

#1: El valor incremental de la reputación para el negocio

El valor de las compañías con mayor reputación se reduce menos durante una crisis, son más rentables y crecen más rápido.



Based on the daily stock values for Top 10 companies in US RepTrak™ Pulse rankings & S&P 500 Index values.
All Index Values show a percentage change from January 1, 2006.

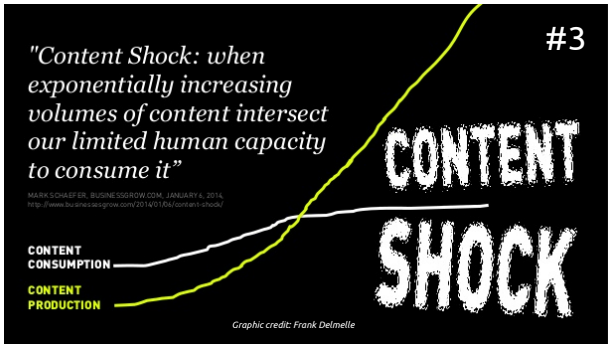
@DanTisch #ElevatePR

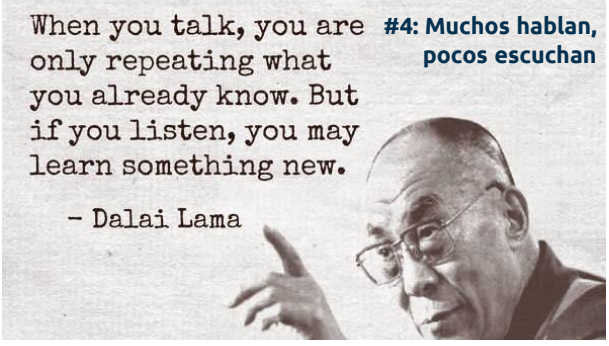
argyle public relationships

3

#2: La audiencia empoderada

Eventos que provocan movimientos sociales





#4: Muchos hablan, pocos escuchan

#5: Desintermediación, noticias falsas y el declive del periodismo

#6: Brecha entre la oportunidad y la confianza

@DanTisch #ElevatePR

argyle public relationships

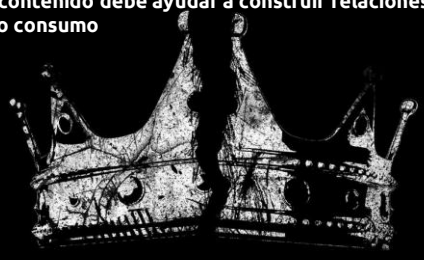
¿Porqué la aceptación de "fake news"?

Alto riesgo
Baja confianza
Audiencias Empoderadas
Periodismo desempoderado
Demasiado contenido
Baja capacidad para escuchar

#7: Llega la IA a las Relaciones Públicas

argyle public relationships

#1: El contenido debe ayudar a construir relaciones, no solo consumo



El punto crítico de un "CEO" no es el contenido.

Es la confianza, ganada mediante las relaciones.

¿El contenido es rey?
En realidad, las relaciones son la realeza.

Confianza = Valores + Acciones

El contenido puede reflejar valores pero no puede construir confianza.

@DanTisch #ElevatePR

#2: La alta gerencia está abierta a las R.P.

Source: Global Communications Report, USC Annenberg, 2018.

@DanTisch #ElevatePR

argyle public relationships

…y se requiere cambiar la forma de pensar

@DanTisch #ElevatePR

""Debemos aspirar a convertirnos no en líderes de las relaciones públicas en las organizaciones, sino en líderes de las organizaciones que vienen del campo de las relaciones públicas. Para convencer al CEO de que podemos liderar, primero debemos convencernos a nosotros mismos."

-- Guy Versailles, Montréal (Canadá)

@DanTisch #ElevatePR

Que tal si…

La cultura

- Preguntar
- Escuchar
- Intercambiar
- Reflejar
- Buscar retroalimentación
- Aplicar equidad

La arquitectura*

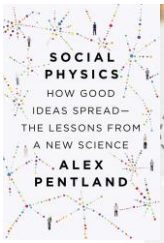
- Políticas
- Procesos
- Tecnologías
- Recursos
- Destrezas
- Reportar y aplicarlo a las decisiones

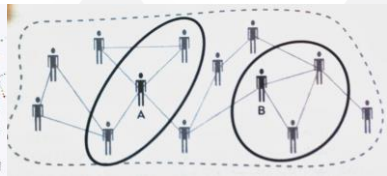
**Source: Macnamara*

¿Qué sentido tiene la transparencia sin el diálogo?

R.P. puede liderar la colaboración

#4: R.P. dirigido por datos





" Según la tecnología nos provee más datos sobre todo lo relacionado a nuestros públicos, las relaciones públicas deben estar presentes para entender en tiempo real y actuar al respecto." -- Kevin McCann, Halifax

Datos + percepciones = ventaja competitiva

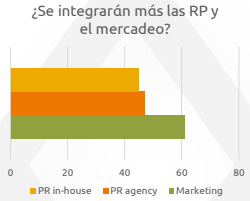
- Terry Flynn, McMaster University

R.P. tendrá mejores estrategas y analistas, pero menos técnicos

- Align communication with purpose & values
- Identify & address comms problems proactively
- Conduct research to underpin communication
- Communication across full range of platforms
- Facilitate relationships, build trust
- Build/enhance reputation
- Provide contextual intelligence
- Be a trusted advisor
- Offer organizational leadership
- Ethics in line with societal expectations
- Professional learning: self & others

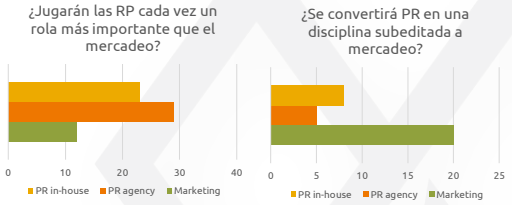
Source: Global Alliance, The Global Capabilities Project

#6. El Mercadeo se transforma más en R.P.



Source: Global Communication Report, USC Annenberg, 2017

#6. El Mercadeo se transforma más en R.P.



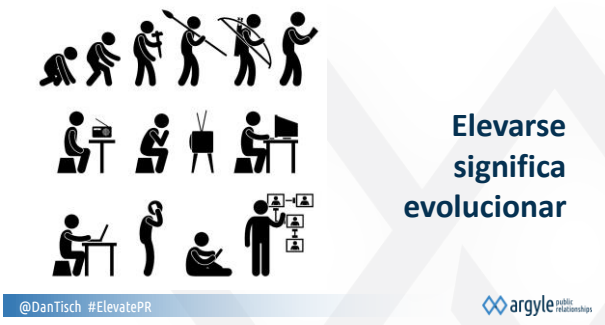
Source: Global Communication Report, USC Annenberg, 2017

El Mercadeo se transforma más en R.P.

Source: Global Communication Report, USC Annenberg, 2018.

Relaciones Públicas es el nuevo Mercadeo

Pero el Mercadeo no puede liderar las R.P.



"Te informaremos si necesitamos R.P. este año."

Postura de algunas organizaciones:

"Nos preocuparemos por las R.P. cuando tengamos que informar algo nuevo o si surge una crisis."

Pero los astutos piensan:

"Necesitamos una estrategia que refuerce las relaciones que nos aseguran el éxito económico."

Bell Pottinger cesó operaciones.

Pero estamos en una batalla y hay mucho en juego.

Según el riesgo del engaño aumenta, aumenta la importancia de las personas dispuestas a pelear por la **verdad** y la **confianza**.

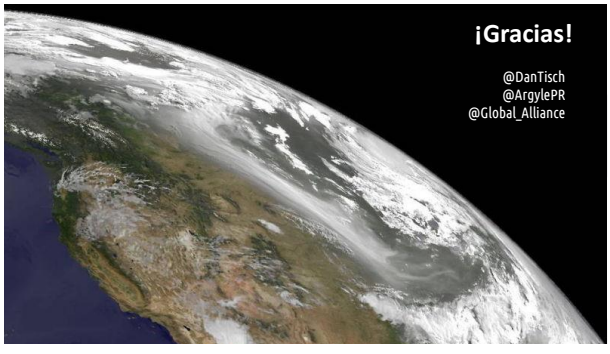
Porque las organizaciones necesitan relaciones con sus públicos.

Porque la comunicación desarrolla empatía, entendimiento, respeto y confianza.

Porque el mundo necesita profesionales que comuniquen con ética y valores.

Porque la comunicación es un imperativo en los negocios y un bien social.

¿El antídoto para el "fake news"?

La comunicación profesional y ética.

@DanTisch #ElevatePR #IABCToronto